

FEDERAZIONE ITALIANA MEDIATORI AGENTI D'AFFARI

F.I.M.A.A.

news



LA FORZA DELLE REGOLE E LA MAGIA DEL GIOCO DI SQUADRA

COMETA IMMOBILIARE®

**lo strumento che
ottimizza il lavoro
nella tua agenzia**

Cometa Immobiliare

Gestione delle Offerte e delle Richieste (Residenziali/ Commerciali/Attività Commerciali), Notizie, Sms, Pubblicità, Telefonate, Appuntamenti con Agenda stile Microsoft® Outlook®, Ricerche Incrociate tra offerte e richieste, Gestione integrata F mail, Gestione integrata acquisizione e ritocco immagini, Gestione certificazione Iso 9001:2000.

Cometa Palmare

Sincronizzazione degli appuntamenti, dei contatti e delle attività. Gestione del portafoglio offerte con motore di ricerca Immobili, visualizzazione scheda Immobile e Immagini (foto e planimetrie).

Banca Dati

Condivisione del portafoglio Offerte e Richieste tra agenzie associate.

House

Gestione portafoglio Offerte e Richieste su Internet.

Replica Portali

Aggiornamento automatico del portafoglio offerte sui portali partner Cometa.

Servizio Hosting

Cometa Informatica offre il servizio di Hosting per l'ospitalità del sito del cliente sui propri server.

- Registrazione/mantenimento domini;
- Spazio web;
- Gestione caselle e-mail.

Web Designer

Cometa offre un servizio di realizzazione e manutenzione/aggiornamento di siti web basati sugli standard tecnologici più avanzati per venire incontro a tutte le esigenze del cliente.

**Chiedi gratuitamente
la demo del programma**



"COMETA ANTIRICICLAGGIO"

Il nuovo software convenzionato FIMAA

Cometa Antiriciclaggio è il Software che consente a tutti i soggetti di adempire in maniera rapida ed efficiente agli obblighi previsti dal Decreto Ministeriale 143/2006 nella organizzazione e nella predisposizione dell'Archivio Unico Informatico.

Scarica e prova gratuitamente il programma:
<http://www.cometa.it/antiriciclaggio.html>



Realizziamo siti standard per le FIMAA provinciali

Versione base (GRATUITA):

www.fimaacomo.it, www.fimaapavia.it, www.fimaavarese.it, www.fimaabergamo.it, www.fimaalecco.it,
www.fimaasassari.it, www.fimaalaspezia.it, www.fimaancona.it

Versione estesa: www.fimaamilano.it, www.fimaanapoli.it



C.so Milano, 26 - Monza (MI) - Tel. 039 2320134 - Fax 039 2300413
E-mail: info@cometa.it - <http://www.cometa.it>



<http://www.houseonweb.it>



<http://house.cometa.it>



Cometa Immobiliare® è l'unico software certificato dalla F.I.M.A.A. sullo standard dati del CercoCasa® e permette il trasferimento automatico delle offerte e delle immagini al portale Nazionale e Provinciale della F.I.M.A.A.

Tutti i marchi ® appartengono ai legittimi proprietari

La forza delle regole e la magia del gioco di squadra

Alberto Pizzirani
Presidente Fimaa Italia



Lo mio mandato volge al termine: giugno 2008. Negli otto anni della mia presidenza, Fimaa è cresciuta in associati, in servizi ed in qualità della vita associativa.

Abbiamo una piccola struttura di segreteria, ma per la prima volta è tutta nostra.

Abbiamo una società di servizi e abbiamo da quest'anno, anche MedioFimaa per aiutarci a meglio competere sul mercato. Ho girato per l'Italia per dare a Fimaa un volto ed una presenza costante, per far toccare con mano a quanti più possibili soci che dietro le mura delle nostre città ci sono altri mondi ed altre possibilità.



I partecipanti al meeting di Villa Grazioli hanno regalato al Presidente una maglia con tutte le firme

E soprattutto che stare insieme è un valore, che può tradursi in maggior "ricchezza" per tutti, in maggior "opportunità" per tutti, ma che è anche un impegno, una responsabilità che va condivisa.

L'anno scorso, sollecitato da Susanna Acerbi, ho proposto alla Giunta di accompagnare il periodo che resta del mio mandato con momenti di riflessione condivisa, riflessioni su chi siamo e dove vogliamo andare, quali obiettivi, ma anche e soprattutto quali strumenti, quali risorse mettere in campo. Momenti di lavoro fatti con il supporto di specialisti.

Lo scorso dicembre a Villa Grazioli abbiamo lavorato con i Consiglieri:

fare squadra e coniugare il lavoro individuale con lo stare insieme è stato il tema. Abbiamo "giocato di fioretto".

Usando la metafora dello sport abbiamo dato fisicità a temi quali il tempo, lo spazio, la fiducia, la condivisione, le sinergie... ed anche il piacere di stare insieme.

Il sorriso della prof. Marisa Muzio ad aiutarci a cogliere il senso delle situazioni.

Abbiamo poi continuato a Roma il lavoro con un gruppo coordinato da Valerio Angeletti e sotto la responsabilità dei professori Stefano Zan e Giuliano Nicolini, politologi specializzati in associazionismo dell'Università di Bologna che già collaborano con Confcommercio.

