

Lo studio di Jeme Bocconi per Caam-Fimaa rivela la crescita di Internet e dei network di agenzie

Casa, il mercato sempre più in rete

A Milano il 2000 ha registrato più di 103 mila compravendite

Nel 2000 sono state registrate 103.700 transazioni immobiliari, quasi tutte per la compravendita di abitazioni. E il 56% degli acquirenti ha comprato la casa avvalendosi della consulenza e dei servizi dell'agenzia immobiliare, secondo quanto risulta dall'indagine Jeme (junior enterprise Milano economia) dell'università Bocconi, svolta per conto del Caam-Fimaa Milano, il collegio degli agenti d'affari in mediazione della provincia di Milano (riunisce il 90% degli operatori sindacalizzati) e di B&P spa. Dallo studio risulta che è in costante crescita il numero delle persone che utilizzano Internet (41% del campione) soprattutto come fonte di confronto di informazioni.

La ricerca compie anche una stima del mercato immobiliare di Milano e provincia: nel 2000 sono state effettuate 103.700 transazioni in gran parte per la compravendita di abitazioni (91,82%). Il maggior numero di transazioni riguarda gli immobili in condominio (71%) e la tipologia più richiesta risulta essere l'appartamento di tre locali (41,7%). La principale motivazio-

ne d'acquisto è il trasferimento di residenza. Per quanto riguarda Milano città, le tipologie d'abitazione più trattate risultano l'alloggio medio-piccolo in condominio, oppure in palazzo d'epoca in zona centrale, l'appartamento da ristrutturare in una casa di ringhiera.

Ma il cuore dell'indagine che il Caam-Fimaa Milano ha commissionato riguarda il comportamento e le scelte del consumatore, che, è emerso, si rivolge a un intermediario nel 69% dei casi. Le agenzie immobiliari pesano per il 56% del mercato immobiliare complessivo a Milano e provincia e per l'81% del mercato intermedio, fa sapere Mauro Danielli, neoeletto presidente del Caam-Fimaa Milano, che guiderà fino al 2005 (vicepresidente vicario è Lionella Maggi, affiancata dai vicepresidenti Giuseppe Campisciano, Claudia Sordi e Giuseppe Villa).

Gli altri due tradizionali canali di ricerca di un immobile, le riviste specializzate e le conoscenze personali, hanno un ruolo significativo soprattutto nella fase iniziale. «Le agenzie immobiliari», ha sostenuto il presidente

Danielli, «vengono poi preferite perché più efficienti nel raggiungimento di quello che è l'obiettivo ultimo: la ricerca dell'immobile desiderato».

Tutto bene, quindi, per le agenzie immobiliari? La concorrenza non manca: dall'indagine sono emerse le potenzialità di Internet. Il web è stato preso in considerazione da quasi il 41% degli intervistati come canale per cercare un immobile. Una fiducia quella nei confronti della rete che

anche le agenzie immobiliari non devono sottovalutare. Internet risulta molto utile nella prima fase, quella della ricerca e del confronto di informazioni. E in un futuro potrebbe far incontrare realmente domanda e offerta.

Secondo la ricerca di Jeme Bocconi i fattori che influenzano la decisione di ricorrere al servizio di intermediazione immobiliare sono da ricondurre alla fiducia nell'intermediario, la conoscenza del mercato e l'esperienza che

l'intermediario possiede, il risparmio di tempo. Nella scelta dell'agenzia immobiliare il fattore che il cliente tiene più presente, secondo lo studio Jeme Bocconi, è l'adesione dell'agenzia a un'associazione di categoria. «I potenziali acquirenti», ha rilevato Danielli, «considerano questo fattore come garanzia e qualità. Tuttavia soltanto il 9,9% degli acquirenti ricorda se l'agenzia con la quale ha comprato l'immobile fa parte di un network».