

LONDRA: SEMPRE ALL'AVANGUARDIA DEL MONDO

Esempio di sperimentazione anche per le agenzie immobiliari

di Massimiliano Russo

È sempre un piacere tornare a Londra. Ogni volta scopro qualcosa di nuovo, ogni volta una sorpresa da rimanere sbalordito. E ogni viaggio di lavoro si trasforma inevitabilmente anche in un piacere. Questa volta ero veramente curioso di cenare allo **Sky Garden**, uno spazio ai piani 35, 36 e 37 del grattacielo 20 Fenchurch Street, ormai noto con il soprannome "Walkie Talkie" per la sua particolare forma. La location è emozionante, una vista a 360° sulla City e sull'intera città da un giardino pensile a 150 metri d'altezza!

Sin dalla sua progettazione (osteggiata addirittura dall'Unesco) le polemiche non sono mancate: a causa dell'impatto sullo skyline, per la sua forma, per i (rari) raggi di sole riflessi che fondevano le macchine parcheggiate per strada, fino ai controlli e alle modalità di accesso (libero e gratuito con prenotazione online) degni di un aeroporto internazionale, per finire però con i tre ristoranti sempre pieni a discapito della concorrenza.




PERSONA



MASSIMILIANO
RUSSO





Ma, nonostante tutto, si è realizzato: i 34 piani di uffici sono stati locati in tempi brevissimi, i ristoranti sono ambitissimi e si è dimostrato una formula vincente.

Oggi il Walkie Talkie è un altro simbolo di Londra!

In questo viaggio, visto che in UK il 98% delle transazioni passa dagli intermediari, mi sono soffermato ad osservare le agenzie immobiliari londinesi cercando di notare le differenze con le nostre e prendere qualche spunto. Non ho voluto prendere in considerazione quelle della City o delle classiche prime street, che credo siano poco significative per un confronto, ma quelle di un quartiere alle porte di Londra prettamente residenziale come quello di Greenwich, dove alloggiavo per un incontro con un partner di CORUS Real Estate. Ho osservato con attenzione una dozzina di agenzie su strada e ho notato le principali differenze. Mentre le nostre hanno le vetrine tappezzate di cartelli (più o meno luminosi, più o meno sbiaditi dal sole) che nascondono gelosamente chi sta dietro, quelle di Greenwich hanno solitamente un paio di video in alto, per attirare l'attenzione, e pochi cartelli nella parte bassa con bellissime foto, descrizioni brevi e richiesta economica (sempre!). I cartelli sono inclinati verso l'interno di modo da invitare lo sguardo ad entrare nell'agenzia, dove solitamente si può vedere un salottino per i colloqui (un divano, un paio di poltrone, un tavolino, un minibar rigorosamente con "sparkling water" e "still water") e, in profondità, le postazioni singole dove lavorano gli Agenti Immobiliari, rigorosamente tutto a vista.