E poi, a maggio, sulla base di linee guida proposte dal gruppo di lavoro e sulla base delle risposte a questionari inviati a tutto il sistema, sempre a Villa Grazioli abbiamo allargato il lavoro a tutti i Presidenti ed ai Segretari generali. Perché volevamo il coinvolgimento della Fimaa e della Confcommercio.

Ha risposto un gruppo significativo e così all'insegna di "La forza delle regole e la magia del gioco di squadra" ci siamo ritrovati. Abbiamo giocato a basket con Gamba, il nostro olimpionico che è un mito anche negli Usa, la patria del basket. Abbiamo cioè imparato l'importanza del coordinamento, del rispetto del coach, dell'allineamento mente/gambe. Abbiamo imparato che il rispetto del tempo e dello spazio sono variabili del successo. Perché nel basket non esiste il pareggio! Abbiamo poi lavorato in gruppo, con il coordinamento

dei professori, alla definizione di priorità, linee guida, obiettivi, risorse e strumenti per il futuro della nostra Federazione.

Lavori in corso, perché è un processo quello che ho inteso attivare.

Un processo di cui in autunno tireremo le fila e che ci dovrà aiutare a girare la boa del cambio di presidenza con uno spirito di maggiore consapevolezza, perché non si tratta di scegliere solo degli uomini, ma di scegliere per il futuro, in un momento in cui lo scenario socio politico ed il mercato ci chiamano a sfide importanti.

Mi resta la tristezza di una separazione in corso, di un addio lungo un anno.

Ma mi resta la consapevolezza che fare il Presidente non vuol dire celebrare successi, veri o presunti che siano.

Fare il Presidente significa stare fra di voi, dire la mia quando necessario, e guardare avanti, anche per quando un altro avrà preso il mio posto.

Ma ora è ancora tempo di lavoro, di scelte e di responsabilità. Quello che vi chiedo è di starvi vicino. Sto lavorando per il nostro futuro ed ho bisogno di tutti voi. Il rush finale è importante perché dietro ogni striscione d'arrivo c'è sempre un'altra partenza.

3

Editoriale

La forza delle regole e la magia del gioco di squadra

20

Risparmio energetico

L'efficienza energetica è di casa

5

Redazionale

Casa verde! Non è il titolo di un reality, è il nostro futuro

24

Focus on

Novità normative sulla compravendita immobiliare

6

Convegno Villa Grazioli

30

Studi di settore

Agenzie di mediazione immobiliare

16

Mercato

Il Mercato cambia

38

Mediofimaa

E' nata ed è già in gran forma

18

Architettura in verde

L'architetto pensa green

43

Informazione

Notizie dalla provincia

F.I.M.A.A. NEWS

N. 33 - giugno 2007
RIVISTA TRIMESTRALE DELLA
FEDERAZIONE ITALIANA
MEDIATORI AGENTI D'AFFARI

Sede Nazionale:
Piazza G. G. Belli, 2 - Roma
Sito Internet: www.fimaa.it

DIRETTORE EDITORIALE
Alberto Pizzirani

DIRETTORE RESPONSABILE
Antonella Marra

COMITATO DI REDAZIONE
F.I.M.A.A. ITALIA
Susanna Acerbi

REDAZIONE, IMPAGINAZIONE
E STAMPA

Eureka3 S.r.l.
via di Sant' Erasmo 12
00184 Roma
tel. 06.97998700
fax 06.97998701
info@eureka3.it

In redazione
Cesare Paris

PROGETTO GRAFICO
Francesca Soddu

Quota abbonamento annua € 4,00
Iscrizione al Tribunale
Civile di Roma
n° 390/2002-07-29
12/07/2002

Casa verde! Non è il titolo di un reality, è il nostro futuro



Susanna Acerbi
Segretario Generale Fimaa Italia

I sistemi eco compatibili, come lo sviluppo sostenibile sono le sfide del secolo, non si parla più solo di crescita, ma di crescita sostenibile. Non si parla più solo di sviluppo, ma di sviluppo eco compatibile, Cina docet. Insomma, la questione ambientale non è più un lusso da intellettuale, né una stranezza da mondo alternativo, da no logo o no global. Il Fiume giallo in secca, per non parlare del nostro Po, l'acqua come bene scarso, la calotta polare in ritirata, il buco dell'ozono, l'atmosfera ballerina... sono tutte realtà con cui dobbiamo, e sempre più dovremo, fare i conti.

