

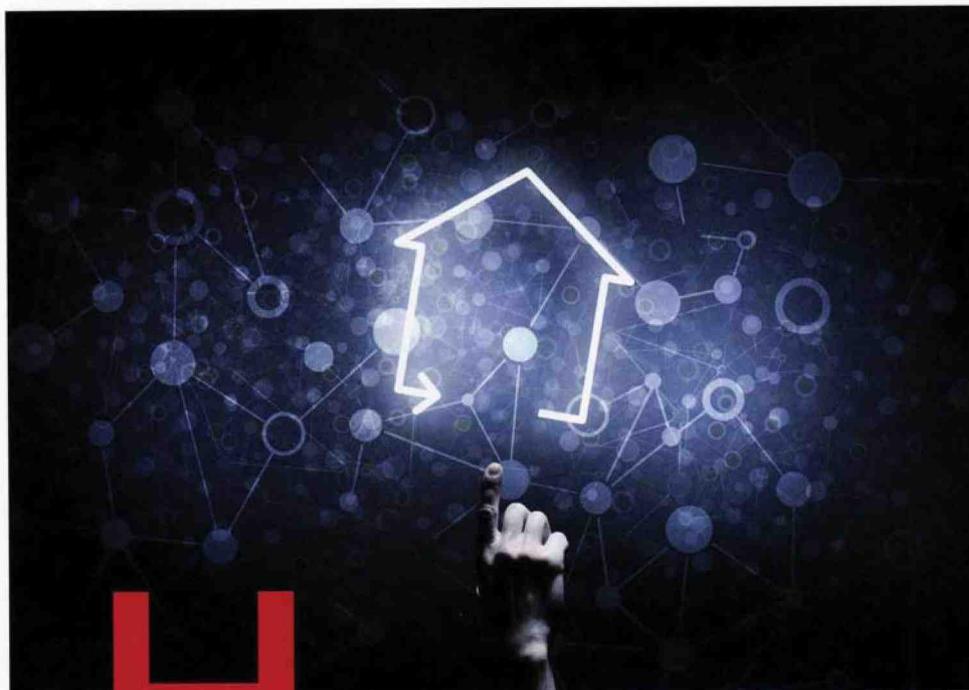
CONTRARIAN • INNOVATION PEOPLE

di Giovanni Iozzia

# Una casa digitale per gli agenti

74

Daniel Debash ha lanciato RockAgent, una piattaforma che vuole cambiare le regole del mercato immobiliare. Invita i mediatori a entrare nel suo team. Offrendo loro nuovi strumenti, tecnologia e marketing. Con questa idea ha già raccolto 3 milioni in un anno



**H**

Ha fondato la prima agenzia immobiliare ibrida in Italia e adesso cerca casa, perché con due figli piccoli serve più spazio. Per Daniel Debash le quattro mura sono in questo

momento un interesse totalizzante e da sempre una vera passione. Quindi ha deciso di portare un po' di ritmo in un mercato antico, ancora molto analogico e poco propenso all'innovazione. La sua startup infatti si chiama RockAgent e propone l'incontro fra il digitale e una delle figure professionali più statiche e bistrattate, l'agente immobiliare.

Debash, 32 anni, è un campione italiano del proptech, nuova parola magica in quel grande mondo che è la trasformazione digitale. Nasce dalla



Daniel Debash. A 32 anni ha lasciato l'impiego presso Immobiliare.it per fondare la sua startup. "Ci sono voluti un po' d'incoscienza e di coraggio con due neonati in casa", racconta a Forbes.

fusione di property e technology, si usa per indicare le applicazioni tecnologiche nel mercato del real estate e comincia ad attirare investimenti importanti, 12 miliardi a livello globale, con una ricaduta anche in Italia: a fine giugno RockAgent ha ricevuto, a meno di un anno dalla fondazione (settembre 2018), un finanziamento di 3 milioni da un gruppo di investitori internazionali guidati dall'acceleratore israeliano Sarona Partners 365x.

A differenza di tanti coetanei, Daniel per fare startup ha lasciato un posto di lavoro. "Ci sono voluti un po' di incoscienza e di coraggio, con due neonati in casa, a licenziarsi da Immobiliare.it". Dopo la laurea in economia e commercio a Roma e un periodo di studio tra Parigi, Londra e Torino alla business school Escp Europe, fa uno stage in consulenza a New York, rientra in Italia, fa una piccola esperienza imprenditoriale nel mondo della pubblicità per capire come gira il mondo delle startup, entra nella consulenza in Bip, ma si ferma poco. "Perché ho trovato il punto di confluenza fra digitale e immobiliare, Immobiliare.it, dove sono entrato come analista". Nel primo portale italiano resta fino a quando non intercetta una tendenza in arrivo dagli Stati Uniti: il proptech, appunto.

