

Il network tra agenti fa correre il business

Adriano Lovera

Strumenti. Raddoppiate in un anno le iscrizioni alle piattaforme di Multiple listing service per la condivisione degli immobili in vendita. Il mercato spinge sugli Mls (Multiple listing services), i network di aggregazione che permettono la collaborazione tra agenti immobiliari. L'edizione 2017 del rapporto "Reti a aggregazioni immobiliari" indicava 3.427 operatori attivi su queste piattaforme, ma da una rapida inchiesta condotta da .Casa emerge che il trend è in continuo aumento e gli account attivi sfiorano ormai i 6mila, solo limitando l'osservazione ai servizi più noti. Certo, il dato non coincide con il numero dei soggetti, perché in molti casi la stessa agenzia è presente su più reti. «Ma considerando le reti territoriali che si formano nelle varie città, o anche aggregazioni sui social, che non sono veri e propri Mls ma misurano comunque la tendenza alla condivisione degli immobili, possiamo stimare che ormai il 30% delle circa 44mila agenzie italiane sfrutti questa possibilità», testimonia Marco Bini, marketing manager di AgestaNet, uno dei servizi più utilizzati. Come vincere la resistenza culturale di chi vede la condivisione come un pericolo? «Ho imparato i vantaggi dell'Mls per esperienza personale», racconta Nicola Bombonati, vicepresidente con delega all'innovazione della Fiaip, dove gli Mls sono utilizzati da circa il 20% dei soci. «Finché il mercato tirava non c'era bisogno di novità. La crisi anche se sembra un paradosso - spiega - ha migliorato il settore perché ci ha obbligato a evolvere. Per quanto un agente sia bravo e competente, la sua cerchia resta limitata, mentre se accetta di condividere gli immobili aumenta le sue possibilità. Ovviamente, se sarà un collega del network a trovare l'acquirente o il venditore giusto, si dividono le provvigioni. Ma non bisogna vederlo come un mancato introito, piuttosto come un metodo per accelerare le possibilità di vendita, visto che i tempi si riducono anche di un terzo. Così, andata in porto una transazione, ci si può concentrare sul resto». E poi, appoggiarsi a un collega è spesso la soluzione vincente qualora si debba operare in contesti nuovi. «Io lavoro a Ferrara - continua Bombonati - e poco tempo fa, per conto di un cliente,



dovevo vendere una casa ad Asiago, in Veneto. Grazie alla rete è stato tutto più facile e veloce». I grandi franchising lavorano per loro natura in network. Ma ormai le soluzioni informatiche non mancano per tutti e si tratta sempre di sistemi aperti. È possibile, cioè, far parte di più Mls contemporaneamente oppure, nella stessa rete, dar vita a micro circuiti basati sulla territorialità o su interessi particolari in comune. La pioniera del settore è stata Msl Replat (vedi articolo a fianco), che ha fatto da apripista in Italia agli inizi degli anni 2000. Molto utilizzata è anche AgestaNet (che per i soci Fiaip prende il nome di Gestifiap) che oggi conta 1.918 agenzie iscritte. «Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una lenta ma costante crescita. In particolare, gli appuntamenti fatti in condivisione si sono attestati a 11.772 negli ultimi dodici mesi, con un balzo di oltre il 30% rispetto allo stesso periodo dell' anno precedente», dice ancora Bini. La startup Reopla, proprietaria del servizio di comparazione prezzi AgentPricing.com, ha promosso invece la creazione di numerose microreti territoriali, per far relazione gli agenti che operano in determinate città. Ormai sono presenti nei principali capoluoghi (come Torino, Milano, Trieste) ma anche in località minori, come Monza o Pinerolo. Quanto ai costi, l' abbonamento annuale agli Mls è variabile a seconda del profilo (agente o collaboratore), del numero di account attivati e dei servizi inclusi. E ci sono tariffe particolare in virtù di accordi commerciali con le associazioni di categoria o se l' Mls è incluso in particolari software gestionali. In media, comunque, si può indicare un range compreso fra 750 e 1.800 euro l' anno. Diverso, invece, il modello di WikiRe (che ha un accordo con Fimaa). «L' iscrizione alla piattaforma è gratuita, sia per l' Mls sia per il sito di annunci Wikicasa. Si paga un abbonamento premium solo per aderire a campagne marketing declinate su social, portali, adsense e altri canali», spiega Pietro Pellizzari, fondatore della società che al momento conta 21.588 iscritti, di cui circa 800 agenzie attive nella condivisione di immobili. Rispetto alla remunerazione, invece, la regola generale dei vari network è la divisione a metà: chi ha trovato l' acquirente prende la provvigione da quest' ultimo, l' altro riscuote quella del venditore. Ma l' agente che mette in vetrina l' immobile da condividere è libero di proporre una suddivisione diversa e magari proporre un 1% o 2% in più per invogliare i colleghi, o al contrario esprimere l' intenzione di trattenersi qualcosa in più per immobili di particolare pregio . © RIPRODUZIONE RISERVATA.