

**Provvigioni immobiliari** Costi di mediazione sempre elevati, specie per chi compra. Ecco come spuntare condizioni migliori

# CACCIA GROSSA AGLI SCONTI

## QUANTO COSTA IL MEDIATORE

Le provvigioni consuetudinarie per mediazione nella provincia di milano

	Provvigioni Venditore	Compratore/affittuario
<b>IMMOBILI RUSTICI</b>		
◆ Compravendita	2%	2%
◆ Affittanza, sulla prima annualità di affitto		1,5%
<b>IMMOBILI URBANI</b>		
Mediazione semplice		
◆ Compravendita di immobili urbani fino a 516 mila euro	3%	3%
◆ Compravendita di immobili urbani oltre 516 mila euro	2%	2%
Mediazione con prestazione di servizi		
◆ Compravendita fino a 155 mila euro	5%	3%
◆ Compravendita fino a 516 mila euro	4%	3%
Locazione - mediazione semplice		
◆ Contratti annuali o pluriennali	10%	10%
◆ Contratti inferiori all'anno	15%	15%
◆ Locazione - mediazione con prestazione di servizi	10%	10%

Fonte: Camera di commercio di Milano

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

Pagina a cura di **Teresa Campo**

**C'**è chi lamenta la richiesta di provvigioni del 4% e oltre, chi racconta di sconti pazzeschi, chi critica il livello dei

servizi e chi parla di inutilità di agenti e agenzie ormai superati-sostituiti dai portali immobiliari. Ma che succede davvero nel settore dell'intermediazione delle abitazioni? Certo, la crisi immobiliare, le transazioni al lumicino, i prezzi in caduta e il proliferare di portali ed

e-commerce in pochi anni hanno profondamente modificato il modo di cercare casa da un lato e di venderla dall'altro. Ma con quali effetti su costi e servizi? E cosa può fare l'utente per riuscire a risparmiare qualcosa?

La risposta non è né semplice né

univoca. Intanto perché le commissioni non possono essere stabilite a priori e nemmeno a livello nazionale, pena il rischio per le reti di agenzie di essere accusate dall'Antitrust di fare cartello. Le commissioni di intermediazione devono rifarsi alla libera contrattazione tra le parti, al massimo facendo riferimento alle consuetudini della zona, a volte specificate anche dalle Camere di commercio. Peccato che queste ultime lo facciano di rado, e che ancor più di rado aggiornino le eventuali indicazioni. Difficile anche farsi dare indicazioni precise dalle sedi dei network di agenzie o dalle associazioni di categoria, che rimandano tutto alle decisioni del singolo agente e, appunto, alla trattativa.

Spulciando tra le varie richieste si arriva comunque a scoprire che, come in passato, la base di partenza delle commissioni di compravendita resta del 6% totale. A cambiare sono semmai ripartizione e servizi offerti.

**Partendo dalla ripartizione** oggi la tendenza è quella di mandare in soffitta il vecchio 3% + 3%, cioè richiesta uguale a entrambe le parti, in favore soprattutto del venditore. «Quest'ultimo infatti, alla luce del calo dei prezzi degli ultimi anni, cerca di limitare i danni trattando sulla parte di commissioni», conferma Marco Speretta, direttore generale gruppo Gabetti. Dal canto

suo l'agente parte abbastanza ben disposto nei suoi confronti: l'obiettivo è infatti in primo luogo quello di arricchire il portafoglio dei mandati di vendita, possibilmente con incarichi in esclusiva. È grazie a questi che si possono catturare i compratori ed effettuare il business, ed è perciò al momento di affidare l'incarico che il venditore ha la migliore occasione di spuntare un ribasso, anche significativo, rispetto al 3% di partenza. «L'altro momento propizio è allo scadere di un mandato», prosegue Speretta: «se l'agente non è ancora riuscito a vendere, è facile che sia disponibile a uno sconto ulteriore pur di non perdere l'incarico».

