

# Il mondo Associativo a EIRE

## “PIAZZA ITALIA”

È iniziato a EIRE un interessante confronto tra diverse realtà associative operanti nel settore immobiliare e dei servizi al real estate, per individuare le possibili sinergie nel confronto con il mercato e le istituzioni. Dodici associazioni che rappresentano le aziende, gli operatori del mercato immobiliare e le imprese che forniscono servizi integrati agli immobili, si sono infatti presentate al Salone in un unico spazio collettivo, denominato “Piazza Italia”. È la prima volta che è stata presa una simile iniziativa: ciascuna associazione era in Fiera con la propria identità e specificità, ma con la consapevolezza di appartenere a un “sistema” di mercato dove è comune interesse raggiungere il traguardo di una maggiore efficienza e trasparenza. Ecco quindi le associazioni “antesigname”:

AGESI - Associazione Imprese di Facility Management e Energia

AGIRE - Associazione Golf Italiana Real Estate

AICI - Associazione Italiana Consulenti e Gestori Immobiliari

ANACI - Associazione Nazionale Amministratori Condominiali e Immobiliari

ASPESI - Associazione Nazionale tra Società di Promozione e Sviluppo Immobiliare

ASSOIMMOBILIARE - Associazione dell'Industria Immobiliare

FIABCI - Federazione Internazionale delle Professioni Immobiliari

FIAIP - Federazione Italiana degli Agenti Immobiliari Professionali

FIMAA - Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari

IFMA - International Facility Management Association

PMI - Northern Italy Chapter

RICS - Royal Institution of Chartered Surveyors

In questo spirito sono stati organizzati due eventi: la Conferenza stampa per l'annuncio della costituzione della “Consulta Interassociativa Nazionale dell'Intermediazione”; e una informale “Tavola Rotonda” (moderata dal noto avvocato Riccardo Delli Santi e da Gualtiero Tamburini, Presidente di Assoimmobiliare) a cui hanno partecipato i Presidenti delle associazioni aderenti, dal tema: “Filiera nel mondo dei servizi immobiliari e del mercato del RE: come migliorare la trasparenza, l'efficienza e la concorrenza del mercato”.



Presidenti a Piazza Italia

za ha dunque assunto nel mio operato la necessità di consolidare i rapporti con altre associazioni a livello europeo quali a esempio la CEAB (Confederazione Europea Amministratori di Beni) per analizzare se le potenzialità oggi ravvivate dal sistema europeo in cui ci troviamo a operare consentano di ottenere quei risultati che a livello nazionale sono sicuramente mancati. Tale mancanza» denuncia Membri «viene evidenziata da un immobilismo legislativo e da un silenzio che sono in netto contrasto con la sempre maggiore attenzione che la popolazione civile ha per l'immobile».

«Diventa invece sempre più urgente l'assunzione di strategie per sostenere il paese nella competizione globale, facendo leva sulla qualità e su un quadro di regolamentazione efficace dei mercati. Dunque, se da un lato sono persuaso che l'approccio europeo potrà essere in prospettiva fruttifero, sono tuttavia dall'altro lato convinto che anche a livello italiano vi sia l'impellente necessità di cambiare il tipo di interventi rispetto a quelli sinora effettuati».

«Secondo ANACI Istituzioni e terzi devono rendersi conto che, quando si muovono fatturati non indifferenti come nel caso immobiliare, è opportuno stare a sentire. Perché solo questo chiediamo: essere ascoltati».

«Quando i politici avranno compreso l'importanza di avere un partner tecnico-scientifico-giuridico in grado di aiutarli a realizzare le leggi migliori, a far camminare al meglio il paese, a garantire trasparenza e sicurezza, saranno loro stessi, insieme agli amministratori pubblici, a volere cambiare con noi le regole del gioco».

«È però chiaro che molte delle associazioni che operano sul mercato immobiliare italiano da sole non hanno quella cosiddetta "massa critica" che potrebbe consentire loro un "impatto istituzionale di alto livello". In questo senso ritengo che sarà con ogni probabilità indispensabile arrivare a una confederazione di associazioni, chiamiamola "Federimmobiliare", per ottenere quei risultati che non siamo riusciti, o non ci hanno consentito di raggiungere».

