

AI-MAGAZINE

LA RIVISTA DELL'AGENTE IMMOBILIARE SOSTENIBILE



**Non basta vendere case,
bisogna interpretare il futuro.**

n.1 - aprile 2026

Non basta vendere case, bisogna interpretare il futuro.

Pubblicato da:

Effigi

Edizioni Effigi

Supplemento a "Il Nuovo Corriere dell'Amiata"

Iscrizione al Tribunale di Grosseto n. 9

depositata il 26.11.2001

Iscrizione al ROC n° 12763

Direttore responsabile pro tempore:

Mario Papalini

Spedizione stampe in abbonamento postale

Gruppo IV/70 Pubblicità inferiore al 70%

Registrazione del Tribunale di Grosseto

n. 19/88 V.G. dell'11.1.1988

Associazione A.P.S.

"Rete Agenti Immobiliari Sostenibili"

Presidente: Sandro Marcucci

Vicepresidente: Francesco Santioli

Ambassador: Simone Donato

Segretario: Maurizio Leto

reteagentiimmobiliarisostenibili.it

aisostenibile@gmail.com

Via Gorizia n. 52-54

53021 Abbadia S.S. (SI)

Tel. 328887501

© AIS Magazine – La Rivista dell'Agente Immobiliare Sostenibile.

Tutti i diritti riservati.

Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, archiviata o trasmessa in alcuna forma e con qualsiasi mezzo – elettronico, meccanico, fotocopia, registrazione o altro – senza l'autorizzazione scritta dell'editore.

I contenuti presenti nella rivista, inclusi testi, immagini, grafici, layout e design, sono protetti dalla normativa vigente in materia di diritto d'autore (Legge 22 aprile 1941 n. 633 e successive modifiche). Le opinioni espresse negli articoli firmati riflettono esclusivamente il pensiero degli autori e non necessariamente quello dell'editore o della direzione. Ogni marchio citato appartiene ai rispettivi proprietari. Eventuali errori o omissioni saranno corretti nel numero successivo. È vietata la riproduzione anche parziale a fini commerciali.

Contenuti

- 3- *Perché il modello attuale non funziona più* - Sandro Marcucci
- 4- *Quando la Sostenibilità Diventa Cultura* - Francesco Santioli
- 6- *Il valore degli strumenti nel lavoro dell'agente immobiliare* - Maurizio Leto
- 8- *L'approccio ESG di Titolare Top* - Stefano Mulas
- 10- *Le persone giuste non si comprano: si costruiscono* - Marco Meoni
- 13- *Andrea De Tanti, il personal brand che trasforma la visibilità in fiducia* - Andrea De Tanti
- 15- *La sostenibilità? È una responsabilità.* - Emiliano Cioffarelli
- 16- *Intelligenza artificiale e domotica: opportunità reali e cautele necessarie* - Alessio Vannuzzi
- 18- *Non solo posizione: e se la sostenibilità fosse il nuovo driver del valore immobiliare?* - Teresa Agovino
- 19- *Dentro la Rete R.A.I.S. - Redazionale*

AIS-MAGAZINE

LA RIVISTA DELL'AGENTE IMMOBILIARE SOSTENIBILE

Sei un Agente Immobiliare?

Un Titolare di Agenzia?

Un Professionista o Imprenditore del settore?

Contattaci per dare il tuo contributo a questa rivista, proponendo idee e contenuti da inserire.

 aisostenibile@gmail.com

  +39 328 8875 014

Perché il modello attuale non funziona più

Ripensare il ruolo dell'Agente Immobiliare per ricostruirne il valore.

Viviamo un momento di profonda trasformazione, non solo del mercato immobiliare, ma del significato stesso del nostro lavoro. Per anni, la figura dell'agente immobiliare in Italia ha perso progressivamente valore agli occhi delle persone. Non è un'opinione, è una percezione diffusa. Una reputazione fragile, spesso messa in discussione, talvolta compromessa.

E questo non è accaduto per caso. Nel tempo, la nostra professione si è appiattita su logiche troppo semplici, riducendosi spesso a un'attività commerciale basata sulla velocità, sull'improvvisazione, sulla ricerca della provvigione più che sulla creazione di valore. Troppo spesso si è rinunciato allo studio, alla formazione continua, all'evoluzione delle competenze. Troppo spesso si è confuso il "fare" con il "saper fare".

A questo si è aggiunto un racconto distorto della nostra figura. I media, negli anni, hanno contribuito a costruire un'immagine dell'agente immobiliare superficiale, talvolta caricaturale, altre volte addirittura associata a comportamenti poco trasparenti. Figure improvvisate, dinamiche goliardiche, narrazioni lontane dalla complessità reale del nostro lavoro.

Il risultato è sotto gli occhi di tutti: una professione fondamentale per la società, percepita però come accessoria. Un ruolo centrale nelle scelte di vita delle persone, ma spesso privo della fiducia che meriterebbe.

La verità è che il modello attuale non funziona più.

Non funziona perché il mondo è cambiato. Sono cambiate le persone, più consapevoli e informate. È cambiato il mercato, più complesso e meno prevedibile. Sono cambiate le esigenze, che non si limitano più al prezzo o alla metratura, ma includono qualità della vita, sostenibilità, impatto nel tempo.

In questo scenario, continuare a operare con strumenti, approcci e mentalità del passato non è solo inefficace. È rischioso.

Per questo oggi non basta migliorare. Serve evolvere. Serve una nuova visione della professione. Un salto di livello che non riguarda solo le competenze tecniche, ma anche i valori, il modo di lavorare, il ruolo che scegliamo di avere nella società.



SANDRO MARCUCCI

Presidente Associazione RAIS -
Rete Agenti Immobiliari Sostenibili

L'agente immobiliare non può più essere un semplice intermediario. Deve diventare un consulente avanzato. Un professionista capace di leggere la complessità, interpretare i cambiamenti, guidare le persone in scelte sempre più importanti e consapevoli.

Questo significa acquisire nuove competenze, aggiornarsi costantemente, integrare una visione multidisciplinare a strumenti innovativi, dati, tecnologia.

