

Online. Il primo e più evidente vantaggio è l'immediatezza dei riscontri con affiliati e utenti

La carta del social network

Da Facebook a Twitter primi passi per gli operatori sui nuovi media

Madela Canepa

Nel settembre 2007, quando il financial crunch scuoteva i mercati di tutto il mondo, il Gruppo Toscano pubblicava un post sul suo corporate blog. Firmato dal presidente Ilario Toscano, affrontava il tema della bolla immobiliare. Ottenne quasi mille commenti e produsse altri post e partecipazione, assicurando un buon livello di comunicazione fra l'azienda e i suoi interlocutori in un momento fortemente critico per il mercato.

Tre anni dopo, la funzione di social network come Facebook, Twitter o Youtube, dei

STRUMENTI DI LAVORO

Non solo pubblicità: le applicazioni più utilizzate riguardano l'acquisizione di incarichi e la selezione del personale

blog e dei forum, insomma la multicanalità, resta soprattutto la buona comunicazione. Ecco perché alcuni marchi dell'immobiliare ne fanno uso e altri si stanno preparando a farlo.

Il portale immobiliare Idealista, ad esempio, è su tutti i social network. Se ben gestiti generano autorevolezza e ottima reputazione. Mentre il gruppo Toscano ha scelto Facebook e Twitter. «Li utilizziamo come cassa di risonanza del nostro blog», conferma Alessia Germano, responsabile del centro studi - per dialogare con gli agenti. Abbiamo una pagina su LinkedIn, network al quale anche molti nostri operatori stanno iniziando ad aderire». Il business funziona per i "piccoli". All'Emmequadro di Rosignano Marittimo, località ad alto tasso concorrenziale, pensano che la tecnologia sia indispensabile per il business:

«Presenti su tutti i portali, da qualche tempo siamo su Facebook - spiega Andrea Mangoni, uno dei soci - ci agevolano nei contatti e favorisce nell'acquisizione di nuovi incarichi».

Fra i big, "esserci" interessa anche Tecnocasa che punta alla multicanalità e che in questi giorni annuncia la novità alla rete. Marco Prosdoci, responsabile settore informatico, entra nel dettaglio: «Un gruppo di studio con esponenti di diversa estrazione sta completando il monitoraggio che ci porterà a definire gli obiettivi relativi all'uso di social network e blog». Entro la fine dell'anno sarà pronto il profilo Facebook. Nel 2012 sarà la volta del "mobile".

Un programma simile lo ha Gabetti franchising agency che sarà su Fb entro fine anno per comunicare con i franchisee e effettuare o potenziali e con le agenzie, per rivolgersi ai più giovani. «Parlare di business è prematuro - nota l'ad Bruno Vettore - Per il momento in questo senso sono efficaci i portali». Programmi questi che implicano una rivoluzione di approccio e linguaggio, sostiene Fabio Guglielmi, presidente Professionecasa. «Usiamo twitter e Fb anche per la ricerca del personale, da maggio a oggi abbiamo totalizzato 800 fan. L'incarico di gestire i due profili è stato affidato alla dipendente più giovane dell'agenzia».

Re/max Italia - che ha recentemente potenziato le applicazioni web sui siti consumer sul canale bt2 infoemax.it - si serve di Youtube. Da tempo su Facebook e Twitter, permette ora il collegamento a circa 300 social network dalle pagine delle affiliate nel mondo. «L'idea - spiega Fulvio Origo, responsabile marketing - è offrire un servizio più trasparente e instaurare con affiliati e utenti una relazione con riscontri immediati».

Twitter per gli operatori, Youtube per i giovani



Facebook

Va bene per distribuire contenuti e anche per fare squadra con agenti e agenzie sparsi sul territorio. E' tuttavia lo strumento di comunicazione "consumer" per eccellenza. Ci si trovano infatti diversi target, soprattutto quello più giovane.



LinkedIn

E' un canale decisamente specifico, essendo interamente dedicato... Alcuni marchi dell'immobiliare lo utilizzano per colloquiare con gli addetti ai lavori.



Twitter

Riservato ai messaggi brevi, è decisamente più mirato di Fb. È sfruttato da alcuni marchi per rivolgersi soprattutto agli operatori del settore immobiliare, agli specialisti e a chi orbita intorno al settore, come architetti e designer.



Youtube

Canale ad ampio spettro con buone potenzialità date dalla funzione audiovisiva. Arriva molto bene ai giovani o anche a target specifici architetti, fotografi, giornalisti. Pochi marchi lo utilizzano in modo sistematico e strategico.



