

Benvenuti A CASA

DI MARIA LEITNER FOTO DI EDI SOLARI

Un rigoroso metodo tedesco per vendere gli immobili più belli della Capitale. Così Christian Völkers, leader nell'intermediazione di immobili di pregio, lancia a Roma il suo market center. «Perché l'Italia vale...»



AL NUMERO 282 DI CORSO VITTORIO EMANUELE, A ROMA, PIENO CENTRO DELLA CAPITALE, PALAZZO SFORZA CESARINI È UNO DI QUEGLI EDIFICI STORICI adattati a ufficio senza perdere il fascino, la magia, la ricchezza di cultura che li accompagnano fin dalla costruzione. Questo, nello specifico, fu voluto dal cardinale Rodrigo Borgia a metà del '400 e qui il Borgia vi abitò in qualità di vice cancelliere della Chiesa, carica conferitagli nel 1457 da Papa Callisto III, del quale era nipote. È tra queste pareti (e la divagazione sulla storia e sul «valore» di queste mura ha un suo motivo...) che ci accoglie Christian Völkers, tedesco di Amburgo, classe 1955, completo grigio, cravatta azzurra, eleganza classica e sobria. La pelle abbronzata e lo stile nel parlare rivelano la sua passione per l'Europa del centro-sud. In Spagna, a Maiorca dove ha una finca e dove ha investito molto nel mercato immobiliare, Völkers vive gran parte dell'anno, e qui esercita anche la sua passione per il polo. L'Italia è l'altro Paese che lo affascina e soprattutto dove, da imprenditore, ritiene ci siano potenzialità di crescita. Ma cosa fa mister Völkers? Da 37 anni si occupa di compravendita di immobili esclusivi con accesso a una clientela internazionale, e ha strutturato una presenza capillare in 39 Paesi con 550 agenzie distribuite in cinque continenti. Un network, il suo, in costante crescita perché mister Völkers ha saputo andare oltre i canoni di una real estate classica, aprendosi a un servi-

zio di consulenza e intermediazione altamente specializzata e soprattutto personalizzata, tra chi vende e vuole acquistare immobili. Il suo è il su misura del mattone di pregio. Già la sede scelta, a Roma, per stabilire il suo primo market center italiano (una sorta di super-agenzia che copre un'intera area metropolitana) è per lui un motivo d'orgoglio. Le stanze affrescate, dal soffitto altissimo, e le finestre che si affacciano sui giardini della corte interna, ci spiega, «sono un forte stimolo per lavorare meglio, con il sorriso, affrontare gli appuntamenti in un luogo di eccellenza, che esprima già al primo colpo d'occhio la nostra capacità di compiere un lavoro qualificato, attenti alle esigenze delle persone». «In questi 1.500 metri quadri», spiega Völkers, «a regime lavoreranno 300 persone (oggi sono un centinaio, ndr), che stiamo selezionando». «Ciò che muove lo spirito del mio lavoro», sottolinea Christian Völkers, «non è la speculazione sul mercato delle case, ma offrire alloggi di altissima qualità al miglior costo possibile, garantendo un'assistenza specifica alle persone e seguendole passo a passo prima e dopo l'acquisto. Che significa anche fornire una serie di servizi esclusivi, come voli privati e yacht, altra branca di attività della nostra società, che facciano sentire i clienti soddisfatti in ogni loro esigenza. Il tipo di clientela che si rivolge a noi, infatti, non vuole un bene perché è caro, ma perché ha un valore. La differenza è sottile, ma sta tutta qui. E per sapere qual è il reale valore di un bene è necessario fidarsi di chi questo valore lo sa riconoscere».

Christian Völkers, 60 anni, fondatore (nel 1977) e ceo di Engel & Völkers, società d'intermediazione di immobili di pregio che conta su un network di 550 agenzie in 39 Paesi nel mondo. Qui è all'interno della nuova sede di Roma, nello storico palazzo Sforza Cesarini.