Ma significa anche, e soprattutto, cambiare prospettiva. Mettere al centro la persona, il territorio, l'impatto delle scelte nel tempo. Integrare la sostenibilità come elemento strutturale, non come accessorio. Passare da una logica di breve periodo a una visione di lungo termine. È qui che nasce la necessità di una vera rivoluzione della categoria. Non una rivoluzione fatta di slogan, ma di metodo. Non un cambiamento superficiale, ma un'evoluzione profonda. Una nuova identità professionale che unisce competenza, responsabilità e visione. Un nuovo modo di lavorare che restituisca dignità, valore e fiducia al nostro ruolo. Questo è il passaggio che siamo chiamati a compiere. Non per adattarci al cambiamento, ma per guidarlo. Perché il futuro dell'intermediazione immobiliare non sarà deciso da chi farà più annunci, ma da chi saprà generare più valore.

E questo futuro, oggi, è una scelta.

Benvenuti nel Numero 1 di AIS Magazine.

Benvenuti in un nuovo modo di essere Agente Immobiliare.

Quando la sostenibilità diventa cultura



FRANCESCO SANTIOLI

Founder @ Sostenabitally
Vicepresidente Associazione RAIS
Rete Agenti immobiliari Sostenibili

Interpretare il futuro in un cambiamento di epoca.

Per molto tempo abbiamo raccontato il presente come un'epoca di cambiamenti.

Oggi è evidente che non è più così.

Non stiamo vivendo un semplice cambiamento.

Stiamo vivendo un cambiamento di epoca.

Un passaggio profondo che ridefinisce non solo i modelli economici, ma il modo stesso in cui interpretiamo il mondo, il lavoro, il valore.

E in ogni cambiamento di epoca, ciò che viene messo in discussione non sono solo i sistemi, ma le culture che li sostengono.

Quando parliamo di sostenibilità, siamo abituati a farlo attraverso numeri, indicatori, protocolli, certificazioni.

Strumenti fondamentali, senza dubbio.

Ma non sufficienti.

Perché la sostenibilità, prima ancora di essere una questione tecnica, è una chiave di lettura del futuro.

È il modo attraverso cui scegliamo di interpretare la realtà che sta emergendo. Albert Einstein definiva la cultura come “ciò che rimane quando si è dimenticato tutto quello che si è imparato”.

Una definizione che oggi assume un significato ancora più potente.

La cultura non è ciò che sappiamo.

È ciò che guida le nostre scelte quando non abbiamo più riferimenti certi. Ed è esattamente questo il punto in cui ci troviamo oggi.

Le vecchie certezze non bastano più.

I modelli su cui abbiamo costruito crescita, sviluppo e progresso mostrano i loro limiti. Non perché siano stati sbagliati, ma perché appartengono a un'epoca che non esiste più. La crisi ambientale, le disuguaglianze sociali, la fragilità dei sistemi economici non sono fenomeni isolati. Sono segnali di una trasformazione più ampia.

Una trasformazione sistemica.

Papa Francesco, nella *Laudato si'*, lo esprime con chiarezza: “Viviamo in un ecosistema nel quale persone e natura sono inscindibilmente connesse”.

Questa consapevolezza cambia tutto.

Non possiamo più affrontare i problemi separandoli.

Non possiamo più immaginare soluzioni tecniche per questioni che hanno radici culturali.

Non possiamo più permetterci di intervenire sugli effetti senza ripensare le cause. E questo riguarda anche, e soprattutto, le professioni.

In un cambiamento di epoca, non cambiano solo i mercati. Cambiano i ruoli, le responsabilità, le competenze richieste.

Professioni nate in un contesto stabile si trovano oggi a operare in uno scenario fluido, complesso, interconnesso. Continuare ad applicare modelli del passato significa diventare progressivamente irrilevanti.

Interpretare il futuro significa allora fare una scelta precisa: non limitarsi ad adattarsi, ma ripensarsi.

Ripensare il proprio ruolo.

Ripensare il proprio valore.

Ripensare il proprio impatto.

La sostenibilità diventa cultura esattamente in questo passaggio.

Quando smette di essere un tema da approfondire e diventa una lente attraverso cui leggere ogni decisione.

Quando non è più un'opzione, ma un criterio.

Quando non è più un “ambito”, ma una direzione.

Cultura come consapevolezza delle connessioni.

Cultura come responsabilità verso il sistema di cui siamo parte.

Cultura come capacità di anticipare, non solo di reagire. Interpretare il futuro, oggi, significa comprendere che il valore non sarà più determinato solo da ciò che produciamo, ma da come lo produciamo e da quale impatto generiamo nel tempo.

Significa passare da un modello estrattivo a un modello rigenerativo.

Da una logica di breve periodo a una visione di lungo termine. Da un approccio individuale a una responsabilità sistemica.

La sostenibilità, in questo senso, non è una risposta.

È una domanda.

Una domanda che ogni individuo, ogni impresa, ogni professionista è chiamato a porsi: che ruolo voglio avere nel mondo che sta emergendo?

La sfida è complessa, ma è anche la più grande opportunità che abbiamo.

Perché ogni cambiamento di epoca porta con sé una ridefinizione delle gerarchie, dei valori, delle competenze. E lascia spazio a chi è capace di vedere prima degli altri, di comprendere prima degli altri, di agire prima degli altri.

La sostenibilità diventa cultura quando smettiamo di inseguire il cambiamento e iniziamo a interpretarlo.

Quando non ci limitiamo a ridurre gli impatti, ma iniziamo a generare valore in modo consapevole.

Quando comprendiamo che il futuro non è qualcosa che accade, ma qualcosa che si costruisce, ogni giorno, attraverso le nostre scelte.

Questa non è solo una sfida.

È una responsabilità.

Ed è, allo stesso tempo, la nostra più grande occasione di evoluzione.



<https://www.sostenabitally.it/>

sostenabitally

Mettiamo al centro del tuo business la sostenibilità

Siamo una società benefit con l'unico obiettivo di aiutare imprese ed organizzazioni nel coniugare PROFITTO e SOSTENIBILITÀ.

**Inspira.
Trasforma.
Impatta.**

<https://www.sostenabitally.it/>



Il valore degli strumenti nel lavoro dell'agente immobiliare



MAURIZIO LETO

Agente immobiliare Sostenibile
Eco Casa Immobiliare

Se c'è una cosa che negli ultimi anni è cambiata davvero, è il modo in cui le persone vivono e percepiscono la casa. Non è più solo una questione di spazi, di prezzo o di posizione. Chi compra oggi fa domande diverse. Vuole capire quanto consumerà quella casa, come cambierà nel tempo, se sarà ancora "giusta" tra dieci anni.