Wikio

Il blog più cliccati di settembre secondo Wikio in discesa rispetto alla precedente rilevazione, Blog immobiliare (blog-immobiliare.blogspot.com) è stato il più cliccato del settore nel mese scorso. Quattro le sezioni: news, compravendite, affitti e "far carriera nel real estate".

Notizie immobiliari (www.immobiliarenotizie.it) è l'agorà virtuale di Tg Tecnogruppo. Post sull'attualità, ma anche notizie finanziarie, dal mondo del lavoro e di servizio. Una sezione è dedicata alle tendenze.

News immobiliari (www.unm.it), sponsorizzato da Eurekasa.it. Più che un vero e proprio blog è un sito di servizio con directory del settore e classifiche dei siti più visitati, dove è possibile discutere sulle notizie di attualità inserite in home page. Su Wikio da febbraio del 2008, **ImmobiliareBlog** (www.immobiliareblog.it), affronta le diverse tematiche inerenti la casa: dagli argomenti "caldi" alle problematiche fiscali e finanziarie a quelle energetiche.

Dal mondo dei portali, Idealista produce informazioni ad hoc per ogni canale. «Utilizziamo Fb per distribuire i contenuti prodotti dal Centro studi e migliorare l'awareness - spiega Vincenzo De Tommaso, responsabile comunicazione -». Twitter per indirizzarli a target precisi e ad addetti ai lavori». Tramite Youtube, Idealista veicola materiale ad architetti, fotografi, giornalisti, film maker. «Da due anni - continua l'esperto - veicoliamo contenuti ad hoc sui blog, veri e propri spazi di pensiero adatti all'approfondimento e alla relazione». Un forum assicura una buona partecipazione e un certo afflusso di idee e suggerimenti da parte degli addetti. Mentre Casa.it offre alle 12 mila affiliate un sito, il collegamento ai social network e un blog. «Accadrà come nel turismo - afferma l'ad Daniele Mancini - Attraverso i social network arriveranno i giudizi degli utenti e questo favorirà la trasparenza e l'affidabilità degli operatori. È il navigatore che genera contenuti e noi cavalchiamo questa strategia».

La società ha lanciato da poco il progetto Youwork, con Monster e UannaBe, per la ricerca di un "Social network specialist", nuova figura professionale a cui requisiti fondamentali erano: «Almeno 150 amici su Facebook, 100 contatti su LinkedIn e 50 follower su Twitter».

Ed è sempre il fattore "interazione" ad avere attratto su Fb Immobiliare.it. «È un crogiolo di suggerimenti e stimoli per migliorare e comprendere i comportamenti - conclude l'ad del gruppo Carlo Giordano - Il social network è il "mondo vero" e noi dobbiamo saperlo interpretare e mettere a frutto. Siamo anche su Twitter da circa un mese, ma nella sua sintesi deve essere interpretato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NOMINE

Dal real estate

COLLIERS ELITRADE Saporito nominato capo dell'Investment

Massimo Saporito è stato nominato responsabile del dipartimento Investment di Colliers Elitrade. Saporito, livornese classe 1967, laureato in economia, ha maturato un'esperienza decennale nel mondo del real estate nei gruppi Hamptons international e Keymore real estate.

HINES ITALIA SGR Fonsai e Micheli tra i soci

Nuovi soci per Manfredi Catella. Nell'azionariato di Hines Italia sgr sono entrati infatti Fonsai, con il 18%, Francesco Micheli (5%) mentre lo stesso Catella ha preso una partecipazione del 10% nella sgr dove già ricopre le cariche di presidente e amministratore delegato. I nuovi arrivi si tradurranno anche in ingressi nel cda. Nel board entreranno, infatti, l'amministratore delegato di Fondiaria Sai, Fausto Marchionni, e Francesco Micheli.

CUSHMAN & WAKEFIELD Dal primo gennaio comanda Sandberg

Joachim Sandberg, partner e responsabile della sede di Roma di C&W da 12 anni, a partire da gennaio 2011 sarà il nuovo amministratore delegato di C&W Italia, società con oltre 100 dipendenti. Joachim Sandberg succede a Harry Farthing che, dopo 23 anni di carriera in C&W, ha deciso di ritirarsi dalla partnership della società. Joachim Sandberg è entrato in C&W nel 1996 e nel 1998 ha aperto l'ufficio di Roma diventando nello stesso anno partner della società.