L'organizzazione della rete di agenti del market center è di rigore teutonico. C'è un team leader di zona, che gestisce uno staff di agenti, a cui viene affidata una parte del territorio di cui è responsabile. Il team leader gestisce tutte le relazioni e l'intero network internazionale è collegato a un unico database, che mette a disposizione di tutti gli agenti le opportunità immobiliari in qualsiasi Paese del mondo. Un modello organizzativo che l'azienda replica con successo nei Paesi in cui è presente, ma con l'intelligenza di adattarlo «alle abitudini e al modo di vivere locale, e ovviamente alle diverse situazioni legali. Conoscendo le culture dei diversi Paesi», spiega, «puoi adattare il tuo sistema lavorativo senza stravolgere i riferimenti dei tuoi collaboratori, e nel contempo senza che vengano meno i cardini portanti della tua società. Così, avrai una migliore entrata nel Paese in cui stai investendo». E di vero e proprio investimento si tratta: lo sbarco a Roma prevede un budget di 3,5 milioni di euro, in primis per fare formazione sulla rete di agenti, quel «patrimonio umano che in Italia c'è e ha ampie potenzialità», dice convinto Völkers. Ma perché, per un'azienda globale come questa, investire proprio in Italia, e farlo proprio ora, in un momento di congiuntura economica non brillantissima? La risposta è inaspettata. «Pensiamo», dice, «che questa sia una delle nazioni che presenta le maggiori potenzialità guardando ai prossimi anni. L'Italia ha delle magnifiche proprietà immobiliari e il mercato è in una fase davvero interessante; inoltre, non c'è una competizione così serrata co-

me nel resto d'Europa, perché mancano le multinazionali del real estate. Tutto è affidato a piccole imprese che però non hanno il sistema capillare e internazionale che noi sviluppiamo e che abbiamo portato anche qui a Roma; quindi c'è tanto da costruire sulla metodologia di lavoro. In Europa, più si scende verso sud, meno l'industria internazionale del real estate è sviluppata. Noi cerchiamo di dare una dimensione più organizzata e di ampio respiro, mettendo in portafoglio un menu completo di servizi al cliente». La conseguenza di questi limiti del business immobiliare nostrano? «In Italia ci sono tanti immobili importanti in vendita», chiosa mr. Völkers, «ma si trovano hanno pochi acquirenti a livello internazionale, proprio perché il mercato è gestito da piccoli venditori o da piccole imprese». Se da una parte c'è una critica, se pur mai esplicita, all'italian way of business, l'apprezzamento per l'Italia e la sua bellezza si pesa in ogni parola di questo signore di Amburgo, che dice di adorare le architetture delle case italiane, il patrimonio artistico che il Paese racchiude, lo stile di vita innato che le persone esprimono, la cultura. «A volte penso che gli italiani non abbiano ben presenti le loro potenzialità. Facendo un paragone d'area mediterranea, gli spagnoli quando parlano di sé, della propria nazione, trasudano orgoglio. Gli italiani, a mio parere, dovrebbero cominciare a credere un po' di più in se stessi...».

IL CLIENTE CHE SI RIVOLGE A NOI NON VUOLE UN BENE PERCHÉ È CARO MA PERCHÉ HA UN VALORE. È DIVERSO...

me nel resto d'Europa, perché mancano le multinazionali del real estate. Tutto è affidato a piccole imprese che però non hanno il sistema capillare e internazionale che noi sviluppiamo e che abbiamo portato anche qui a Roma; quindi c'è tanto da costruire sulla metodologia di lavoro. In Europa, più si scende verso sud, meno l'industria internazionale del real estate è sviluppata. Noi cerchiamo di dare una dimensione più organizzata e di ampio respiro, mettendo in portafoglio un menu completo di servizi al cliente». La conseguenza di questi limiti del business immobiliare nostrano? «In Italia ci sono tanti immobili importanti in vendita», chiosa mr. Völkers, «ma si trovano hanno pochi acquirenti a livello internazionale, proprio perché il mercato è gestito da piccoli venditori o da piccole imprese». Se da una parte c'è una critica, se pur mai esplicita, all'italian way of business, l'apprezzamento per l'Italia e la sua bellezza si pesa in ogni parola di questo signore di Amburgo, che dice di adorare le architetture delle case italiane, il patrimonio artistico che il Paese racchiude, lo stile di vita innato che le persone esprimono, la cultura. «A volte penso che gli italiani non abbiano ben presenti le loro potenzialità. Facendo un paragone d'area mediterranea, gli spagnoli quando parlano di sé, della propria nazione, trasudano orgoglio. Gli italiani, a mio parere, dovrebbero cominciare a credere un po' di più in se stessi...».



In alto, Völkers nella sua finca a Maiorca. A destra, in un salone di palazzo Sforza Cesarini, dove ha stabilito il suo primo market center italiano, una super-agenzia che copre un'intera area metropolitana: qui lavoreranno 300 professionisti immobiliari (engelvoelkers.com).