E chi vende, allo stesso modo, non cerca più semplicemente qualcuno che pubblichi un annuncio.

Cerca qualcuno che sappia dare risposte.

In mezzo, ci siamo noi.

Ed è proprio qui che il nostro lavoro sta cambiando.

Per molto tempo, essere agenti immobiliari ha significato conoscere bene il mercato, sapersi muovere tra le richieste, avere relazioni, intuizione, capacità commerciale.

Tutto questo resta importante.

Ma oggi non basta più.

Perché il mercato è diventato più complesso, più tecnico, più veloce.

E soprattutto più consapevole.

Le informazioni sono ovunque.

I clienti arrivano preparati.

Le aspettative sono più alte.

E allora la domanda diventa inevitabile:

Che valore portiamo davvero?

La risposta, sempre più spesso, sta negli strumenti che scegliamo di utilizzare.

Non strumenti "in più", ma strumenti diversi.

Strumenti che ci permettono di leggere un immobile in profondità, di raccontarlo meglio, di trasformare dati complessi in informazioni utili per chi deve prendere una decisione importante. Perché comprare o vendere casa non è mai una scelta banale.

È una scelta che riguarda il futuro delle persone.

E noi, in quel momento, siamo chiamati a essere qualcosa di più di un intermediario.

Quando iniziamo a lavorare con strumenti evoluti, succede qualcosa di interessante.

Cambia il nostro modo di vedere gli immobili.

Ma cambia anche il modo in cui i clienti vedono noi.

Una valutazione non è più solo un numero.

Diventa un'analisi.

Una spiegazione.

Un percorso.

Una presentazione non è più solo marketing.

Diventa chiarezza.

Trasparenza.

Credibilità.

E una trattativa non è più solo negoziazione.

Diventa accompagnamento.

Strumenti come la *Relazione di Sostenibilità Immobiliare* nascono proprio da questa esigenza.

Non per complicare il lavoro, ma per renderlo più completo. Non per aggiungere informazioni, ma per dare loro un senso.

Perché oggi una casa non è più solo un immobile.

È un insieme di elementi che dialogano tra loro: energia, costi, territorio, qualità della vita.

E riuscire a leggere tutto questo significa aiutare davvero le persone a scegliere.

C'è un aspetto che spesso viene sottovalutato, ma che fa tutta la differenza.

Quando il cliente percepisce che hai strumenti, metodo, capacità di analisi... cambia il livello della relazione.

Si abbassa la diffidenza.

Aumenta l'ascolto.

Si crea fiducia.

E la fiducia, in questo lavoro, è tutto.

Non si costruisce con le parole.

Si costruisce con ciò che dimostri.

E poi c'è un effetto ancora più concreto.

Gli incarichi.

Perché un proprietario oggi non sceglie solo chi "può vendere casa".

Sceglie chi gli dà più sicurezza.

Chi riesce a spiegare meglio.

Chi dimostra maggiore competenza.

Chi trasmette una visione più chiara.

In altre parole, sceglie chi lo fa sentire nel posto giusto. E questo non dipende dal numero di immobili che gestiamo, ma dalla qualità del nostro lavoro.

Forse il vero cambiamento sta tutto qui.

Non nel fare di più.

Ma nel fare meglio.

Non nel rincorrere il mercato.

Ma nel comprenderlo.

Non nel vendere case.

Ma nel saper leggere ciò che quelle case rappresentano, oggi e domani.

Interpretare il futuro, in fondo, significa proprio questo. Avere gli strumenti per vedere oltre l'immediato.

Avere la sensibilità per capire cosa conta davvero.

Avere il coraggio di cambiare modo di lavorare. Perché il mercato immobiliare continuerà a evolvere.

Le regole cambieranno.

Le aspettative cresceranno.

E noi abbiamo due possibilità.

Restare fermi, cercando di adattarci.

Oppure fare un passo avanti, e diventare parte attiva di questo cambiamento.

La direzione è già tracciata.

Sta a noi decidere come percorrerla.



**"La Tua Casa, il Nostro Pianeta,
insieme per un futuro Sostenibile"**



Eco Casa Immobiliare
La 1ª Agenzia del Brand "Agente Immobiliare Sostenibile"
www.ecocasaimmobiliare.it



L'approccio ESG di Titolare Top



STEFANO MULAS

Founder Titolare Top |
Co-Founder House Tree real Estate SpA.

L'equilibrio nella scalabilità delle agenzie immobiliari verso il milione: l'approccio ESG di Titolare Top. In un mercato immobiliare sempre più competitivo, parlare di crescita senza sostenibilità è oggi un limite strategico. Il vero discrimine tra un'agenzia solida e una fragile non è più solo il fatturato, ma la capacità di integrare i principi ESG – Environmental, Social, Governance – nel proprio modello di sviluppo. Il lavoro di Titolare Top, Società di consulenza fondata da Stefano Mulas nel 2018 e che a oggi ha formato più di 500 titolari, ha come *mission*, guidare le agenzie in un percorso di crescita verso il milione, sorretto da principi di equilibrio, controllo e attenzione all'impatto sul territorio.

Environmental e Social: il territorio come leva di posizionamento.

Per un'agenzia immobiliare, sostenibilità significa prima di tutto assumere un ruolo attivo nella comunità in cui opera. Non si tratta solo di attenzione ambientale, ma di responsabilità sociale concreta.

“Sempre più titolari – afferma Mulas – stanno comprendendo che reinvestire parte degli utili nel territorio non è solo una scelta etica, ma una leva strategica di marketing e posizionamento. L'esempio tra tanti, di SIM Immobiliare a Novara è emblematico, con iniziative di

supporto alla sanità locale attraverso donazioni di ambulanze e tecnologie per l'ospedale pediatrico, promosse tramite attività di social marketing”.

Queste azioni rafforzano il legame con la comunità, costruiscono fiducia e differenziano l'agenzia in un mercato sempre più affollato. *“Oggi il cliente non sceglie solo il servizio, ma anche i valori”.*

Governance: la disciplina che rende sostenibile la crescita.