«Intendo quindi cambiare atteggiamento nei confronti delle altre associazioni presenti in Italia» ha fatto sapere il Presidente di ANACI «per cercare di portarle su posizioni comuni e agire insieme per svecchiare il sistema normativo e creare una cultura immobiliare che protegga gli interessi degli utenti ma non scordi di tutelare i più seri e preparati professionisti del settore. Rapporti più stretti ci consentirebbero di definire i parametri di un confronto critico sviluppando per quanto possibile sinergie comuni, ognuno nel proprio ruolo e tutti nell'interesse della collettività, senza magari sottovalutare la necessità di forti rapporti con gli ordini professionali, i cui iscritti giornalmente ci coadiuvano nella nostra attività e con i quali sono frequentissime le occasioni di incontro e confronto. Perché questo accada» ha osservato Membri «è fondamentale imparare a conoscere e usare un altro strumento potentissimo: la comunica-

zione. La comunicazione non può viaggiare solamente a "circuiti chiusi", all'interno delle associazioni. Ben vengano le riviste specializzate, purché diventino sempre più diffuse anche verso chi di immobili non si interessa professionalmente. Ben vengano i siti internet, già visitati da milioni di persone ogni anno ma, se vogliamo acquisire visibilità, il grande obiettivo è far ascoltare le nostre ragioni a milioni di persone che hanno avuto, hanno o avranno a che fare con immobili».

«Sarebbe sciocco per noi, oltre che improduttivo, creare una nuova cultura immobiliare e poi non trasferire questa cultura all'infinito bacino degli utenti: dobbiamo insegnare agli italiani che pagare un professionista serio e preparato non è un costo ma è un investimento. Per fare questo occorre andare sui giornali, sulle radio, in televisione».

«Questo nella convinzione che i servizi professionali e più in generale i servizi ad alto contenuto di conoscenza hanno un ruolo fondamentale per la crescita di ogni paese e alcuni di essi costituiscono un insostituibile strumento di tutela di molti diritti fondamentali dei cittadini».

«Premessa imprescindibile di tutto ciò resta il ruolo che le singole associazioni oggi hanno nella formazione e nella crescita professionale dei loro iscritti. ANACI attua da anni una politica di selezione per cui si può diventare associati superando un esame che dimostri una preparazione seria e qualificata, al termine di corsi di formazione di durata annuale. L'Associazione mantiene forti legami con le maggiori istituzioni culturali italiane, prime fra tutte le università, e cerca da tempo di attuare una politica che porti all'omogeneizzazione della formazione degli amministratori. ANACI si distingue da altre associazioni del settore per l'ampiezza e la completezza di tutte le sue iniziative in merito alla formazione e selezione dei propri associati, al loro aggiornamento professionale, all'attenzione per le leggi che il legislatore chiede di applicare, all'attività sanzionatoria nei confronti di chi non rispetta i valori dell'Associazione: la stessa attività degli associati è infatti esaminata da probiviri e revisori dei conti, che sono i fondamentali organi di controllo interni».

«Da tutti questi punti di vista non posso che confermare che una maggiore internazionalizzazione del nostro mercato non potrà che essere foriera di interessanti spunti per imparare e scambiare esperienze. Ciò che noi desideriamo realizzare in Italia è già stato fatto in altri paesi. Accedere a questo consolidato patrimonio di conoscenza ed esperienza deve diventare punto fondamentale per la nostra politica: solo così sarà possibile aumentare il rispetto e la considerazione a livello internazionale per l'intero mercato immobiliare italiano».