L'Emergency Building Directive 2001/91/CE è stato recepito in Italia con provvedimenti legislativi: Decreti Legislativi 192/2005 e 311/2006. Il convegno di Osaka di maggio sull'ambiente ci ha detto che ben il 15 % del risparmio energetico può venire dall'edilizia. La tecnologia ci ha dato e ci darà le soluzioni necessarie. Quello energetico ed ambientale applicato all'edilizia è tema di convegni, seminari e studi. Fimaa Ravenna ne ha fatto uno il 31 maggio. Sì, perché "l'edilizia verde, la casa verde" sono oggi una realtà anche se ai loro primi vagiti in Italia. 1 luglio 2007, 1 luglio 2008 e 1 luglio 2009 sono gli appuntamenti per la certificazione energetica. Dal prossimo 1 luglio potrà accedere alla detrazione fiscale del 55% delle spese sostenute chi sarà certificato. Gli agenti immobiliari dovranno confrontarsi con questa realtà. Distinguere e comprare nel mercato immobiliare consumi ed efficienza energetiche dei diversi edifici e di unità immobiliari, valorizzare l'immobile dal punto di vista del risparmio energetico in tempi non lontani non sarà più un lusso, ma una necessità.

Insomma non si compreranno solo case, si comprerà anche sicurezza ambientale.

Ecologicamente corretto sarà un bene, con un valore di mercato.

Sul fonte finanziario cosa segnalare?

La BCE si prepara a giugno ad un altro aumento del tasso di sconto, dovremmo arrivare a quota 4%, ma si parla già di un 4,25% per la fine anno. Niente di allarmante, era già scritto da tempo. Joaquin Almunia, commissario agli affari monetari dell'Unione Europea, in una conferenza stampa di fine maggio ha parlato di prospettive economiche luminose. Meno male!

Non posso non ricordare la fusione fra UniCredit Banca e Capitalia. L'Istituto bancario diventa così il secondo europeo e si conferma il primo italiano. Un colosso da 150 miliardi di euro. Una montagna di soldi! Auguri e complimenti a Profumo ed a quanti nella Banca lavorano quotidianamente per fare della globalità una realtà anche nel mondo bancario italiano. Mi resta il

piccolo e grande orgoglio di ricordare che Fimaa, anche se in una piccola scialuppa, fa parte di questo transatlantico. MedioFimaa è una realtà nata da Fimaa ed da UniCredit. Ne siamo orgogliosi!

Le mie letture, come bene sa Alberto Pizzirani, spuntano inesorabilmente nel mio lavoro. Voglio condividere con voi questa.

Ho letto che nel 1953, Ben Gurion offrì ad Albert Einstein, inventore della formula che ha aperto la porta all'atomica ed ha rivoluzionato la fisica e non solo, la presidenza del nuovo stato di Israele. Einstein è una delle poche persone che, ancora vivente, era considerato un genio e che godeva di una popolarità planetaria, pur avendo fatto scoperte che pochissimi erano e sono in grado di leggere ($E = mc^2$ resta una formula semplice, ma incomprensibile per i più, a maggior ragione se abbinata al concetto di spazio curvo!?).

Ebbene, lui, il genio, rispose: "No, Grazie, non mi sento idoneo." No Comment!

Al rogo! Al rogo!



Risparmio Energetico - Casa Passiva

Fare sistema? Si può, a patto che....



Stefano Zan - Docente di teoria dell'organizzazione
Dipartimento di Politica, Istituzioni, Storia - Università di Bologna

È ormai un "classico" dei programmi di lavoro delle associazioni di categoria collocare fra i propri obiettivi prioritari la necessità di "fare sistema", ovvero di riuscire a riportare le varie componenti dell'associazione ad un'azione unitaria, integrata, sinergica.

L'insistenza con cui l'obiettivo di "fare sistema" viene riproposto nel tempo e a tutti i livelli, indifferente ai presidenti che si succedono e alle situazioni esterne che mutano, ne sottolinea da un lato l'importanza cruciale, e dall'altro la difficoltà.

Anche Fimaa condivide con le altre associazioni di rappresentanza degli interessi alcune caratteristiche che rendono al tempo stesso assolutamente necessario e altrettanto difficile "fare sistema".

Innanzitutto Fimaa, in quanto associazione, si muove all'interno del contesto politico ed economico, attua azioni di pressione e negoziazione, agisce sui vari tavoli di trattativa con molteplici interlocutori – istituzioni, altre associazioni, organi di controllo e regolamentazione, attori sociali ed economici – al fine di tutelare i propri associati, regolamentare il settore, sviluppare azioni di trasparenza ed efficienza del mercato. Si tratta di azioni che si svolgono nel campo della politica, che richiedono capacità negoziali e di

tessitura di relazioni, abilità nello stringere alleanze, conoscenza ed esperienza per capire quali sono le battaglie da combattere e gli scenari futuri che si aprono per il settore rappresentato. È evidente non solo la difficoltà di portare avanti con efficacia questa azione, ma anche quella di compattare gli associati su obiettivi unitari e condivisi. È normale che all'interno delle associazioni, specie se di lungo corso e articolate su tutto il territorio nazionale, convivano situazioni estremamente differenziate, anche per la diversa condizione in cui operano le imprese associate. Estremamente varie sono quindi le posizioni, le idee, le priorità di cui l'associazione deve fare sintesi: fare sistema, appunto.