Se la dimensione sociale e ambientale rappresenta l'impatto esterno, la Governance è ciò che garantisce la stabilità interna. È qui che si gioca la vera partita della scalabilità. Crescere verso il milione non è solo aumentare il volume delle operazioni, **ma costruire una struttura finanziaria capace di sostenere quella crescita nel tempo con le redini in mano.** Le agenzie lavorano su piani di sviluppo a 3-5 anni, con obiettivi chiari, margini definiti e strategie fiscali consapevoli. **La gestione dei conti diventa centrale:** sapere quanto si può investire, come mantenere liquidità, come pagare correttamente fornitori e imposte senza compromettere l'utile. **Generare utili è fondamentale,** ma lo è ancora di più **saperli gestire** e reinvestire in modo strategico.

Crescita sostenibile: da fatturato a sistema azienda.

Non esiste crescita reale anche sostenuta senza equilibrio. Un'agenzia che fattura ma è disorganizzata, fiscalmente inefficiente o **scollegata dal territorio è un'agenzia esposta.**

L'ESG diventa quindi una vera bussola “ambientale”: aiuta il titolare a prendere decisioni più consapevoli, a strutturare l'azienda e a **costruire valore nel tempo.** Il modello promosso da Titolare Top è chiaro: *“Creare una generazione di imprenditori felici di vincere insieme, sì, ma in un ecosistema che rispetti i valori.”* Stefano Mulas Founder Titolare Top Co-Founder House Tree real Estate SpA.

Un report per te:

<https://titolaretop.it/report-stato-salute/>



Real Estate StarMeet

by TITOLARE TOP

28-29-30 GENNAIO 2027

Più di un evento:
È un **ACCELERATORE**
di risultati.

Per tre giorni salgono sul palco **i migliori Titolari d'agenzia immobiliare italiani**, pronti a rivelarti le strategie che li hanno portati al Milione... E oltre.

- **Accedi** a un **patrimonio d'esperienza** inestimabile
- Ogni speech **ti eviterà anni di prove ed errori**
- **Decidi** la tua **direzione di crescita**.

il luogo in cui l'imprenditoria immobiliare
incontra il suo livello più alto

Vuoi approfittare di uno sconto esclusivo?

Scansiona il QrCode!



Real Estate Starmeet

Le persone giuste non si comprano: si costruiscono



MARCO MEONI

CEO Il Nido Immobiliare |
Founder The Job Game

Nel settore immobiliare si parla molto di immobili. Di classi energetiche, valori al metro quadro, tecnologie di vendita. Eppure il problema più grande della maggior parte delle agenzie non ha niente a che fare con nessuna di queste cose.

Chiunque gestisca un'agenzia lo sa: il problema più urgente oggi non è trovare case da vendere o clienti a cui proporle. È trovare le persone giuste con cui lavorare. Trovarle, inserirle, formarle. E soprattutto trattenerle. In un Paese dove oltre il 70% delle agenzie immobiliari è composto da aziende individuali, il tema sembra riservato alle grandi strutture. È esattamente il contrario: è proprio in chi vuole crescere che la questione del capitale umano diventa la vera partita da giocare.

Quando si parla di sostenibilità nel *Real Estate*, la mente va subito all'efficienza energetica, ai materiali eco-compatibili, alle direttive europee. Giusto. Ma la sostenibilità – quella a 360° – non si esaurisce lì.

La “S” di ESG sta per Social. E in azienda, “sociale” significa prima di tutto come tratti i tuoi collaboratori. Welfare, percorsi di crescita, qualità della vita in azienda: non sono lussi da multinazionale. Senza di questi, un'azienda non cresce: si esaurisce. Nel settore immobiliare, dove il turnover è storicamente alto,

dove il percorso di un collaboratore inizia e finisce spesso nel giro di pochi mesi e dove la formazione si riduce a qualche giornata motivazionale all'anno, la sostenibilità sociale non è un tema accessorio. È una rivoluzione culturale necessaria.

Le nuove generazioni non scelgono un lavoro solo per lo stipendio. Lo scelgono per i valori che l'azienda rappresenta, per l'ambiente che trovano, per le possibilità di crescita reale. Un giovane che entra in un'agenzia senza un percorso strutturato, senza riferimenti chiari, senza sentirsi parte di qualcosa, se ne andrà.

Non tra un anno. Tra tre mesi. A volte prima. Non perché sia svogliato – i giovani non hanno voglia di lavorare è l'etichetta comoda che il nostro settore spesso applica – ma perché ha capito, forse meglio di noi, una cosa semplice: non intende scambiare 8 ore di lavoro per 8 ore di libertà. Vuole di più.

A Il Nido Immobiliare siamo passati da 5 a oltre 70 collaboratori applicando un principio semplice: le persone non sono un mezzo per raggiungere risultati. Questo non è fortuna: è metodo.

Lo abbiamo chiamato Nidocracy, un modello organizzativo fondato su Responsabilità, Autonomia e Libertà, dove ogni collaboratore sa esattamente dove sta andando e cosa deve fare per arrivarci. Non solo in termini economici: cresce il ruolo, cresce la competenza, cresce la persona. Le regole sono chiare fin dal primo giorno, e per tutti allo stesso modo. E quando le regole sono chiare, le persone non aspettano che qualcuno le spinga. Corrono da soli.

Ma l'ambiente migliore del mondo non regge se le persone che ci entrano non sono quelle giuste. Serve selezionare bene. Ed è da questa esigenza interna che è nato The Job Game: una piattaforma di selezione che si basa sulla *gamification* sviluppata con il prof. Giorgio Nardone del Centro di Terapia Strategica di Arezzo.

Il candidato non fa solo un test: vive un'esperienza interattiva costruita attorno al concetto di *psicotrappole*, trappole psicologiche elaborate dal prof. Nardone che, invece di chiedere direttamente come si comporterebbe una persona, la mettono in situazioni che ri-

velano naturalmente chi è. Attitudini, valori, stile relazionale: tutto emerge senza che il candidato se ne accorga. Non ci sono risposte giuste o sbagliate. Ogni scelta spontanea racconta qualcosa di autentico. Il tutto in circa quindici minuti: quindici minuti per capire quello che un colloquio tradizionale non riesce a dirti in un'ora.

I risultati: +24% nella qualità delle assunzioni, *onboarding* più veloce del 33%, e il 95% dei candidati che preferisce questa modalità rispetto a un processo selettivo tradizionale.