## AGIRE

AGIRE, l'Associazione golfistica Italiana del Real Estate, ha offerto ai visitatori della Fiera la possibili-



Fabio Tonello

tà di avvicinarsi al mondo del golf e di tentare i primi passi alla scoperta di questo sport. Presso lo Stand di AGIRE sono state infatti predisposte una struttura di pratica e un'area di putting green per consentire tanto a esperti quanto a neofiti di provare il gioco corto e di cimentarsi con i colpi più lunghi. Una pausa divertente e rilassante che esce dalle proposte istituzionali. È stato, secondo **Fabio Tonello**, presidente dell'Associazione nonché amministratore unico di **Antoitalia Networking**, un modo nuovo per incontrare e far incontrare i principali interlocutori del settore e, nel contempo, per far conoscere l'Associazione, importante sodalizio operativo dallo scorso autunno. Con AGIRE, la possibilità di allargare le conoscenze nel proprio ambito professionale è andata a coniugarsi così felicemente con l'opportunità di sviluppare nuove iniziative finalizzate alla promozione dell'attività golfistica. Proprio alcuni dei associati, secondo Tonello, trovano nel golf sbocchi professionali importanti, grazie all'implementazione di attività che includono la progettazione, la costruzione, la proprietà, la gestione, la valutazione e la commercializzazione di iniziative immobiliari collegate ai campi da golf. AGIRE non è stata presente in Fiera l'ultimo giorno della manifestazione, perché ha organizzato, presso il Golf Club Castello di Tolcinasco, già sede del prestigioso Telecom Italian Open recentemente conclusosi, la gara d'apertura della stagione agonistica di AGIRE. Tale competizione, aperta a tutti i protagonisti del mondo del real estate che vorranno partecipare (per iscrizioni o maggiori informazioni si prega contattare la Segreteria

Organizzativa di AGIRE) ha rappresentato il debutto ufficiale di AGIRE sui verdi campi da golf, la tappa d'esordio del Circuito Italiano AGIRE 2006, circuito golfistico che si compone di cinque appuntamenti ospitati nei percorsi più belli d'Italia (per maggiori informazioni si veda il sito ufficiale dell'Associazione all'indirizzo [www.agire.org](http://www.agire.org)).

## PMI

Il PMI Northern Italy Chapter è il punto di riferimento per tutti gli interessati alle tematiche del Project Management dell'Italia centro-settentrionale. Fondato nel 1996 da un gruppo di "pionieri" provenienti dal mondo aziendale, accademico e professionale, il Chapter si è da subito caratterizzato come un punto di aggregazione aperto in cui confluiscono esperienze e competenze differenziate per settore, azienda, area geografica. I soci portano al Chapter contributi professionali maturati in tutte le aree applicative del Project Management: industria farmaceutica, information technology, formazione e consulenza, spettacolo, grande distribuzione, industria meccanica e automobilistica, costruzioni e impiantistica, settore pubblico, telecomunicazioni e altre ancora.

Il Chapter ha sede principale a Milano, ma opera in tutta l'Italia settentrionale e centrale con presenze molto significative nel Nordest e a Torino. La finalità principale del Northern Italy Chapter è promuovere missione e obiettivi del Project Management Institute americano (PMI - [www.pmi.org](http://www.pmi.org)) in ambito locale.

Il Chapter, sviluppando il numero dei soci (attualmente ne conta oltre 400) e la loro attiva partecipazione, mira in particolare a: contribuire alla crescita professionale nel Project Management attraverso programmi e iniziative basati sulle necessità locali; promuovere attività di ricerca e seminari tematici che rafforzino le competenze; professionali dei Project Manager e contribuiscano ai programmi di certificazione del PMI; far conoscere i principi e le tecniche di Project Management presso scuole, aziende, Università e altre associazioni professionali.

Il 2006 rappresenta per l'associazione un anno importante: ricorre, infatti, il primo decennio di vita del PMI-Northern Italy Chapter che ha voluto festeggiare questo evento con il lancio definitivo di una discussione negli ambienti manageriali che porti a una rinnovata cultura del management attraverso la diffusione delle metodiche della gestione per progetti applicate alla nostra realtà nazionale. Il target sarà quindi coerente con la cultura manageriale "vera" del nostro Paese: gli interlocutori privilegiati saranno la piccola e media impresa, vero motore della nostra economia, settori importanti della produzione e, infine ma non ultima, la scuola.

Hanno collaborato gli uffici stampa di tutte le società indicate nel servizio.