Ma non è finita qui. L'associazione costituisce per gli associati anche uno straordinario mezzo per usufruire di servizi qualificati a prezzi concorrenziali. Su questo fronte ogni associazione gioca buona parte dei propri consensi, in quanto i servizi rappresentano per molte imprese del settore una delle fondamentali ragioni per aderire ad un'associazione piuttosto che ad un'altra. Su questo fronte vi è una enorme ricchezza di esperienze e conoscenze, alcune gestite a livello centrale dagli organismi e dalle società nazionali, altre nate sul territorio e gestite dalle articolazioni locali. Anche qui ci si trova di fronte a enormi differenze nella capacità di erogare servizi a seconda dei territori, e alla difficoltà di trasferire casi ed esperienze di successo da un territorio all'altro.

Così come su quello sindacale, anche sul versante dei servizi quindi si percepisce con forza la necessità di fare sistema, di valorizzare le esperienze di successo, di realizzare economie di scala sia sul versante dei costi che su quello delle conoscenze.

Quello che abbiamo sinteticamente ricordato rappresenta il naturale esito della configurazione stessa di una associazione democratica, decentrata, libera, in cui si confrontano tutti i giorni esperienze e situazioni diversificate, ma tutte rappresentative della realtà del settore dell'intermediazione.

È quindi fondamentale che un sistema di questo tipo possieda elementi di integrazione, che tuttavia non possono essere trovati in scorciatoie di tipo gerarchico o burocratico, ma solo attraverso un percorso condiviso basato sui punti di forza propri di un'associazione come Fimaa.

Infatti la natura federale dell'associazione emerge in tutta la sua forza proprio nella sua specifica ricerca della migliore strada per "fare sistema".

In quanto associazione libera e volontaria, Fimaa è in qualche modo "condannata" ad una gestione democratica della propria vita associativa, il che significa confronto continuo su idee e proposte, ampio numero di organismi coinvolti, continuo ascolto dei rappresentanti locali. Una scelta nazionale non può quindi essere imposta dall'alto, ma deve nascere dal confronto e dalla discussione, e può essere accolta a livello locale solo sulla base di una convinta adesione. Questo vale tanto per le proposte di natura politica o sindacale, quanto per il versante dei servizi. Questi ultimi in particolare non possono essere imposti obbligatoriamente, ma avranno successo solo nella misura in cui si riveleranno superiori a quelli che la singola articolazione locale è in grado di erogare.

Le associazioni di rappresentanza traggono legittimazione e risorse dal rapporto diretto fra strutture locali e imprese sul territorio.

I livelli regionali e nazionali risultano legit-

timati nel momento in cui risultano capaci di rappresentare ad un livello superiore ciò che i territori esprimono. I livelli regionali e nazionali agiscono su aree che vengono attribuite loro dalle associazioni locali, consapevoli che solo l'azione sindacale unitaria a livello nazionale o regionale può dare i migliori risultati per tutto il sistema. In altri termini, la forza ad esempio della struttura nazionale non deriva tanto da una sua ipotetica posizione gerarchica, quanto dalla sua capacità di rappresentare meglio di qualunque altra struttura gli interessi degli associati.

Ma da dove si vede la capacità di "fare sistema" di un'associazione? Alcuni indicatori sono significativi in tal senso.

Un'associazione che sa fare sistema ad esempio vede la presenza al proprio interno di una forte leadership, e questo a tutti i livelli, in modo tale che si possa parlare esplicitamente di "leadership diffusa". È infatti quella del leader una indispensabile figura di catalizzatore e integratore dei contrasti, il ruolo di sintesi delle differenze e di indicazione delle priorità. In questo senso Fimaa ha bisogno di sviluppare ulteriormente le capacità dei propri gruppi dirigenti, a livel-

lo nazionale e locale, affinché sappiano rappresentare e trasmettere i valori e le strategie di Fimaa in modo chiaro a tutti.

È proprio il fronte dei valori un altro grande terreno su cui costruire identità ed integrazione: quali sono i valori in cui tutti gli associati si riconoscono? Qual è la visione della società e del ruolo in essa giocato dall'intermediazione? Siamo sicuri che tutti lavorino nella stessa direzione? Le risposte a queste domande sono cruciali, e su queste va fatta una continua azione di analisi e regolazione, in modo da non perdere di vista gli elementi fondanti del "patto associativo" che ha portato tante imprese a riunirsi sotto la medesima sigla. Spesso una soluzione viene ricercata in campagne "contro" qualcosa o qualcuno, cui si affida il compito di compattare la categoria verso un nemico comune: una manovra legislativa, un'altra associazione, un'altra categoria economica. Ma è sulle proposte e sulle visioni del futuro che si valuta lo spessore strategico di un'associazione.

Infine, ma non ultimo per importanza, segnaliamo la crucialità delle regole del gioco interno all'associazione, ovvero degli stili

di gestione e di direzione, degli stili di comportamento e di relazione, anch'essi indicatori di valori e cultura associativa.

Quanto le relazioni fra associati e tra i diversi livelli associativi sono improntate ai valori della democrazia, della lealtà, della trasparenza, del rispetto reciproco, del senso di responsabilità?

È proprio per arrivare ad una definizione condivisa e partecipata degli obiettivi e delle regole che Fimaa ha iniziato in queste settimane il percorso di costruzione del proprio Piano di Sviluppo Associativo.