La domanda che ogni titolare dovrebbe farsi non è “come trovo le persone?”. È: sto costruendo un posto dove le persone vogliono restare? Perché quando l'ambiente è quello giusto, i talenti arrivano. Si parla tanto di immobili che resistono al tempo. Ma la struttura più fragile di un'agenzia non è mai quella dell'edificio. Sono le persone. E a differenza degli immobili, le persone giuste non si comprano: si costruiscono. Un **incarico sostenibile** è un incarico in cui l'agente sa sempre:

- a che punto si trova il processo;
- quali attività sono già state completate;
- quali sono le prossime azioni previste;
- quali informazioni sono state condivise con il cliente;
- quali indicatori segnalano se si sta andando nella direzione giusta.

Checklist operative, procedure, momenti di controllo e indicatori di avanzamento non sono buro-

crazia inutile. Sono **strumenti di tutela**.

Tutela per l'agente, che riduce il carico mentale e l'improvvisazione.

Tutela per il cliente, che vive un percorso più chiaro e coerente.

Meno stress, più qualità del servizio

Un sistema ben costruito ha un impatto diretto anche sulla qualità percepita.

Quando il lavoro è strutturato, la comunicazione è più ordinata, i tempi sono più prevedibili, le aspettative vengono gestite meglio.

Il cliente non percepisce frenesia, ma controllo.

Non urgenza continua, ma metodo.

Non promesse affrettate, ma un percorso guidato.

In questo senso, la sostenibilità operativa diventa anche sostenibilità relazionale.

Meno tensioni, meno conflitti, meno fraintendimenti.

Più fiducia, più collaborazione, più rispetto del ruolo professionale dell'agente.

Costruire oggi per durare nel tempo.

In un mercato sempre più complesso e competitivo, la differenza non la farà chi corre di più, ma chi ha costruito un modello di lavoro capace di durare.

La sostenibilità professionale non è un lusso, né un tema “soft”: è una condizione necessaria per rimanere **efficaci nel tempo**.

Costruire sistemi significa accettare che il valore non sta solo nell'impegno personale, ma nella qualità dell'organizzazione.

Significa spostare l'attenzione dalla fatica al progetto, dalla corsa al controllo.

Per l'agente immobiliare di oggi – e soprattutto di domani – la vera sostenibilità passa da qui:

Non correre di più, ma costruire meglio.



SCOPRI IN ANTICIPO COME IL CANDIDATO GESTIRÀ:

Situazioni di pressione:

Come reagirà quando i tempi sono stretti e le aspettative alte?

Conflitti di team:

Affronta i problemi o li evita?

Cambiamenti imprevisti:

Si adatta con flessibilità o si blocca?

Feedback migliorativi:

Come gestisce le critiche costruttive?

CON I TESTI DI THE JOB GAME:

+33%

Velocità di
selezione

+24%

Qualità
assunzioni



PERCHÈ IL TEST È ATTENDIBILE?

Il test è in **corso di validazione** all'**Università Cattolica di Milano** e basato sulle teorie del Professor **Giorgio Nardone**



VUOI SAPERNE DI PIÙ?

INQUADRA IL QR CODE CON LA
FOTOCAMERA



Andrea De Tanti, il personal brand che trasforma la visibilità in fiducia



ANDREA DE TANTI

Agente Immobiliare
Andrea De Tanti Immobiliare

Nel mercato immobiliare di oggi non basta essere presenti: bisogna essere riconoscibili. Per un'agenzia immobiliare, il *personal brand* non è un dettaglio estetico né un semplice esercizio di comunicazione. È il modo in cui ci si posiziona nella mente delle persone, il processo attraverso cui si conquista uno spazio preciso nella loro memoria e, soprattutto, nella loro fiducia. Per noi questo tema è centrale. Siamo una realtà presente sul territorio dal 1978 e oggi siamo la prima agenzia di riferimento in provincia di Sondrio, ma questo risultato non è arrivato per caso né dall'oggi al domani.

Oggi moltissime persone conoscono Andrea De Tanti per i suoi successi, per le 172 transazioni portate a termine nell'ultimo anno, per i 116 incarichi gestiti e per tempi di vendita davvero competitivi, con una media di 90 giorni dalla messa in pubblicità. Lo conoscono anche per la sua presenza sui social: nel 2025 sono stati realizzati 88 reel, circa due a settimana, capaci di attirare un pubblico sempre più ampio. Ma dietro questi numeri c'è una domanda più interessante: come si costruisce davvero un'immagine così forte?

La risposta sta nel posizionamento. Entrare nella mente dei clienti e restarci, in modo che, quando la decisione di vendere inizia a maturare, De Tanti Immobiliare sia il primo nome che affiora spontaneamente.

È questo il vero obiettivo del *personal brand*: non farsi notare per un momento, ma diventare una presenza familiare e credibile nel tempo. Per farlo lavoriamo ogni giorno sulla qualità della nostra comunicazione, dagli annunci costantemente aggiornati per garantire la massima visibilità sui portali, fino alle campagne pubblicitarie studiate per rafforzare il nostro messaggio.

In questo percorso, i social hanno avuto un ruolo decisivo. Quando i social network hanno raggiunto la loro piena maturità, Andrea ha colto subito un'opportunità che molti ancora sottovalutavano: non usarli solo come intrattenimento, ma come uno strumento concreto per dare più visibilità agli immobili. Dai primi video su YouTube, semplici e diretti, si è arrivati nel tempo a un format ben preciso, riconoscibile, capace di entrare nell'immaginario collettivo. È così che sono nati tormentoni come "Bombetta!" e "Vieni Greg": espressioni leggere, immediate, capaci di strappare un sorriso ma anche di rendere memorabile ogni contenuto.

E quando un contenuto resta impresso, il passo verso il contatto è molto più breve. Nel 2025 i nostri profili social sono cresciuti dell'8,46% su una base di oltre 3.500 iscritti. Ogni reel registra in media 10.000 visualizzazioni e genera decine di richieste di visita. Non è solo una questione di numeri: è la dimostrazione che un format funziona quando riesce a unire personalità, chiarezza e costanza. Andrea, con il suo tono energetico e con la capacità di raccontare gli immobili in modo specifico senza mai risultare pesante, riesce a far risplendere ogni casa che presenta.

Dietro tutto questo c'è anche un principio psicologico molto noto: il cosiddetto *mere exposure effect*, studiato dallo psicologo Robert Zajonc negli anni Sessanta. In sostanza, più vediamo qualcosa o qualcuno, più tendiamo a percepirlo come familiare e quindi positivo. Il cervello umano, infatti, tende a fidarsi di ciò che conosce.

