

CASA. In città ne sono sorte parecchie. Emblematico il caso di via Carlo Rota dove ce ne sono cinque. Controllano il sessanta per cento del mercato

Boom per le agenzie immobiliari, più 15 per cento

Danielli: «Incremento in linea con quello delle libere professioni». Più selezione nell'accesso

Il mercato immobiliare cambia. Perché sono sempre di più le persone che si affidano ad un'agenzia per vendere o acquistare un appartamento. Le agenzie, 10 anni fa, gestivano solo il 30% del mercato. Adesso, questa stessa percentuale ha raggiunto quasi il 60%. Una spinta importante, in questo senso, l'hanno assicurata le agenzie in franchising. L'apertura di un'agenzia avviene così con il supporto di un'organizzazione, in grado di fornire servizi e marchio. Le agenzie in franchising, in Italia, sono attualmente 5.885. Costituiscono una parte rilevante delle circa 26.000 agenzie distribuite sull'intero territorio nazionale. In Lombardia, invece, le agenzie immobiliari sono circa 2.500. Nella nostra regione, gli operatori immobiliari effettivamente operanti sono 3.500. Monza, città estremamente appetibile per gli operatori del settore, sotto questo punto di vista è sempre gettonata. Il record cittadino spetta probabilmente a via Carlo Rota, "presidiata" dalle sedi di 5 agenzie immobiliari. Il comparto, del resto, nell'ultimo anno è cresciuto del 15%. "Ma l'incremento - sottolinea Mauro Danielli, consigliere della Camera di Commercio di Milano, presidente della Fimaa-Collegio Agenti Immobiliari di Milano - è comunque in linea con quello registrato dalle libere professioni. Che, nel periodo compreso tra il 1997 ed il 2001, sono aumentate di oltre il 50%. La nostra, piuttosto, è un'attività che ha un impatto maggiore ed una forte visibilità. L'avvio di una libera professione, spesso, è segnalato da una semplice targa. Una nuova agenzia, invece, è una vetrina su una via". La professione, in ogni caso, esercita sempre un indiscusso potere attrattivo. Nonostante l'accesso alla professione sia adesso regolamentato dalla legge numero 57 del 2001. Adesso, gli aspiranti agenti, devono essere diplomati e prepararsi per affrontare un esame. Uno sco-



glio che, all'ultima sessione, non ha superato il 70% dei candidati. La professione, nel frattempo, si è ovviamente aggiornata. Con l'obiettivo di rendere l'agente immobiliare sempre più un consulente preparato e sempre meno uno spregiudicato venditore. Un obiettivo da raggiungere aumentando anche le garanzie a tutela del cliente. Una di queste è costituita dalla polizza salvacaparra. "La polizza - precisa Danielli - garantisce a nostre spese l'acquirente dal rischio di inadempimento del venditore e consente, in 30 giorni, il recupero della caparra versata al preliminare. Un altro "salvagente" è l'assicurazione obbligatoria: in questo modo, il cliente è assicurato dalle conseguenze di eventuali errori commessi dall'agente nell'espletamento delle sue funzioni. Eppure, nonostante tutto, il 40% della clientela preferisce acquistare l'appartamento da un privato o direttamente dal costruttore o da un mediatore abusivo. Una maniera per tentare di dribblare la quota di provvigione (dal 3% al 5% del valore dell'immobile, a seconda dei servizi offerti) spettante all'agenzia. Le provvigioni sono indicate dagli usi e consuetudini della Camera di Commercio. "L'incremento delle agenzie immobiliari - commenta Danielli - in alcuni casi ha portato ad una riduzione dei compensi provvigionali. In altri casi, spesso, ha causato un grado competitivo troppo elevato che ha inciso negativamente sulla qualità del servizio. Il consumatore chiede affidabilità ed efficacia. Il rapporto con il consumatore va quindi impostato basandosi su correttezza, onestà e competenza. Il mediatore non è un semplice divulgatore di informazioni, ma deve essere capace di assistere le parti fino all'atto definitivo. Il settore sarà sempre più competitivo. La vera battaglia è assicurare dei servizi che siano legati alla soddisfazione del consumatore".

Sergio Gianni