Come si vede, la strada per "fare sistema" non prevede scorciatoie autoritarie o burocratiche: le associazioni che vi hanno fatto ricorso hanno fallito e sono dovute tornare precipitosamente sui propri passi. Fimaa vanta una storia ed una cultura improntate al dialogo, al confronto, all'impegno diretto e volontario di centinaia di imprenditori che ricoprono cariche associative sottraendo tempo alle proprie imprese ed alle proprie famiglie. Si tratta di valori profondi, non acquistabili sul mercato, ma conquistati con un lungo lavoro diffuso.

È su questa strada che occorre continuare.

In cammino verso il Piano strategico

È normale che nelle associazioni di categoria si attivino numerosi progetti ed iniziative: le idee non mancano, e nemmeno i problemi di cui occuparsi.

Quello che spesso risulta carente è la loro integrazione ed il loro coordinamento.

Avviene così che un progetto inizia e poi viene abbandonato a favore di uno ritenuto più urgente; o che una iniziativa si sovrappone ad un'altra senza che nessuno sappia che più soggetti stanno lavorando al medesimo problema; o ancora che convivano progetti in contraddizione fra loro. La natura articolata e de-

centrata delle associazioni favorisce il crearsi di queste situazioni.

Compito degli organismi di livello nazionale è anche quello di limitare tali fenomeni, ed aiutare il sistema ad ottimizzare i propri sforzi e le proprie risorse.

Fimaa ha intrapreso in questi anni un deciso percorso di innovazione e sviluppo organizzativo. L'obiettivo che ci si propone è quello di migliorare la capacità dell'organizzazione, al fine di aumentare l'efficacia dell'associazione nel rappresentare e difendere gli interessi degli iscritti e della categoria in genere.

Si tratta di un percorso articolato, che si



Giuliano Nicolini - Aroc - Associazione Ricerche sulle Organizzazioni Complesse. Università di Bologna

svolge su più fronti, alcuni dei quali sono già pienamente operativi (vedi Mediofimaa) ed altri sono in via di creazione. L'ampiezza dei temi in discussione e la loro complessità richiede uno strumento apposito, che riesca a ricondurre le linee strategiche generali a piani operativi e progetti concreti, in un contesto di condivisione e partecipazione alle scelte proprio di una struttura a caratteri federale come Fimaa.

Da queste considerazioni è nata l'idea di dar vita al Progetto del "Piano di Sviluppo Associativo" (PSA), che sta impegnando Fimaa in un'azione di elaborazione strategica e progettazione operativa.

Il PSA costituisce una versione specifica dello strumento del Piano Strategico, adottato in questi anni da numerose associazioni di rappresentanza, proprio per gestire al meglio la complessità dell'azione. Un Piano strategico rappresenta un documento in cui l'associazione parte dai propri obiettivi istituzionali per declinarli in obiettivi specifici di medio periodo (3 anni), e li specifica ulteriormente in progetti di azione annuali, con obiettivi, azioni, budget e responsabilità definiti.

In questo modo è possibile far discendere dalle strategie associative generali progetti ed iniziative specifiche, coerenti con le strategie stesse ed integrati fra loro. Ciò consente di individuare le azioni più urgenti e definire scale di priorità su cui concentrare gli sforzi.

È possibile infine mettere in moto azioni di comunicazione e monitoraggio, in modo che tutti conoscano le iniziative messe in campo e se ne controlli l'andamento in corso d'opera.

Trattandosi di una associazione di rappresentanza, occorre che tutto il processo di preparazione del Piano di Sviluppo Associativo avvenga nella massima trasparenza e coinvolgimento possibile.

Il Progetto del PSA di Fimaa vede quindi una prima azione di scrematura e progettazione ad opera di un gruppo di lavoro composto da 7 presidenti provinciali (La Spezia, Milano, Palermo, Taranto, Torino, Trento, con il coordinamento del Presidente di Fimaa Roma e VicePresidente Nazionale Angeletti), un questionario somministrato a tutti i Presidenti provinciali ed ai Direttori delle Confcommercio locali, ed il progressivo coinvolgimento delle articolazioni territoriali sia in ambiti seminari (vedi il meeting di Villa Grazioli a maggio) che in contesti più istituzionali, come l'assemblea di giugno.

Costruire un piano di sviluppo associativo non è mai cosa semplice.

I temi in discussione sono molteplici, e le strade da percorrere non sono mai chiaramente definite.

Si va dai classici temi della rappresentanza, come l'azione di lobbying, a quelli relativi allo sviluppo dei servizi per gli associati, fino a toccare temi istituzionali (ad esempio la formazione degli organi e la governance associativa) o di scenario economico e sociale.

È proprio da questi ultimi temi che sono partite le riflessioni del gruppo di lavoro dei 7 presidenti, i quali hanno concentrato la propria attenzione sui temi relativi allo sviluppo della professione e delle prospettive economiche e sociali per gli operatori del settore, alla luce sia dei mutamenti normativi in corso che di quelli più generali di mercato e di comportamento di acquisto da parte dei clienti.