Lo racconta bene anche Andrea in un estratto del libro che sta scrivendo, *Just Sold It*:

“I video fanno esattamente questo. Ogni reel che pubblico è un deposito di fiducia. Non un annuncio pubblicitario, un appuntamento settimanale con persone che ancora non mi conoscono di persona ma che, a forza di vedermi, iniziano a sentirmi come qualcuno di familiare. Qualcuno di cui, inconsciamente, si fidano già. Il risultato pratico è questo: quando un proprietario che mi segue da mesi mi chiama per una

valutazione, la diffidenza che normalmente accompagna il primo incontro con un agente immobiliare è già in parte sciolta. Non devo ricostruire la fiducia da zero, è già lì, depositata video dopo video, bombetta dopo bombetta. Devo solo confermarla con il lavoro che faccio”.

Tratto dal libro *Just Sold It* di Andrea De Tanti.

Ed è proprio qui che il *personal brand* smette di essere una teoria e diventa strategia concreta. Perché quando la notorietà incontra la credibilità, la comunicazione non porta soltanto visibilità: porta incarichi, relazioni e risultati. Andrea De Tanti oggi è riconosciuto non solo perché comunica tanto, ma perché nel tempo ha costruito una presenza coerente, distintiva e affidabile. E nel mercato immobiliare, essere la prima scelta nella mente delle persone è spesso il primo passo per diventarlo anche nella realtà.



La sostenibilità? È una responsabilità



EMILIANO CIOFFARELLI

Vice Direttore editoriale di CASA RADIO |
Vice Presidente
CONFASSOCIAZIONI
Comunicazione, Informazione e Media

La sostenibilità in edilizia è diventata una parola onnipresente, spesso utilizzata come leva commerciale più che come concetto tecnico. Oggi tutto viene definito sostenibile: materiali, impianti, edifici. Ma se si entra nel merito, la questione è molto più complessa. La vera domanda non è se un edificio è sostenibile, ma rispetto a cosa lo è.

Nel settore delle costruzioni, la sostenibilità non può essere ridotta alla sola efficienza energetica. Per anni l'attenzione si è concentrata sui consumi durante l'utilizzo degli edifici, ma oggi è chiaro che questo è solo una parte del problema, a prescindere dai riflessi energetici delle guerre in atto. Un edificio ha un impatto ambientale lungo tutto il suo ciclo di vita: dalla produzione dei materiali alla costruzione, dall'uso fino alla demolizione o trasformazione. È proprio su questo approccio che si basa il *Life Cycle Assessment*, uno strumento che consente di valutare in modo oggettivo l'impatto complessivo delle scelte progettuali. Uno degli aspetti più interessanti riguarda la distinzione tra energia operativa ed energia incorporata. La prima è quella utilizzata durante la vita dell'edificio, la seconda è quella necessaria per costruirlo.

Con edifici sempre più efficienti, il peso dell'energia incorporata sta diventando sempre più rilevante. Questo significa che non basta ridurre i consumi: bisogna anche progettare edifici che “nascono” bene dal punto di vista energetico.

Anche il tema dei materiali è spesso affrontato in modo superficiale. Non esiste il materiale più sostenibile in assoluto. Esiste quello più adatto a uno specifico contesto. La valutazione deve considerare diversi fattori: energia di produzione, durabilità, manutenzione e fine vita. Un materiale con basso impatto iniziale ma scarsa durata può risultare meno sostenibile nel lungo periodo rispetto a uno meno performante ma più duraturo.

Un altro elemento centrale è il rapporto tra costruzione e riuso. Il patrimonio edilizio esistente rappresenta una risorsa enorme in termini di energia già investita. Demolire e ricostruire significa spesso perdere questo valore e generarne di nuovo. In molti casi, riqualificare un edificio esistente può essere una scelta più equilibrata rispetto alla nuova costruzione, soprattutto se si considera l'intero ciclo di vita.

A questo si aggiunge il tema dei rifiuti da costruzione e demolizione, uno degli aspetti meno visibili ma più impattanti del settore. Ogni edificio, prima o poi, diventa un cantiere e quindi una fonte di rifiuti. Progettare pensando anche al fine vita, alla possibilità di smontare e recuperare i materiali, è oggi una delle sfide più importanti.

L'isolamento termico resta uno degli strumenti più efficaci per migliorare le prestazioni energetiche, ma non è una soluzione universale. Deve essere progettato considerando il comportamento dell'edificio, la ventilazione e l'uso reale. Più isolamento non significa automaticamente più sostenibilità.

Infine, un edificio sostenibile non è solo efficiente, ma anche durevole e salubre. Deve garantire qualità dell'aria, comfort e capacità di adattarsi nel tempo. La vera sostenibilità nasce dall'equilibrio tra energia, materiali, costi e qualità della vita. Non è uno slogan, ma un approccio tecnico che richiede analisi, progettazione e visione a lungo termine.

Intelligenza artificiale e domotica: opportunità reali e cautele necessarie



ALESSIO VANNUZZI

CEO Ohmega
Progettazione SRL

La casa intelligente incontra l'AI: innovazione, comfort e nuovi interrogativi

Negli ultimi mesi l'intelligenza artificiale è entrata con forza anche nel racconto della casa intelligente. Sempre più spesso la troviamo associata a concetti come comfort, risparmio energetico, sicurezza e personalizzazione. Il punto, però, è capire bene di cosa stiamo parlando. Perché una cosa è la domotica evoluta, capace già oggi di gestire luci, clima, schermature, consumi e scenari. Un'altra è l'uso dell'intelligenza artificiale come livello ulteriore, in grado di analizzare dati, riconoscere abitudini e suggerire o automatizzare decisioni in modo più dinamico.

In teoria, il potenziale è molto interessante. Una casa potrebbe imparare nel tempo le preferenze di chi la vive, ottimizzare la temperatura in base agli orari reali, gestire meglio i carichi elettrici, ridurre gli sprechi e migliorare l'esperienza quotidiana. Anche l'interazione potrebbe diventare più semplice, più naturale, meno legata a comandi rigidi e più vicina a un dialogo con il sistema.

Tutto bello, certo. Ma è proprio qui che serve un po' di equilibrio.