"Fare impresa è sempre un salto nel buio. Ma studiavo e immaginavo il modello di business da tempo e mi sentivo sicuro. Aver lavorato in Immobiliare.it mi ha aiutato, perché lì ho capito i megatrend del settore, come gestire gli sviluppatori e altro sul marketing digitale. Resta il fatto che all'i-

nizio hai solo una presentazione e devi vendere te stesso". Come fa un trentenne a spiegare il proptech a quei signori che vanno ancora in giro con carta e penna per spuntare gli appuntamenti con i clienti? "Neanche ci provo", risponde con un sorriso Debash. "Io racconto la mia visione di come sarà il mercato immobiliare nei prossimi dieci anni e vedo che molti agenti ci si ritrovano". E come sarà il mercato fra dieci anni? "L'agenzia immobiliare di zona con vetrina su strada è in declino, i costi aumentano, il cliente chiede servizi digitali. E poi l'agente non è più padrone dell'informazione e ha quindi perso potere".

Stiamo parlando di una popolazione di circa 40mila professionisti che da tempo vivono con il terrore di essere cancellati da portali, canali digitali e app. "Io non parlo mai di disintermediazione", dice Debash. "RockAgent è un abilitatore di quell'innovazione che gli stessi agenti percepiscono come necessaria. RockAgent è un'agenzia ibrida perché lascia gli agenti nei loro uffici ma li "potenzia" con una piattaforma di servizi digitali. "Noi vogliamo fare quello che negli anni '80 fece Tecnocasa proponendo un modello nuovo, ma in chiave digitale. Noi non vendiamo servizi all'agente immobiliare, gli agenti entrano nel nostro team e diamo loro il necessario supporto di tecnologia e marketing".

Il modello economico? Oggi un'agenzia prende mediamente circa il 5%, con picchi dell'8% a Milano e Roma, da dividere fra compratore e venditore. "Noi proponiamo a chi vende una cifra fissa, mille euro, e a chi compra la normale provvigione tra il 2 e il 3%. L'agente apparentemente guadagna meno ma ha una migliore presa sul mercato e poi aumenta la quantità di incarichi e di vendite: noi impieghiamo mediamente fra i 65 e 70 giorni a vendere l'immobile: questa velocità dipende dalla corretta definizione del prezzo come dalle attività di marketing digitale".

RockAgent, che ha un team di otto persone destinate a diventare presto 15, ha finora gestito circa 500 incarichi e conta entro fine anno di avere 50 agenti fra Roma e Milano. A che cosa serviranno i 3 milioni del finanziamento? "Prima di tutto a produrre una vagonata di software per portare l'ufficio degli agenti nello smartphone", risponde Debash. Poi c'è bisogno di marketing: "Dobbiamo farci conoscere e lanciare questo messaggio: con RockAgent sai quanto paghi, quali servizi sono garantiti, come sta andando la compravendita. Sembra normale, ma oggi non è così". Ultimo obiettivo: sviluppare la rete degli agenti e formarli. RockAgent, quindi, assume. Anche perché c'è da trovare la casa per Daniel e la sua famiglia. 



#### QUANTO VALE? LO DICE UN ALGORITMO

Una ricerca condotta da RockAgent su campione di 500 professionisti ha messo in evidenza risultati interessanti: oltre la metà ritiene che non avere strumenti digitali possa portare a perdite di fatturato fra il 30 e il 50%. Il 71% vorrebbe utilizzare algoritmi di intelligenza artificiale per definire il giusto prezzo di un immobile.

