

INDAGINE BOCCONI Sulle oltre 100mila vendite del 2000, le agenzie restano il canale privilegiato, ma non mancano vie a

Mercato immobiliare, spunta la "pista" telematica

MILANO - Voglio comprare casa? Non rischio, non perdo tempo e mi rivolgo ad un'agenzia immobiliare. E' proprio l'agenzia, infatti, il principale punto di riferimento per chi, a Milano e provincia, intende acquistare o vendere un immobile. Un dato facilmente immaginabile ma che trova ora "basi scientifiche" nell'indagine che la Junior Enterprise Milano Economia (JEME) dell'Università Bocconi ha svolto per conto del CAAM/FIMAA Milano, il Collegio degli agenti d'affari in mediazione della Provincia di Milano, e di B & P spa.

Il 56 per cento del campione preso in considerazione compra casa attraverso l'agenzia immobiliare e questo per motivi

ben precisi: la fiducia nell'intermediario soprattutto ma anche la conoscenza del mercato e l'esperienza che l'intermediario possiede, il risparmio di tempo (non tanto come rapidità del raggiungimento del risultato, ma come tempo risparmiato dall'acquirente per lo svolgimento delle varie pratiche necessarie), l'ampiezza della banca dati messa a disposizione.

Il campione sul quale si è lavorato nell'elaborare i dati è costituito dalle oltre 103mila transazioni, in gran parte per la compravendita di abitazioni, effettuate nel 2000 a Milano e Provincia.

Il maggior numero di transazioni riguarda gli immobili in palazzina/condominio

(71%) e l'appartamento di tre locali è la tipologia prevalente (41,7%). La principale motivazione d'acquisto è, come naturale, il trasferimento di residenza.

La concorrenza alle agenzie, comunque, non manca e l'indagine ha in particolare messo in evidenza le potenzialità del canale Internet. Il web è stato preso in considerazione da quasi il 41% degli intervistati come possibile canale per cercare un immobile. Per ora molto utile nella prima fase, quella della ricerca e del confronto di informazioni, Internet potrebbe assumere in futuro un ruolo ben più "pesante" e di questo le agenzie devono prendere atto anche se, già oggi, non è difficile verificare come le

agenzie più importanti si siano già mosse per "sbarcare" in forze sulla rete.

Ma una volta che si è deciso di ricorrere al servizio d'intermediazione, come si sceglie l'agenzia immobiliare? La ricerca ha analizzato anche queste motivazioni: l'adesione dell'agenzia immobiliare ad un'associazione di categoria viene considerato dagli intervistati come il fattore più importante, seguito dall'ampiezza della zona controllata, dall'esclusiva sull'immobile richiesto, dall'ampiezza della gamma dei servizi offerti e dalla notorietà del marchio. Non ha molta importanza, invece, la vicinanza fisica dell'intermediario.

P.G.

