

Le mosse delle agenzie. Gli operatori credono fortemente nelle nuove modalità d'approccio al mercato

Raddoppiano gli investimenti online

■ Circa 200 le realtà italiane di annunci immobiliari presenti in Rete, a partire dal piccolo sito per salire al grande portale crocevia di migliaia di visite e offerte. Nonostante la crisi in atto, il canale Web sta schiacciando l'acceleratore non solo sugli investimenti, ma anche organizzandosi, proprio in queste settimane, in un Coordinamento nazionale dei portali immobiliari, dove discutere di sicurezza, frodi informatiche, furti di identità online e sistemi di controllo sulla qualità delle inserzioni.

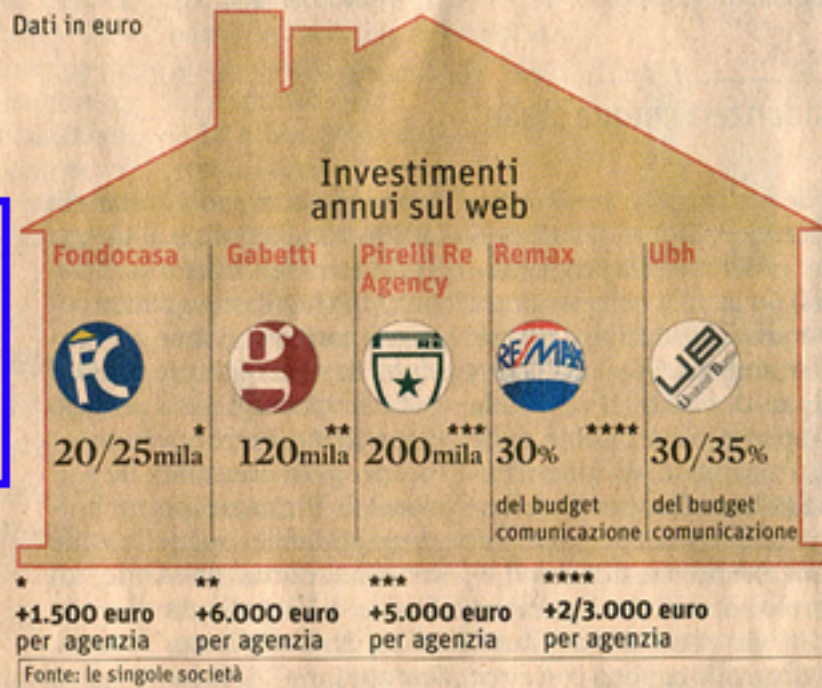
Tornando al fronte budget, secondo amano.it (con una sezione immobiliare), ad esempio, ha in previsione per il 2009 di raddoppiare gli investimenti nel marketing online, anche se mantiene il riserbo sulla cifra complessiva di

cui disporrà il prossimo anno. Ha già raddoppiato rispetto al 2007 Gabetti, che nel 2008 ha speso sul Web 120mila euro (+55% sul 2007, mentre le agenzie affiliate si finanziano con in media 6mila euro l'anno ciascuna), puntando su banner, link sponsorizzati e altri strumenti di visibilità su motori di ricerca e siti strategici. Fondocasa ogni anno investe in pubblicità su internet 20-25mila euro (escludendo i costi di gestione e aggiornamento del portale), così come le agenzie affiliate spendono sui 1.500 euro all'anno ciascuna.

Ogni singola agenzia di Pirelli Re Agency spende sui 5mila euro l'anno, mentre il marchio alla voce Web punta ogni anno 200mila euro. Re/max Italia dedica al canale internet il 30% circa del suo budget di comunicazione (con

Il confronto

Dati in euro



una stima di spesa di 2-3mila euro all'anno a livello di singola agenzia), dove l'online sta diventando davvero complementare alla carta stampata per la pubblicazione degli annunci immobiliari.

Conferma Giuseppe Caldi, direttore operativo di Magic, società nel gruppo Ubh che si occupa di prodotti editoriali e internet: «Se fino al 2006 l'80% degli investimenti andavano sul cartaceo, oggi per quanto ci riguarda la situazione si è riequilibrata a favore del Web dove confluisce il 30-35% delle risorse. C'è stato un avvicinamento della Rete, ma non ci sarà un superamento perché è più efficace un mix funzionale che raggiunga una clientela più selezionata in Rete e una più generalista con le pubblicazioni distribuite gratuitamente per strada o in agenzia».

www.casa24.ilsole24ore.com

L'indice di fruizione del quartiere