

COMUNICATO STAMPA

AGENTI IMMOBILIARI, IL 42% DEGLI OPERATORI RITIENE FONDAMENTALE UNA LAUREA AD HOC

NEGLI ULTIMI 3 ANNI IL 48% DEGLI ITALIANI SI È AFFIDATO AD UN'AGENZIA PER CERCARE UN'ABITAZIONE DA ACQUISTARE. SOLO IL 23% HA UTILIZZATO SITI COMPARATORI O APP

È quanto emerge dall'indagine 2019 "Il ruolo dell'agente immobiliare" realizzata da Nomisma per conto di F.I.M.A.A. – Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia

Roma, 4 luglio 2019 – Il 48% degli italiani in cerca di un immobile da acquistare si è affidato sin da subito ad un agente immobiliare, mentre il 47% ha preferito – almeno inizialmente – organizzarsi in autonomia, acquisendo informazioni da siti comparatori/app (23%), direttamente - da privati tramite valutazione di annunci o passaparola (13%), dal costruttore (8%). Dopo le prime ricerche, **il 52% di chi effettivamente procede con l'acquisto dell'immobile, conclude la transazione con un agente immobiliare.**

È quanto emerge dall'indagine 2019 "Il ruolo dell'agente immobiliare" realizzata da Nomisma per conto di F.I.M.A.A. – Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia - e presentata oggi a Roma nel corso dell'Assemblea F.I.M.A.A (in rappresentanza delle 12mila imprese associate per oltre 45mila addetti) dove, tra gli altri, sono intervenuti il presidente Confcommercio-Imprese per l'Italia Carlo Sangalli e il presidente FIABCI Italia Antonio Campagnoli.

ESIGENZE PASSATE DI COMPRAVENDITA

SCelta DELL'AGENZIA IMMOBILIARE

19

Per cercare l'ABITAZIONE DA ACQUISTARE, si è affidato principalmente a...

48% AGENZIA IMMOBILIARE **47%** Ha gestito in autonomia **5%** Altro

La SCelta dell'agenzia immobiliare a cui affidarsi per acquistare l'abitazione, è dipesa soprattutto da ...



Per cercare l'ACQUIRENTE A CUI VENDERE, si è affidato principalmente a...

64% AGENZIA IMMOBILIARE **36%** Ha gestito in autonomia

La SCelta dell'agenzia immobiliare a cui affidarsi per la vendita dell'abitazione, è dipesa soprattutto da ...



Fonte: Il ruolo dell'agente immobiliare. Survey Nomisma, 2019

RUOLO DELL'AGENTE IMMOBILIARE

Anche per la vendita di una abitazione l'agenzia immobiliare è il principale touchpoint: il 64% degli italiani si è affidato da subito ad un'agenzia immobiliare, mentre il 36% ha gestito inizialmente la vendita in autonomia. A riprova del ruolo dell'agente immobiliare nel processo di compravendita, l'agenzia immobiliare si conferma il punto di riferimento in fase di chiusura (oltre il 60% conclude la vendita tramite tale modalità).

Le motivazioni che spingono i potenziali acquirenti di un immobile verso un'agenzia afferiscono soprattutto a 3 elementi: disponibilità di offerta coerente con le esigenze (che spicca su tutti con il 49% delle citazioni), la comodità/prossimità dell'agenzia con la zona di residenza (16%), consiglio di amici/parenti (13%). Nel caso di vendita, la scelta è invece trainata soprattutto dalla conoscenza di informazioni sulla performance



dell'agenzia nel concludere la transazione (indicata dal 29% dei rispondenti), seguita ancora una volta da comodità (21%) e consiglio di amici e parenti (14%).

L'esperienza con l'agenzia è positiva, soprattutto quando relativa all'acquisto: 7 acquirenti su 10 dichiarano infatti che in caso di future necessità tornerebbero a fare riferimento a tale canale, più per la professionalità degli agenti immobiliari (56% indica tale fattore) che per la disponibilità dei migliori immobili della città (44%). Professionalità degli agenti che è riconosciuta come elemento di 'fedeltà' anche da parte di chi ha venduto un immobile tramite l'agenzia (73% delle citazioni). Competenze che sono riconosciute dai clienti anche tramite la misurazione della soddisfazione: il **65%** di chi ha avuto esperienze di compravendita tramite agenzia esprime un **giudizio positivo**.