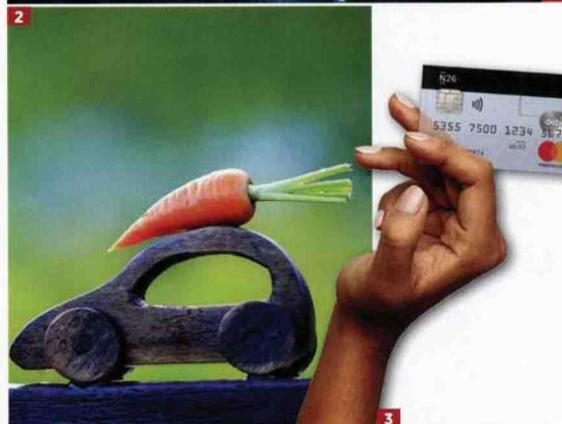
75

ROCKAGENT • DANIEL DEBASH

INNOVATION PEOPLE • SHORT NEWS

di Giovanni Iozzia

76



**1. futuri unicorni**

**DUE PROMESSE (ITALIANE) DELLA SILICON VALLEY**

Sono appena trentenni ma hanno alle spalle una storia decennale: Augusto Marietti e Marco Palladino stanno vivendo il loro momento di rivalse: hanno lasciato l'Italia per San Francisco perché qui non trovavano attenzione e finanziamenti per i loro progetti. E ora con la loro Kong sono nella lista *Forbes* delle 25 Next Billion-Dollar startups, cioè i prossimi "unicorni", società destinate a superare il miliardo di valutazione. Hanno sempre lavorato sul software, sin da quando hanno cominciato in un garage di Milano: prima il cloud, con un servizio simile a Dropbox quando Dropbox non era ancora nato; poi una piattaforma per sviluppatori sul modello di eBay, Mashape, che è diventata Kong. Ha sviluppato un software per proteggere le Api, che sono quelle interfacce che permettono ai server di comunicare fra di loro. La startup ha già raccolto 71 milioni di dollari e nel 2018 ha fatturato 5 milioni.

**2. new business**

**IL FOOD DELIVERY È B2B**

Il finanziatore e il manager: Giangiacoimo Ibbà è il presidente di Crai, società cooperativa della grande distribuzione alimentare, oltre 4 miliardi di fatturato. Rolando Toto Brocchi è il chief operation officer della società. Adesso si ritrovano in una startup: il primo nei panni di finanziatore, il secondo come esperto di logistica. Si chiama Deliveristo, ha già raccolto oltre 700 milioni, ed è la prima ad occuparsi di food delivery b2b: cioè consegna di alimenti per ristoranti, bar e altri esercizi commerciali. Nel team ci sono anche Claudio Geraci, ex Mosaicoin; Simone Russo, selezionato da *Forbes* tra gli under 30 di successo nella categoria Consumer technology; Ivan Aimo, il ceo, e Luca Calia, entrambi ex fondo di venture capital Innogest. Un coraggioso esempio di contaminazione tra aziende consolidate e nuove imprese innovative.

**3. mobile bank**

**N26 VOLA IN AMERICA. DA NY ARRIVA IL MANAGER ITALIANO**

Il caso fintech d'Europa si chiama N26: la prima banca che sta tutta dentro uno smartphone nell'arco di quattro anni è passata dallo stadio embrionale alla dimensione di impresa continentale, una startup fra le top ten più valutate al mondo: 3,5 miliardi. Questo valore è stato definito dopo la chiusura dell'ultimo round di finanziamento: 470 milioni. L'idea di Valentine Stalf, austriaco che oggi non ha ancora 30 anni, ha quindi funzionato e da Berlino, dove ha l'headquarter, N26 ha appena spiccato il primo balzo fuori dall'unione Europea, addirittura verso gli Stati Uniti. Da New York è tornato invece in Italia Andrea Isola, general manager di N26, dopo un'esperienza decennale come consulente in Bain. In Italia ci sono 500mila dei 3,5 milioni di clienti della mobile bank.

**4. sharing economy**

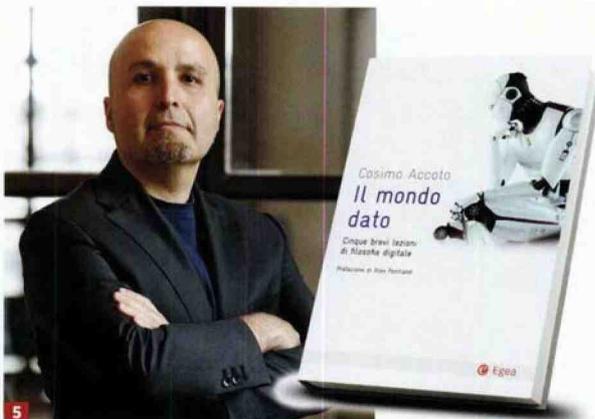
**UN MILIONE PER LA STARTUP DEGLI ABBONAMENTI CONDIVISI**

L'idea è molto semplice: risparmiare condividendo gli abbonamenti a giornali, piattaforme tv e quanto altro prevede una condivisione. Così nasce Togheter Price nel 2017. Due anni dopo la startup ha raccolto il suo primo milione ed ha avviato il processo di internazionalizzazione: ha già aperto in Spagna e per l'autunno ha in programma l'ingresso nel difficile mercato inglese. "La visione di Togheter Price è sempre stata fin dall'inizio quella di dirigersi verso il mondo fintech", dice il ceo Marco Taddei. L'accelerazione è arrivata dall'ingresso nel team nel ruolo di cto (chief technology officer) di Giuseppe Santoro (il terzo da sinistra nella foto con il suo team), che ha una storia tecnologica in aziende come Gioco Digitale e, per ultima, Soldo, che è l'ultimo successo fintech di Carlo Gualandri, imprenditore italiano emigrato in Inghilterra.

