

Federimmobiliare: fatto il primo passo ora bisogna marciare

Guglielmo Pelliccioli - 12/07/2010, 10:16 | Italy



La recente aggregazione di associazioni del real estate completatasi nel progetto Federimmobiliare, voluta ed attuata con coraggio e tenacia da Federico Oriana e Gualtiero Tamburini, promette di essere un primo passo importante verso quel processo di integrazione delle molteplici sigle che legano le diverse anime del mondo immobiliare. Non sarà nè facile né semplice procedere lungo il percorso auspicato ma era importante porre la prima pietra del progetto.

Come Quotidiano Immobiliare lo auspicavamo da otto anni, fin dalla nostra nascita editoriale facendoci prendere, anche noi come Federico Oriana, per degli 'illusi'. Probabilmente c'è voluta la crisi per accelerare un processo di condivisione che è, soprattutto, frutto di una identità di vedute sulle strategie da portare avanti come comunità. Realisticamente lo ha fatto notare Oriana, ai suoi di Aspesi: "il traguardo è ancora lontano e la strada irta di difficoltà". A chi non piacerà questa federazione? Senza dubbio a coloro i quali hanno una visione frammentaria e disgiunta della realtà immobiliare o si credono capaci di interloquire da soli con tutte le forze politiche, sociali e finanziarie. Perché in fondo è questo l'obiettivo che vuole perseguire questa unione di sigle del real estate: farsi sentire ma, prima ancora, avere la possibilità di ascoltare, diventando interlocutori primari delle commissioni parlamentari che preparano le leggi e degli organi legislativi che le approvano. Da sempre gli operatori immobiliari, pur rappresentando una forza importante dell'economia italiana, vengono sistematicamente ignorati come soggetto di consultazione. Solo così si spiegano i troppi provvedimenti cervellotici adottati dagli esecutivi e poi (quando va bene) frettolosamente ritirati o svuotati della loro micidiale potenzialità distruttiva. Salutato e dato il benvenuto augurale a Federimmobiliare è però già tempo già di guardare in faccia alla realtà. Che non è affatto bella sotto il profilo organizzativo delle varie associazioni. Le tante piccole chiese o parrocchie che radunano sotto un'insegna sindacale le forze imprenditoriali e manageriali del nostro real estate, spesso, non hanno neppure la forza di sostenersi ad un apparato interno: tranne l'Ance tutte le altre soffrono di una dimensione minima con conseguenti organici e sedi (quando ci sono) ridotte all'osso o prese a prestito. 'Qualità piuttosto che quantità' ama dire Oriana a tal proposito ma è evidente che anche minimizzando il problema esso permane in tutta la sua evidenza. Non si vincono le guerre senza una struttura adeguata di truppe e mezzi. Questo è secondo noi il primo vero, grande problema che gli amici di Federimmobiliare devono risolvere: investire nel loro progetto dotandosi di uomini e strumenti vari, in primis nel settore della comunicazione. Spero non si offendano i vari presidenti (peraltro tutte persone piene di volontà e voglia di fare) ma è disperante vedere come le loro associazioni spesso non sono in grado di sostenere costi banali e irrisori perché le casse sociali non lo permettono. Cari amici non si celebrano le nozze con i fichi secchi! Per cui fate un piccolo grande sforzo e dotatevi di risorse adeguate al progetto che volete affrontare. Fare lobby o semplicemente interfacciarsi con il mondo politico non è un'attività da improvvisare, così come non lo è farsi sentire costantemente dai propri associati, monitorarne i pareri e gli umori, assicurare loro le informazioni, coinvolgerli nei processi consultivi, formarli, dotarli di strumenti di conoscenza e approfondimento, stare in mezzo a loro e

confrontarsi localmente, creare una ramificazione di sedi di rappresentanza sul territorio. Sono questi solo alcuni degli obiettivi per crescere e radicarsi ma non sono gli unici. Occorre saper dialogare con tutte le forze non solo centrali ma anche locali, con le amministrazioni anche qui centrali e locali, con le agenzie, con le istituzioni, con gli altri professionisti e le altre realtà imprenditoriali, con il mondo accademico, con le associazioni similari estere, con le fiere e le rassegne internazionali, con la stampa specializzata e generalista, con le televisioni, con gli uffici studi e gli uffici stampa. Aggiornare le proprie comunicazioni, utilizzare e tenere in efficienza i siti internet (non come ora), essere disponibili per convegni, interviste, approfondimenti (non solo il presidente ma anche la direzione). Mi pare che davvero ci sia tanta strada da fare e, necessariamente, qualche investimento finanziario da apportare. Siamo convinti che fatto il grande primo passo ora sia necessario iniziare la marcia. Sennò era meglio rimanere al punto in cui si era.