E l'acquirente? In genere fa da sé, spulciando tra gli annunci online, per trovare la casa giusta. E quando l'ha trovata, è difficile che rinunci perché magari non è riuscito a ottenere commissioni di favore. È anche per questo che è su di lui che talvolta l'agente cerca di rifarsi per compensare da un lato lo sconto concesso al venditore e dall'altro i minori introiti derivanti dal calo dei prezzi delle case, al punto che qualcuno si è spinto a chiedere anche commissioni del 4%. «Si tratta comunque di casi isolati», precisa subito Antonio Pasca, presidente di Tecnocasa. «In tempi di crisi e di compravendite rarefatte gli agenti sono tutti disponibili ad andare incontro al cliente, venditore o acquirente che sia. Tutti sono disposti ad accontentarsi pur di chiudere

re l'operazione, anche perché è difficile che ci siano più richieste su una stessa casa». Piuttosto, in caso di immobili di valore inferiore ai 150 mila euro o di box, è facile che l'agente chieda una commissione minima in valore e non in percentuale, «altrimenti non rientrerebbe delle spese sostenute per erogare i servizi legati all'intermediazione», spiega Speretta.

**Il mandato di vendita prevede** infatti una serie di attività di verifica e promozione dell'immobile. Tutti forniscono in primo luogo, gratuitamente, la visura ipotecaria e catastale dell'immobile, e poi la valutazione. «Tecnocasa stabilisce il valore di un'abitazione grazie a un proprio algoritmo che elabora i dati capillari raccolti sul patrimonio immobiliare tricolore», spiega Pasca. Il tutto completato dalla nostra conoscenza del territorio. Disponiamo poi di una ricca banca dati di chi cerca casa e di che cosa vuole. In questo modo è molto più semplice far incontrare domanda e offerta, incontro che comunemente avviene attraverso pubblicità cartacea diffusa in tutta Italia. Non ci avvaliamo invece di siti online di terzi o delle piattaforme Mls di condivisione degli annunci immobiliari».

Più disponibile alla condivisione invece Gabetti che aderisce alla piattaforma Mls esterna WikiRe, sempre a fronte però

di un mandato in esclusiva. «In questo modo si ampliano comunque le possibilità per acquirenti e venditori di chiudere l'operazione, ma senza far confusione sulla ripartizione delle provvigioni, chiara fin dall'inizio», spiega Speretta. «Siamo poi in grado di fornire all'occorrenza, a costi convenzionati, altri servizi come certificazioni, oggi obbligatorie, e ristrutturazioni, oltre che a mettere in contatto con società ad hoc per chi è interessato a finanziamenti e polizze. Districarsi fra tutti questi aspetti non è facile, per questo puntiamo su un agente-consulente e investiamo molto in formazione».

**Su condivisione e formule** innovative punta invece Remax Italia, network di agenzie di matrice americana. «La nostra strategia punta molto sulla collaborazione interna, cioè tra gli agenti della stessa rete, ed esterna», spiega il presidente Dario Castiglia. «L'obiettivo è la soddisfazione del cliente, e quindi riuscire a vendere l'immobile che ci è stato affidato nel minor tempo possibile: non importa se il profitto è minore, perché se si chiude in fretta, anche l'impegno è minore. A questo scopo organizziamo spesso anche i cosiddetti open house, visite collettive dell'immobile in date prestabilite, molto utile per conoscere bene chi cerca casa e che cosa vuole. I risultati sono incoraggianti: i nostri tempi medi di vendita sono di 3-4 mesi, meno della metà rispetto alla media di mercato, intorno a 10 mesi». (riproduzione riservata)

The screenshot shows the homepage of 'Nel Mattone', a real estate website. The main headline is 'CACCIA GROSSA AGLI SCONTI' (Big Hunt for Discounts). Below it, there are several smaller advertisements and news snippets. The website layout is clean and professional, with a focus on real estate listings and market news.

The screenshot shows a section of a real estate website titled 'FIRENZE/SPINDEL MATRONE'. It features two main articles: 'Lusso rosso pompetano' (Luxury red pompetan) and 'Ko all'invenduto' (Ko unsold). The text discusses high-end real estate markets and the challenges of selling certain properties. The layout includes images of buildings and text columns.