

COMPRARE CASA ONLINE LA COMMISSIONE? MINI

Con gli specialisti del web alternativi alle agenzie si tagliano tempi e spese
Che cosa offre il mercato, dalle italiane **Homepal** e Casavo all'inglese Purplebricks

di **Giulia Cimpanelli**

Si chiama Proptech e digitalizza un settore tradizionale, com'è successo nella finanza con il fintech. Acronimo tra prop (property) e tech, rinnova l'immobiliare. La classica agenzia resiste ancora, ma il digitale sta cambiando i modi della compravendita.

Nel mondo sono circa 3.500 le startup del settore (CbInsights, dicembre 2018) ed entro il 2020 in tutto il mondo gli investimenti arriveranno a circa 4,5 miliardi di euro. In Italia quelli in equity nelle imprese innovative del settore hanno un importo complessivo di 20 milioni, di cui oltre 13 nei soli primi cinque mesi di quest'anno (Osservatorio Startup Hi-tech, Politecnico di Milano). «I primi portali online di annunci di vendita o affitto sono arrivati negli anni '90, noi siamo partiti nel 2005», dice Silvio Pagliani, cofondatore di Immobiliare.it, il più grande sito di annunci immobiliari in Italia: nel 2018 ha fatturato 64 milioni, +15% dal 2017. Oggi, la diffusione degli smartphone e l'analisi dei dati fanno fiorire nuovi modelli. Le principali innovazioni vanno in due direzioni.

Le due strade

«Innanzitutto ci sono le agenzie online *instant buyer* — dice Pagliani —. Definiscono il prezzo delle casa con la *data analysis*, l'acquistano in fretta a un prezzo vantaggioso (anche perché azzerano i tempi di compravendita, ndr.) e la rivendono sul proprio sito. Un modello che può andare molto bene per il mercato americano, dove molte aree hanno immobili quasi tutti uguali fra loro, con prezzi allineati».

Negli Stati Uniti a fare scuola è stato Opendoor, che oggi ha un valore dichiarato di 3,8 miliardi di dollari. In Italia c'è Casavo, piattaforma che analizza velocemente i dati della proprietà (circa 70 parametri) e offre una valuta-

zione e un'offerta di acquisto immediata. Fondata a Milano nel 2017, ha già raccolto un finanziamento in equity di 7 milioni di euro, da un pool guidato da Project A Ventures, fondo di venture capital con sede a Berlino. Inoltre ha appena concluso un'altra raccolta di oltre 27 milioni con un fondo di debito europeo.

La seconda tendenza è quella delle agenzie ibride online: disintermediano il settore, perché danno la possibilità ai proprietari di vendere casa in autonomia, richiedendo commissioni basse o un costo fisso per annuncio. Il caso di maggior successo si chiama Purplebricks ed è inglese. In Italia invece c'è **Homepal**. Nata nel 2015, dichiara ora 140 mila annunci e gestisce un centinaio di

Il settore ha un nome, «proptech»: da property (immobiliare) e tecnologia. Visite virtuali per chi compra e offerte rapide per chi vende

transazioni al mese. Dice il fondatore, Andrea Lacalamita: «Permettiamo di comprare e vendere casa con un processo digitalizzato. Basta rispondere ad alcune domande sul sito per avere una valutazione grazie ai big data».

Le spese

Al proprietario vendere costa dai 49 ai 490 euro, in base al tipo di annuncio e ai servizi aggiuntivi: «Con 490 euro offriamo il venduto garantito e se entro 45 giorni non vendiamo, li restituiamo». La commissione è fissa: 190 euro per chi prende casa in affitto, 990 per chi l'acquista. La piattaforma guida l'utente in tutti i passaggi, dall'inserimento dell'annuncio alla firma dei documenti. E mette a disposizione servizi come notaio, fotografo, contratti.

Dove.it invece mantiene la figura dell'agente immobiliare. «Usiamo la tecnologia per aiutarlo — dice il cofondatore Paolo Facchetti —. Al centro c'è la piattaforma che mette in contatto agenti, acquirenti e venditori: così possiamo contenere i costi. Servizio gratis per il venditore. Per chi acquista la commissione è del 2,49% contro il 3% delle tradizionali agenzie».

Grazie a foto professionali, filmati e planimetrie precise della casa realizzate dal team di Dove.it, sul sito è possibile la visita virtuale delle case. Secondo il RockAgent Proptech Trends 2019, indagine su oltre 500 agenti italiani, il 37% degli agenti stima nei prossimi cinque anni un fatturato più che dimezzato se non verranno adottati approcci e strumenti innovativi: «L'uso di strumenti tecnologici fa risparmiare tempo e migliora il rapporto con i clienti — dice Daniel Debash, founder di RockAgent —. Prime fra tutte intelligenza artificiale e analisi dei dati, che lo aiutano in una valutazione oggettiva e precisa dell'immobile».