Per funzionare davvero bene, infatti, l'intelligenza artificiale ha bisogno di dati. E quando parliamo di casa, i dati non sono mai banali. Parliamo di presenza o assenza delle persone, abitudini, orari, preferenze, comportamenti, consumi. In altre parole, frammenti molto precisi della vita quotidiana. Ecco perché il tema non può essere affrontato solo in chiave tecnologica o commerciale. Entrano in gioco la privacy, la sicurezza informatica, la qualità del trattamento dei dati e, soprattutto, la fiducia del cliente finale.

C'è poi un altro aspetto da non sottovalutare. Oggi il mercato tende a usare il termine "AI" con una certa disinvoltura. In alcuni casi si tratta davvero di sistemi capaci di apprendere o adattarsi. In altri, più semplicemente, di automazioni avanzate o algoritmi ben costruiti. Non c'è nulla di male, ma è importante evitare confusione. Perché quando si crea troppa aspettativa, il rischio è di promettere una casa quasi magica e ritrovarsi invece con funzioni interessanti, ma ancora lontane da una piena maturità.

La direzione, comunque, è chiara. L'intelligenza artificiale può rappresentare una reale opportunità per rendere la domotica più utile, più efficiente e più vicina ai bisogni delle persone. Ma non è una scorciatoia e non è una soluzione da inserire ovunque per moda.

Va introdotta con criterio, con progettazione seria e con la consapevolezza che una casa intelligente, prima di essere brillante, deve essere affidabile, comprensibile e sicura.

In fondo, il vero obiettivo non è avere una casa che stupisce. È avere una casa che migliora davvero il modo in cui viviamo. E se l'intelligenza artificiale saprà contribuire a questo, allora sarà un'evoluzione preziosa. Ma dovrà farlo con discrezione, trasparenza e rispetto. Come tutte le tecnologie che vogliono entrare, con intelligenza, nella nostra quotidianità.

La tua casa. Più efficiente, più sicura, più intelligente

Ohmega Progettazioni Srl ti offre 1 ora
di consulenza gratuita.

Scopri come rendere la tua abitazione più smart,
confortevole e su misura per te

Progettiamo soluzioni su misura per migliorare comfort,
efficienza energetica e sicurezza degli ambienti
domestici. Con oltre 15 anni di esperienza nel mondo
della domotica e della building automation, ti aiutiamo
a trasformare la tua casa in uno spazio intelligente,
sostenibile e a prova di futuro.

**SCANSIONA IL QR
CODE E PRENOTA
LA TUA CONSULENZA
GRATUITA!**

**SCAN
ME!**



ohmegaprogettazioni.com/contatti

Non solo posizione: e se la sostenibilità fosse il nuovo driver del valore immobiliare?



TERESA AGOVINO

Ingegnere ambientale |
Consulente di turismo sostenibile

Una città non è fatta di edifici, ma di relazioni. È una frase che torna ogni volta che si osserva davvero cosa sta succedendo oggi nei territori. Negli ultimi anni abbiamo visto città riempirsi e svuotarsi allo stesso tempo: piene di visitatori, sempre più vuote di residenti. Case trasformate in asset, quartieri che cambiano funzione, comunità che si spostano. Il turismo, che per anni è stato considerato un settore separato, è diventato uno dei principali fattori che ridefiniscono il valore immobiliare. E la sostenibilità, in questo contesto, smette di essere un tema ambientale e diventa uno strumento concreto per leggere questi cambiamenti. Non è più solo una questione di domanda e offerta, ma di equilibrio: chi vive un luogo, chi lo attraversa, chi ne trae beneficio. Quando questo equilibrio si rompe, il valore cresce nel breve periodo ma si indebolisce nel lungo. E questo, chi lavora nel *Real Estate*, oggi lo sta iniziando a vedere.

Lavorando come ingegnere ambientale e consulente di turismo sostenibile, negli ultimi dieci anni ho operato tra Europa, Africa, Asia e America Latina, collaborando anche con enti internazionali come le Nazioni Unite su progetti che mettono insieme territorio, comunità e sviluppo economico. Quello che ho imparato sul campo è che il punto non è “avere più turismo”, ma avere il turismo giusto per quel territorio.

È una differenza sottile, ma decisiva.

In alcuni contesti ho visto destinazioni crescere in modo equilibrato, dove il valore immobiliare aumenta insieme alla qualità della vita e alla solidità del sistema locale. In altri, l'opposto: crescita veloce, ritorni immediati e poi instabilità, mercati sempre più fragili e perdita d'identità. Non esiste una formula matematica. Ciò che funziona è entrare nei luoghi, osservare, ascoltare e capire cosa sta funzionando e cosa no prima di prendere decisioni. È lo stesso approccio che utilizzo quando conduco audit di sostenibilità per strutture turistiche o accompagno destinazioni e operatori nella costruzione di modelli più equilibrati, lavorando su elementi molto concreti come filiere, uso delle risorse e relazioni con la comunità locale. È quello che accade, ad esempio, nei percorsi di certificazione di turismo rigenerativo applicati anche alle strutture turistiche di fascia alta, come Regenera Luxury, dove il focus non è più solo ridurre l'impatto ma contribuire attivamente al territorio. Ed è proprio qui che il collegamento con il *Real Estate* diventa evidente: perché la capacità di un luogo di generare valore nel tempo, di mantenere equilibrio e attrattività, incide direttamente anche sul valore degli immobili.

Quello che sta emergendo negli ultimi anni, anche lavorando con un pubblico internazionale, è un cambiamento ancora poco esplicitato ma già in atto: investitori e operatori iniziano a guardare oltre il singolo immobile e a farsi domande sul contesto. Quanto è stabile quella destinazione? Come gestisce i flussi? Che relazione ha con la comunità locale? Sono queste le variabili che sempre più spesso determinano la tenuta del valore nel tempo. Integrare questo tipo di lettura non significa aggiungere complessità, ma avere uno strumento in più per interpretare il mercato in modo più lucido. Perché alla fine, il valore non si costruisce solo negli immobili. Si costruisce nei luoghi. E capire come quei luoghi stanno evolvendo, oggi, fa tutta la differenza.

me@teresagovino.com – www.teresagovino.com

Dentro la Rete R.A.I.S.

Un luogo che non esiste per caso, ma per scelta.

Quando abbiamo cominciato a parlare di una **Rete di Agenti Immobiliari Sostenibili** non stavamo inventando un altro network o un'altra associazione di categoria.

