

La compravendita passa dal **web**

di M. P.

La casa oggi la si cerca on-line. Internet che ha cambiato molti aspetti della vita delle persone, dalla comunicazione, alla ricerca di informazione, alle relazioni sociali, sta cambiando anche la faccia del mercato immobiliare. Infatti, così come confermano diverse ricerche, oggi il 45% dei consumatori che cerca casa lo fa ormai tramite web e il settore origina proprio da internet il 22% del totale del giro di affari delle agenzie immobiliari. Se confrontiamo questo dato realizzato nel 2008, ossia il 22%, con quello del 2000 che era pari all'8% ci si convince dell'evoluzione che ha riguardato il segmento. «Gli agenti immobiliari si avvalgono sempre più della forza del web e degli strumenti a esso collegati per velocizzare le vendite e rendere più visibile il proprio portafoglio e, al contempo, le percentuali di consumatori che cercano casa tramite computer crescono senza sosta» ha sottolineato **Vincenzo Visco**, presidente di **REplat**, azienda del settore immobiliare, che recentemente ha concluso un accordo con **FIAIP** (Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali) per creare un'ampia comunità di agenti immobiliari che collaborano nella compravendita attraverso regole chiare e condivise con assolute garanzie sulla collaborazione stessa e sulla tutela dei clienti. «FIAIP scommette con forza nel 2009 sul web e sugli strumenti che possono adeguare le strutture e i metodi di lavoro ad un nuovo modo di fare agenzia e consulenza immobiliare in Italia» racconta **Franco Arosio**, presidente della Federazione. E non sono gli unici, anche le reti di intermediazione immobiliare si stanno attrezzando per rendere i loro portali sempre più accattivanti e rispondenti alle richieste dei clienti che provengono dal



web. Per alcuni di essi la presenza sui primari portali di ricerca è fondamentale. Come **Fondocasa** e **Tecnocasa**. «Facciamo molta attività di web marketing utilizzando diversi fornitori: Google e Yahoo innanzi tutto, ma abbiamo utilizzato anche portali generalisti di informazione» precisa **Valentino Cucchiaro**, responsabile dei servizi internet del Gruppo Tecnocasa. «Riteniamo che la presenza anche su portali video come Youtube o Google video sia importante» sottolinea **Claudio**

Citzia di Fondocasa. Per altri invece il proprio portale è la vetrina con la quale ci si presenta ai clienti. «Si studiano siti sempre più complessi, ricchi di immagini, informazioni, virtual tour e con riferimenti georeferenziali» spiega **Iacopo Maria Grimaldi**, amministratore delegato di **Grimaldi Immobiliare**. Tutto questo perché maggiori informazioni si reperiscono sul web meglio è. Il cliente tipo, infatti, che consulta le offerte on-line è una persona che non vuol perdere tempo, scrupolosa, che quando arriva al con-