È dalla esatta comprensione di tale evoluzione che discendono le strategie da attuare con la massima priorità, sia sul versante del sostegno alle aziende per la loro sempre maggior efficienza e qualificazione, che su quello dell'organizzazione di Fimaa. Su quest'ultimo fronte i capitoli di lavoro sono anch'essi molteplici: si va dalla necessità del-

l'ulteriore rafforzamento associativo attraverso l'adesione di altri operatori, al tema dello sviluppo delle Fimaa locali, passando attraverso soluzioni che toccano aspetti sia politici che tecnici: come potenziare la capacità strutturale delle articolazioni territoriali e nazionali? Dove e come reperire risorse per lo sviluppo? Come migliorare ulteriormente le sinergie con il sistema Confcommercio? Come riuscire a difendere e potenziare l'immagine degli associati di fronte a situazioni di abusivismo?

Sono questi alcuni dei temi affrontati dal gruppo di lavoro, per ognuno dei quali si sta lavorando per predisporre ipotesi di iniziative concrete, sapendo che non sarà possibile mettere in cantiere tutto fin da subito. Ulteriori confronti saranno necessari per individuare priorità di azione.

Come è facile intuire si tratta di un percorso non semplice e nemmeno troppo veloce, ma scorciatoie non sono possibili: il mancato coinvolgimento e l'assenza di confronto su azioni di valenza strategica consentono di preparare progetti ambiziosi in breve tempo, che sono però inevitabilmente destinati a fallire nel momento in cui vengono percepiti come una forzatura ed una imposizione. L'impostazione data al PSA di Fimaa è diversa: una buona gestazione del Piano consente una sua definizione ottimale e condivisa, presupposto indispensabile affinché poi, una volta partiti, tutti si impegnino a rispettare quanto deciso collettivamente e facciano la propria parte con spirito associativo e senso di responsabilità.

Se tutto questo consentirà a Fimaa di fare un ulteriore passo in avanti sul fronte della efficacia della sua azione di rappresentanza, ribadendo in tal modo la sua posizione di leader non solo numerico ma anche strategico nel settore, allora il lavoro di questi mesi non sarà stato realizzato invano.

Villa Grazioli: il presente ma soprattutto il futuro

Gioca et Labora

Per la seconda volta Psicospport e Fimaa hanno condiviso un momento formativo di grande partecipazione e carica emotiva, confermando la validità del binomio Sport-Lavoro e della metodologia "learning by action".

Scoprire il valore del team attraverso lo sport. Imparare a fare gioco di squadra prendendo esempio dai campioni.

Lo Sport Outdoor Training è anche questo. Lo sport come metafora, dunque, per imparare. Ma non solo: lo sport come strumento. L'occasione per apprendere tecniche e conoscenze proprie del mondo dello sport di alto livello. Per poi portarle all'interno dell'Associazione.

Fioretti e palloni

Nel primo incontro con Giunta e Consiglio Direttivo - attraverso la scherma - si è vissuta un'esperienza che ha posto in evidenza l'importanza, in Fimaa, della forza del singolo all'interno dell'organizzazione. L'associato con i suoi talenti, le esperienze, la sua diversità culturale, può rappresentare un patrimonio di ricchezza, punto di forza del gruppo.

Il basket è stato lo sport che ha animato la convention di maggio. Una disciplina di squadra magistralmente rappresentata da Sandro Gamba, il basket in Italia. Campione come giocatore e allenatore, recentemente insignito del prestigioso riconoscimento americano, membro "Hall of Fame", il premio "Oscar dello sport".

La regola per vincere

Nel basket regole, strategia, tattica, coordinamento e talento si fondono insieme costituendo un modello di complessità estremamente utile per comprendere le dinamiche di

una squadra di successo. Al centro dell'incontro è stata posta l'enfasi sul valore positivo delle regole. Soltanto attraverso una loro condivisione è possibile sviluppare un'Associazione vincente. Così la condivisione di obiettivi strategici comuni favorisce l'agire con quella flessibilità interpretativa che distingue i campioni dai bravi gregari.

Cambiare vuol dire migliorare

Non meno importante il tema del cambiamento. In uno scenario competitivo in cui squadre e pubblico si trasformano continuamente, il team di successo sa interpretare il cambiamento e la sfida come opportunità.

Durante i lavori, nella strategia illustrata da Fimaa, si è sentito parlare di concetti quali la crescita del numero degli iscritti, la fidelizzazione dei soci, la creazione di un'immagine più sociale, l'alleanza con altre associazioni quali ASCOM e Confcommercio, l'introduzione di forme partecipative e servizi agli associati.

Tra i temi emersi, la volontà di creare momenti di formazione d'eccellenza targata Fimaa, in grado di potenziare competenze tecniche e manageriali sia dei propri iscritti sia di utenti diversi del mondo associativo professionale.

Con lo sguardo al futuro

Eventi come quelli di Villa Grazioli devono infine costituire un esempio di aggregazione e sviluppo delle competenze, valido non solo per la direzione centrale, ma anche per le sezioni territoriali, con programmi tailor made, progettati sulle esigenze dei vari gruppi. Gli associati chiedono di andare avanti.

Per competere in modo vincente in mercati sempre più imprevedibili, occorre mobilitare soprattutto la passione.