5. *letture*

**BENVENUTI NELLA SOFTWARE SOCIETY**

La privacy in pericolo. Le guerre e gli attacchi informatici. Le intrusioni dell'intelligenza artificiale. L'evoluzione tecnologica genera timori, e a ragione, perché "il codice software è diventato motore primario della nostra civiltà, della cultura contemporanea e dell'economia", dice Cosimo Accoto nel libro *Il mondo dato* (Egea), scritto per superare un'arretratezza culturale italiana: la scarsa riflessione sugli effetti della rivoluzione digitale. Accoto è un filosofo di formazione che lavora al Research Center del Mit di Boston, ma si occupa di dati e piattaforme di artificial intelligence. Siamo ormai nella software society, scrive, ed è urgente disegnare nuove mappe: il codice può "mangiarsi" il mondo (vedi Matrix) ma, rassicura Accoto, non mancano "gli elementi per la potenziale creazione di un mondo migliore". Proprio grazie a quella tecnologia che tanto ci inquieta.

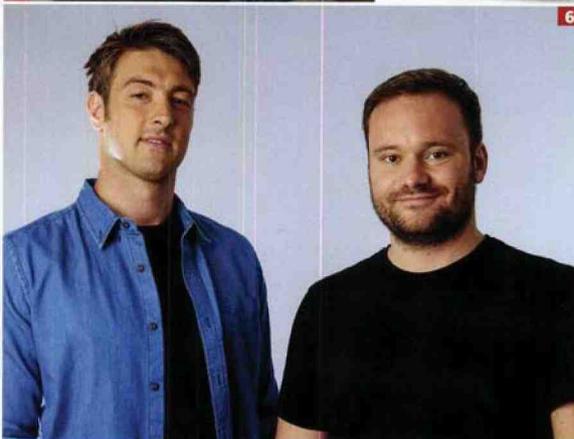


11

6. *nuove opportunità*

**SWEETGUEST CERCA 50 RISORSE**

Quando una startup cresce crea anche posti di lavoro. I numeri di SweetGuest dicono +44% di ospiti accolti, +74% di notti prenotate, +70% valore generato. Risultato: 50 persone da assumere entro la fine dell'anno. Che cosa fa SweetGuest? Aiuta chi mette le proprie case sulle piattaforme come Airbnb a gestire tutti i momenti, dalla promozione online alle pulizie. In primavera ha ottenuto un finanziamento di 8 milioni. "Cerchiamo figure manageriali a Milano e commerciali a Roma e nelle altre città dove contiamo di espanderci, da Torino a Venezia, da Como alla Versilia", spiega il cofounder e ceo Rocco Lomazzi (a destra nella foto). "Stiamo già lavorando per entrare in altri mercati, anche all'estero" aggiunge l'altro fondatore Edoardo Grattirolo (a sinistra), che è chief development officer.



7. *capitali*

**LA QUOTAZIONE DIVENTA "CROWD"**

CrowdFundMe, unica piattaforma di equity crowdfunding quotata su Borsa italiana, con il lancio della raccolta di innovative-RFK ha dato il via alla prima operazione di "crowdlisting" su Euronext. Un'operazione che conferma il trend in forte crescita tra i soggetti istituzionali interessati all'utilizzo dell'equity crowdfunding per ampliare i mercati di riferimento. Il crowdlisting è il meccanismo che permette a una piattaforma di equity crowdfunding di raccogliere capitali per una società emittente, nell'ambito della relativa normativa sul crowdfunding in Italia, al termine della cui raccolta, eventualmente inserita nell'ambito di un private placement globale, è possibile che l'emittente ottenga, in conformità alle norme e regolamenti del mercato e l'approvazione del gestore del mercato, l'ammissione a negoziazione su uno dei mercati gestiti da Euronext. Con il crowdlisting le quotazioni si aprono sempre più all'universo retail e professionale, agevolando la comunicazione dell'offerta nella filiera, l'acquisto di azioni anche da parte di piccoli investitori. Il crowdlisting, che non preclude la raccolta di capitali anche secondo metodi tradizionali, è vantaggioso sia per le società, che vedono aumentare il bacino di potenziali investitori e la flessibilità del processo, sia per gli investitori, cui viene offerto un agevole accesso agli investimenti, caratterizzati anche da un certo grado di liquidità. Inoltre, gli investitori possono godere dei benefici fiscali per gli investimenti in società innovative, ovvero le detrazioni fiscali del 30% dell'importo versato (che dovrebbero salire al 40% dopo il via libera da parte della Commissione europea e dei decreti attuativi). Le emittenti, in conformità alla normativa italiana, possono inoltre godere del credito fiscale sui costi di quotazione e la possibilità di ricevere investimenti dai piani individuali di risparmio (Pir).