Stavamo guardando con onestà allo specchio una professione che, pur essendo cruciale per la vita delle persone e per il tessuto economico dei nostri territori, spesso soffre di percezione bassa, confusione di ruolo e scarso riconoscimento sociale.

Ci siamo chiesti: se il mondo sta cambiando, intorno a parole chiave come ESG, Sostenibilità Ambientale, Responsabilità Sociale e Buona Governance, perché l'agente immobiliare dovrebbe restare fermo?

E così è nata la **Rete Agenti Immobiliari Sostenibili**.

La rete non è un'aggregazione casuale. È un campo condiviso di **valori e strumenti**.

Una **comunità di professionisti** che ha deciso di interrogare ogni gesto del proprio lavoro: dal primo contatto con un cliente alla gestione post-vendita, dall'analisi dell'immobile all'interpretazione delle dinamiche di mercato, fino alle relazioni più delicate con gli ecosistemi sociali e ambientali che attraversiamo.

Abbiamo creato un corso professionale ad hoc per diventare A.I.S. , totalmente on-line e on-demand, tenuto da accademici e professionisti esperti di Sostenibilità, affermati a livello nazionale ed internazionale.

Fare questo corso, e aderire all'associazione, significa non solo formarsi con un approccio multidisciplinare, ma anche adottare una nuova consapevolezza delle problematiche, oltre a iniziare ad avere un approccio totalmente **nuovo al lavoro di Agente Immobiliare**, fatto di **innovazione** fuori dagli schemi, **responsabilità e visione**.

La rete è un laboratorio di **idee**, di **proposte** ed **azioni concrete**, non di parole vuote, per innovare profondamente la nostra categoria e cambiare il paradigma della percezione della nostra figura professionale.

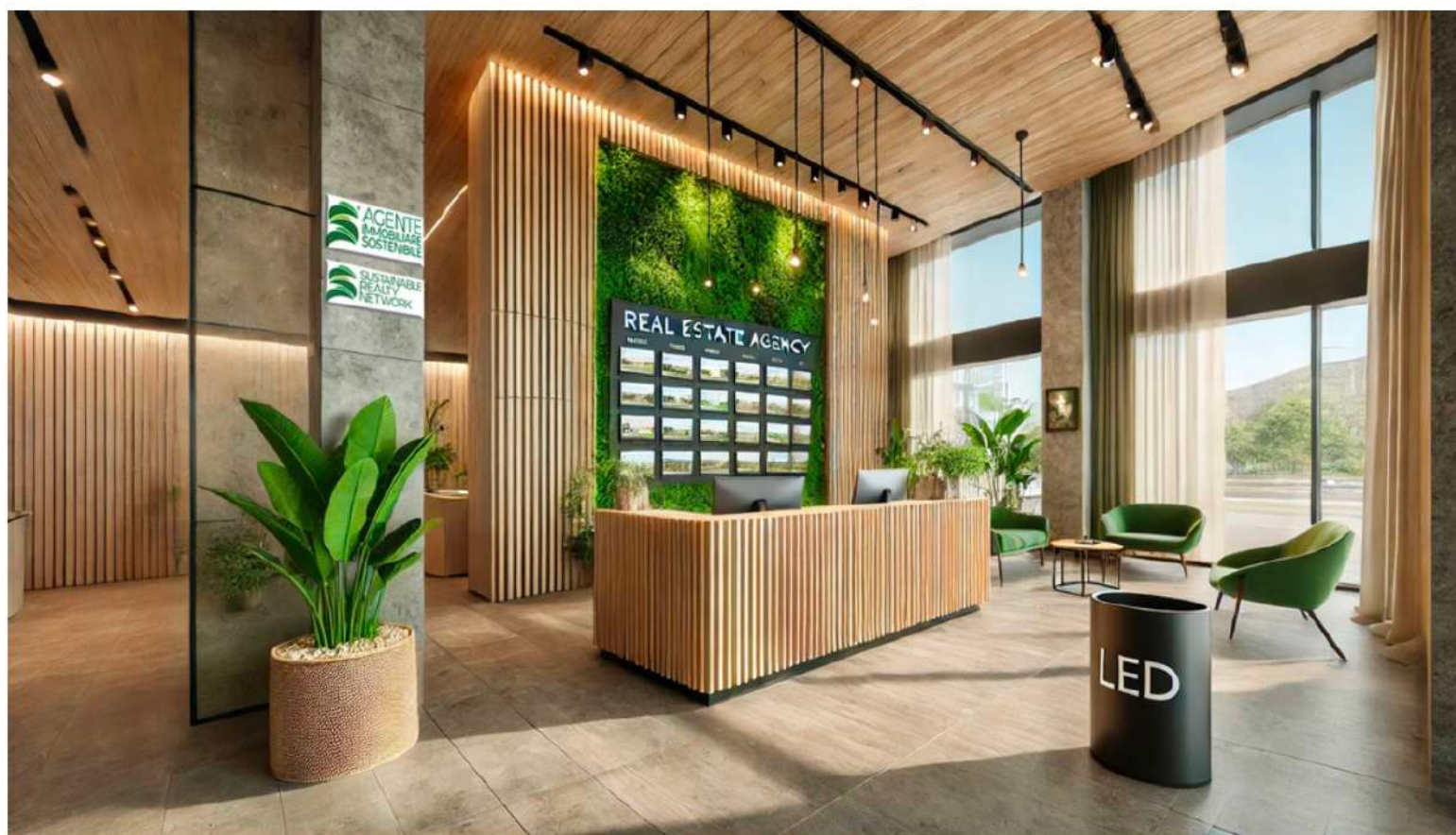
Ci piace descriverla come una rete è fatta di fili, ogni agente che sceglie di percorrerla, ne stringe uno, contribuendo a tessere una trama più ricca, più solida, più significativa.

Per diventare, giorno dopo giorno, persone e professionisti migliori.





“Il Nuovo Ecosistema delle Agenzie Immobiliari”



Abbiamo un sogno: rivalutare la nostra categoria professionale attraverso l'introduzione di nuova formazione, nuovi strumenti e nuovi valori.

**La Rivoluzione del Real Estate è iniziata, sei pronto a diventarne protagonista? Contattaci!
tel. & whatsapp 3288875014**

<https://www.agenteimmobiliaresostenibile.it>