Marisa Muzio
*psicologa, docente universitaria,
presidente di Psicospport*

Questa è Psicologia Positiva

Senza dimenticare però salute, flow - lo stato di grazia - qualità della vita. Concetti su cui Psicospport fa ricerca da anni, attraverso studi che si collocano all'interno del filone della "Positive Psychology".

Immediato il grande interesse di atleti e sportivi, ma anche di manager e rappresentanti del mondo aziendale, tutti alla ricerca dello stato magico nello sport e nella vita quotidiana. In una parola, di benessere.

Quello stesso benessere che ha caratterizzato gli incontri in Fimaa.

Ma è soprattutto grazie all'entusiasmo dei presenti che si è creato quel clima di energia e positività in cui gioco e apprendimento finiscono per non avere più confini precisi. La traslazione è stata immediata: manifestata nei debriefing al termine delle attività, ma anche nei momenti più informali, come una chiacchierata insieme a fine giornata. Condensata in una sola domanda: a quando la terza disciplina sportiva?

La forza delle regole e la magia del gioco di squadra Villa Grazioli II - Meeting formativo a Grottaferrata



Da venerdì 4 maggio a domenica 6, tutti a Grottaferrata presso lo splendido scenario di Villa Grazioli.

Questo l'appuntamento che ci eravamo dati ed a cui hanno risposto 31 presidenti e 18 segretari generali venuti da tutta Italia. Il tema era lavorare insieme per fare il punto su Fimaa, quella di oggi ma soprattutto quella di domani. “La forza delle regole e la magia del gioco di squadra era lo slogan proposto”. Il gioco del basket la metafora scelta per dare fisicità ad idee e concetti. Il team di Psicosport con Sandro Gamba, come testimonial e come coach e la prof. Muzio come trainer alla riflessione. E poi dopo il pallone, dopo i canestri fatti e mancati, Puffi blu e Lupi bianchi come si erano definite in palestra le due squadre, tutti ci siamo ritrovati in aula ad ascoltare e dire.

Con la guida dei prof. Stefano Zan e Giuliano Nicolini, politologi dell'Università di Bologna, si è fatto il punto sul senso di essere “associazione”, cosa vuol dire lavorare insieme, quali sono le regole e quali gli obiettivi per il futuro della Fimaa. Si è lavorato sulla scorta di quanto già elaborato dal gruppo di lavoro coordinato da Valerio Angeletti e composto da Giancarlo De Bartolomeo, Salvatore Lanzafame, Antonio Parmigiani, Severino Rigotti, Maria Grazia Savant Ros, Domenico Storchi.

Le linee guida emerse dal lavoro fatto con i consulenti e proposte ai partecipanti ai lavori erano sei:

- 1) Più associati per avere maggiore capacità di rappresentanza;
- 2) Consolidamento del livello nazionale;
- 3) Regole uguali per tutti;
- 4) Aiuto agli associati ad affrontare le sfide di mercato;
- 5) Sviluppo delle capacità delle Fimaa locali;
- 6) Reperimento di risorse

Su questi temi si è lavorato insieme ed in tre gruppi di lavoro.

Sono uscite molte idee, molte proposte, qualche critica, ma anche suggerimenti.

Di certo è uscita una maggiore consapevolezza del valore del nazionale, della complessità delle realtà territoriali, dell'importanza di coordinarsi fra di noi, unitamente a Confcommercio.

Abbiamo messo qualche mattone in più per costruire la nostra casa e per rafforzare il nostro agire.

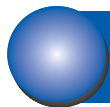
Alle fotografie il compito di documentare quei giorni e agli interventi dei nostri consulenti quello di trasmettere i contenuti dei lavori.



Lanzafame, Angeletti, Parmigiani, Rigotti, Storchi, De Bartolomeo, Nicolini

Convegno Villa Grazioli





Convegno Villa Grazioli





Liberalizzazioni: lavori in corso !

Il disegno legge Bersani in discussione alla Camera

Mentre scrivo è arrivato in Parlamento, dopo i lavori nella X Commissione nel mese di maggio, il disegno di legge così detto sulle liberalizzazioni, presentato dal Governo, Atto Camera 2272, relatore Lulli, *“Misure per il cittadino consumatore e per agevolare le attività produttive e commerciali, nonché interventi in settori di rilevanza nazionale”*.

Ricordo che Fimaa ha agito in sintonia con Consulta e con Confcommercio nel dire no ad una liberalizzazione selvaggia. Liberalizzazioni vuole dire lotta ai monopoli, non deregulation. Non si devono colpire piccoli e medi imprenditori che il monopolio non possono farlo neanche volendo, non fosse altro per la polverizzazione con cui agiscono sul mercato. Sì alla liberalizzazione dei servizi, ma gas, luce, trasporti... sono altra cosa dai servizi immobiliari ! Abbiamo preso contatti con i parlamentari, ma anche con rappresentanti del Governo. Abbiamo detto le nostre ragioni. Abbiamo incontrato a Roma e sul territorio i rappresentanti delle istituzioni.

Nel disegno di legge all'art. 2 comma 4, si prevede l'abolizione del ruolo mediatori. Sono stati presentati emendamenti tesi a salvaguardare le attuali caratteristiche della mediazione: gli onorevoli Mazzocchi, Urso, Raisi, Saglia, Affronti ne sono stati i relatori. L'On. Paolo Affronti UDEUR, segretario della X Commissione, in particolare, ha relazionato sull'emendamento Fimaa.