Associazioni. Le riforme più urgenti

Fisco e contratti obiettivi prioritari di Federimmobiliare

Cristina Giua

È l'emergenza fiscalità in cima alla lista degli impegni della neonata Federimmobiliare. Nella prima riunione plenaria (fissata a fine ottobre, dopo la firma dell'atto costitutivo, avvenuta a Milano il 7 ottobre), la federazione che raccoglie le associazioni dell'industria immobiliare preparerà un documento, dove indicare le priorità in materia tributaria. Anticipa Federico Oriana, vicepresidente vicario-operativo di Federimmobiliare: «Metteremo insieme le proposte e presenteremo questa piattaforma fiscale al ministro dell'Economia Giulio Tremonti e al ministro dello Sviluppo economico Paolo Romani, con l'obiettivo di sbloccare la situazione di stallo che stanno vivendo le aziende del nostro settore».

In agenda anche altri due temi, interventi legati all'urbanistica e alla contrattualistica, che troveranno spazio negli incontri successivi.

Oggi l'industria del real estate, con il 5% del prodotto interno lordo, rappresenta una quota dell'economia nazionale strategica, che si va ad aggiungere al circa 10% delle costruzioni. «Intorno al 15% quindi del Pil nazionale - riprende a parlare Oriana - con una rappresentanza fino a ora troppo frammentata e debole rispetto al peso del comparto in termini di posti di lavoro, integrazione degli immigrati, risposta alle esigenze abitative». «Un primo esperimento di collaborazione - prosegue Oriana - è stato il Fire, Forum intersocietario reale estate, operativo dal 2007 al 2009, dove il limite di governance erano le decisioni sulle proposte che potevamo prendere solo all'unanimità».

Da qui l'idea di una federazione, con decisioni prese a maggioranza, partita dai due soci promotori Aspesi e Assoimmobiliare, a cui si sono aggiunti 11 soci fondatori. Si tratta di Adepp (Associazione degli enti di previdenza privati), Aici (Associazione italiana consulenti e gestori immobiliari), Arel (Associazione italiana real estate ladies), Cncc (Consiglio nazionale dei centri commerciali), Cobaty (Coopération dans le Bâtir), Fiabci (International real estate federation), Ifma (International facility management as-

INDUSTRIA E ISTITUZIONI

Il settore del real estate e quello delle costruzioni rappresentano il 15% del Pil ma con una rappresentanza ancora molto frammentata

sociation). Isivi (Istituto italiano di valutazione immobiliare), Reia (Real estate investment association), Rics (Royal institution of chartered surveyors) e Uil (Urban land institute). Adesione in itinere per Anaci (Associazione nazionale amministratori condominiali) che entro l'anno potrebbe aggiungersi alla compagine. Non fanno parte di Federimmobiliare Ance e Confedilizia «perché - tiene a sottolineare Oriana - ci è sembrato presuntuoso chiedere loro di entrare: puntiamo tuttavia a un forte coordinamento per un tavolo "tripolare" di rappresentanza, soprattutto con Ance, associazione dei costruttori che sommata a noi e Confedilizia, legata alla proprietà di immobili privati, dà il quadro dell'intera filiera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lefim IMMOBILI A REDDITO

Promotion Real Estate Development

direzionale

commerciale

industriale

logistica

A GARANTIRE I LIQUIDI SONO RIMASTI SOLO GLI INVESTIMENTI SOLIDI

LOMBARDIA

VENETO

EMILIA ROMAGNA

TOSCANA

FRIULI VENEZIA GIULIA

Lefim S.p.A.
Via Feltrina, 256 - 31100 TREVISO
commerciale@grupobasso.it

Per informazioni:
Luca Agnoletto
tel. 0422.299311

www.lefim.it

MILANO ad. PIAZZALE LODI

VENDESI APPARTAMENTI E UFFICI

VIA SANNIO 28

- Stabile di nuova costruzione
- Disponibilità di unità immobiliari, metrature da 30 a 90 mq, uso direzionale ed abitativo
- Possibilità di posti auto
- A 3 min a piedi da MM3 Lodi e dalla stazione di Porta Romana, a 10 min di metrò da Piazza Duomo
- Area ben servita dai mezzi di trasporto di superficie
- In prossimità del centro commerciale COOP

GVA Redilco
Worldwide Real Estate Solutions

Tel. +39 02 802921
office@gvaredilco.com
www.gvaredilco.com

SCENARI IMMOBILIARI
ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI E RICERCHE

**SECONDO RAPPORTO
SUL MERCATO
IMMOBILIARE
ALBERGHIERO IN ITALIA**

Per informazioni
Tel. +39.02.33100705 - milano@scenari-immobiliari.it
www.scenari-immobiliari.eu