Il valore delle competenze professionali rappresenta un elemento cruciale non solo per i clienti, ma anche per gli stessi agenti infatti - per un ulteriore accreditamento della professione, è importante che i nuovi professionisti conseguano una **laurea specifica per agenti immobiliari utile a cogliere compiutamente le sfide future del mercato (42%)**; inoltre il 50% degli agenti intervistati si dice d'accordo sulla necessità di rispondere in maniera efficace alla competizione derivante dalla presenza di nuove figure concorrenziali.

Secondo l'esperienza degli agenti, per lo svolgimento delle attività di agente immobiliare una **formazione costante** e continua è molto importante (85%): negli ultimi 2/3 anni il 34% ha partecipato a oltre 6 corsi di formazione professionale e il 53% si dice soddisfatto dei corsi organizzati dalle federazioni di categoria, mentre soltanto il 25% è soddisfatto dei corsi di formazione organizzati da enti accreditati.

Il **39%** degli intervistati ha visto il risvolto positivo dei corsi di formazione seguiti sui **risultati** conseguiti nella propria **attività professionale**: tra questi, il **17%** li ha trovati **estremamente utili**.

Diversi invece i dati relativi alle esigenze di **locazione**: il 70% degli italiani ha gestito in autonomia la ricerca del locatario a cui affittare; anche il 77% ha cercato l'abitazione da prendere in affitto su internet (47%), affidandosi direttamente a privati (17%), al passaparola (11%) o rivolgendosi direttamente al costruttore (2%).

I motivi per cui per mettere/prendere in affitto un'abitazione si registra una minore propensione a rivolgersi ad un'agenzia immobiliare riguardano soprattutto l'interesse a non sostenere commissioni, oltre ad una diffusa convinzione di possedere le competenze per gestire le attività di locazione in autonomia; molto bassa la percentuale di chi, invece, decide di gestire in maniera autonoma la locazione per mancanza di fiducia negli agenti immobiliari oscilla in una percentuale tra il 2 e il 3%.

Sono inoltre importanti la capacità di **garantire la terzietà nella gestione delle relazioni** (36%) tra le parti e l'aver **competenze diversificate** (28%) in design, interni, fotografia e così via.

Per offrire maggiori servizi ai clienti, inoltre, secondo il **52%** degli operatori del real estate intervistati l'agente immobiliare potrebbe essere affiancato da una rete di **collaboratori specializzati, come home stager e mediatori creditizi**.

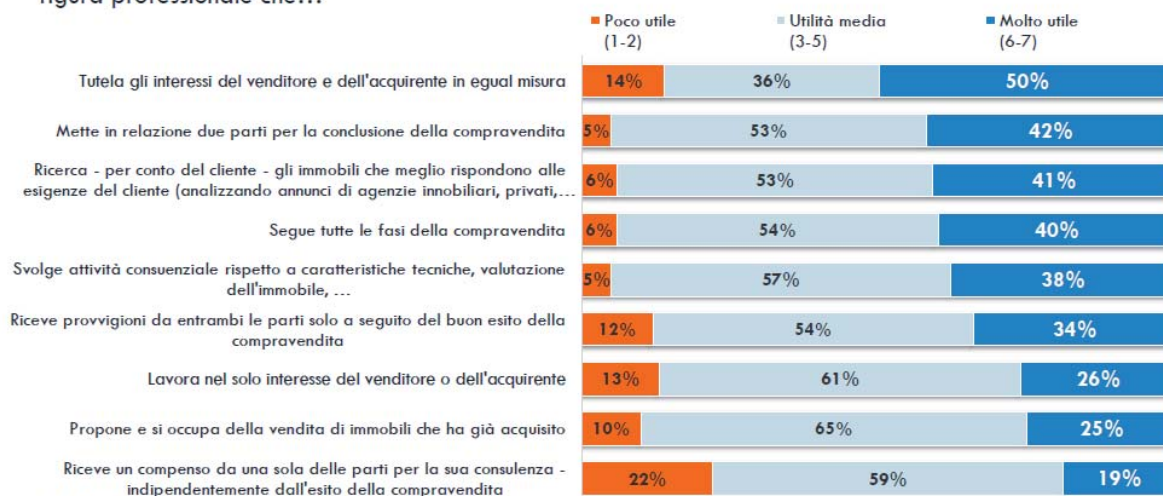
Secondo gli agenti immobiliari intervistati – di cui il 79% in attività da oltre 10 anni –, invece, i principali motivi per cui la clientela si decide di rivolgersi ad un agente immobiliare (per acquisto/vendita/affitto) sono la conoscenza approfondita delle caratteristiche del **contesto in cui è inserito l'immobile (33%)** e il supporto nella **gestione di pratiche burocratiche altrimenti complessa (20%)**.

La figura professionale 'ideale' per i clienti è quella che **tutela gli interessi del venditore e dell'acquirente in egual misura**, che mette in relazione due parti per la conclusione della compravendita, che ricerca – per conto del cliente – gli immobili che meglio rispondono alle esigenze del cliente (analizzando annunci di agenzie immobiliari, privati, aste).



FIGURA PROFESSIONALE IDEALE/1

In futuro, nel caso di necessità di gestire un'attività di compravendita, quanto ritiene UTILE rivolgersi ad una figura professionale che...



Fonte: Il ruolo dell'agente immobiliare. Survey Nomisma, 2019

RUOLO DELL'AGENTE IMMOBILIARE



“Questa indagine mostra il ruolo fondamentale che gli agenti immobiliari ricoprono per la buona riuscita delle transazioni a tutela dei clienti-consumatori e del mercato. Di fronte all’imperversare dei nuovi fenomeni di disintermediazione, con piattaforme online che vorrebbero sostituire gli operatori, l’agente immobiliare rimane la figura centrale dell’intermediazione. L’esperienza dei consumatori, infatti, conferma che nessuna piattaforma online o motore di ricerca potrà mai sostituire la conoscenza, la competenza, la professionalità, l’empatia e la capacità negoziale di un operatore in carne e ossa.

Dall’analisi, inoltre, emerge che la formazione si conferma elemento fondamentale per la crescita professionale degli operatori. Oggi, infatti, gli operatori richiedono percorsi di studio universitario specifici sul mondo dell’immobiliare. Richiesta a cui F.I.M.A.A. ha risposto organizzando con alcune università di Roma, Milano e Varese percorsi di laurea, master e seminari dedicati agli agenti immobiliari. Ciò perché formazione è per F.I.M.A.A. sinonimo di maggiore qualità del servizio offerto ai clienti-consumatori. Motivo per cui stiamo lavorando per fare recepire anche per gli agenti immobiliari, così come avviene per altre figure professionali, l’obbligo di doversi attenere ai crediti formativi periodici a garanzia del servizio erogato alla collettività. Al momento, infatti, dopo il corso formativo e il superamento dell’esame abilitante, l’agente immobiliare può esercitare l’attività senza alcun aggiornamento professionale obbligatorio. Una lacuna normativa che il mercato del terzo millennio non può permettersi, e che come F.I.M.A.A. colmiamo nei territori con l’organizzazione periodica di seminari, per la formazione continua, aperti ai mediatori associati” commenta **Santino Taverna**, Presidente Nazionale F.I.M.A.A. – Federazione Italiana Mediatori Agenti d’Affari.

“La ricerca Nomisma – dichiara **Luca Dondi** Amministratore Delegato Nomisma - attesta in modo chiaro che la professione dell’agente immobiliare è in grado di farsi certamente interprete di nuove esigenze, da un lato salvaguardando i valori ‘core’ – terzietà e tutela dell’interesse sia del venditore che dell’acquirente (oltre l’80% dei consumatori-clienti ritiene che sia un baluardo imprescindibile), compenso solo a seguito del buon esito della compravendita (83%), competenze specifiche che consentono la costruzione di una efficace relazione tra le due parti fino alla conclusione della compravendita (73%). D’altro canto, la buona reputazione connessa alla professione dell’agente immobiliare, grazie alla forte competenze sul mercato e sul contesto, segnalano la presenza di forti aspettative del cliente verso l’integrazione di nuove funzioni collegate alla compravendita, individuazione di un finanziamento ottimale e attivazione di un network specialistico a supporto dell’acquisto o della vendita (home stager, design di interni...)”.



Contatti:

Ufficio Stampa F.I.M.A.A. Stefano Sabella

ufficiostampa@fimaa.it

Ufficio Stampa Nomisma Edoardo Caprino, Giulia Fabbri

ufficiostampa@nomisma.it