Da quanto ci risulta, per le vie informali, è stato ampiamente condiviso il fatto che l'abolizione del ruolo e la trascrizione nel REA non debba comportare variazioni alle attuali disposizioni di legge in particolare circa la caratteristica degli iscritti.

Siamo in attesa che l'iter parlamentare

compia il suo corso. Intanto, consapevoli che saranno importanti gli aspetti procedurali nel passaggio da ruolo a Rea (ad esempio, il Rea non prevede tutte le informazioni previste dal ruolo) abbiamo già preso contatto con gli uffici competenti del Ministero.

Il disegno di legge prevede, infatti, al comma 10, sempre dell'articolo 2, il rinvio ad un decreto d'attuazione per disciplinare le modalità d'iscrizione nel registro delle imprese e nel Rea. Ci aspettiamo, come consuetudine nei rapporti fra organismi di rappresentanza e la pubblica amministrazione, che il Ministero ci chiami, così come sempre fatto in passato, ad un tavolo di lavoro comune.

Voglio ricordare che l'azione di Fimaa è stata tesa a salvaguardare “i contenuti del ruolo” e cioè le condizioni di accesso. Abbiamo detto no all'abrogazione del ruolo, ma abbiamo detto soprattutto no ad un registro fai da te, che significherebbe cancellare un lavoro decennale per la qualità nella categoria.

Siamo contro le burocrazie, ma abbiamo ribadito e ribadiamo con forza che il far

west non deve abitare qui! La liberalizzazione non deve tradursi in una situazione dove la democrazia diventa demagogia, in un'apertura indiscriminata che nulla ha a che fare con il buon funzionamento del mercato. Il mercato vuole qualità, il mercato vuole servizi ed operatori preparati.

Già le maglie larghe con cui è stato istituito l'albo dei mediatori creditizi ha portato ad una crescita indifferenziata, disordinata e spropositata della categoria: oltre 100 mila, con disagio per tutti.

Regole chiare, trasparenti, soprattutto nei confronti dei consumatori, questo è quello che abbisogna il mercato.

Questo è quello che noi chiediamo.

Siamo disposti a cambiare, ma non a colpi di decreti legge. Sì alla riforma delle professioni, quello è il tavolo cui dobbiamo e vogliamo esserci, lo diciamo da anni, per proporre, per confrontarci, per costruire con il mondo dei servizi.

Susanna Acerbi



A Milano gli affitti dei negozi restano alti e fuori dal centro calano le "liquidazioni"

Presentata la nona edizione del "Listino dei prezzi delle Aziende"

Nel capoluogo lombardo acquistare un negozio costa in media 3.078 € al mq: il 2% in più.

Sempre sostenuta la richiesta di pubblici esercizi.

A Milano acquistare un negozio costa in media 3.078 € al mq (dato secondo semestre 2006, + 2% rispetto all'anno precedente). Sono cresciuti i prezzi medi in particolare sulla Cerchia dei Bastioni (+ 3,7%, ancor più che nel centro città + 1,8%) mentre un leggero decremento (-0,2%) si registra nella cerchia della Circonvallazione. Prezzi stabili, perché già molto alti, nelle zone più care: al top Spiga - Montenapoleone dove un negozio costa mediamente 21.500 € al mq. In corso Vittorio Emanuele - piazza San Babila il costo medio è di 14.250 € al mq e il valore medio al mq nelle vie commerciali è di 13.883 € (+0,6% rispetto al 2005). Questi dati sui valori immobiliari dell'Ufficio Studi di **Fimaa Milano** (il Collegio degli agenti d'affari in mediazione aderente all'Unione del Commercio di Milano) fanno da scenario alle rilevazioni del **Listino Aziende 2007** che Fimaa Milano ha presentato oggi.

"Nel Listino - spiega **Gianni Larini**, coordinatore del gruppo rilevatori di Fimaa Milano - si trovano le rilevazioni sulle quotazioni delle attività commerciali oltre che di Milano, di Bari, Catania, Firenze e Roma. Il Listino fornisce, inoltre, indicazioni sulle buonuscite e gli affitti per i negozi delle maggiori vie commerciali".

A Milano torna il segno + ma solo nel non alimentare

Un saldo attivo, tutto nel non alimentare per il commercio milanese nel 2006: 585 negozi in più. Ulteriore discesa, invece,

nell'alimentare: 218 negozi in meno. Complessivamente i negozi (dati di fonte del Comune di Milano) sono 23.623 con una crescita dell'1,6% rispetto al 2005.

Aumentano ancora i pubblici esercizi: 6.150 al 31 dicembre 2006 contro i 6.116 di fine 2005 con un + 0,6%.

Il pubblico esercizio piace sempre

I pubblici esercizi, per i quali sussiste ancora una forma di contingentamento, sono a Milano sempre richiesti. Nel 2006 sono state 874 le domande per aprire un bar.

Le nuove aperture effettive sono state 44, ma fatti salvi i requisiti igienico-sanitari, le domande potenzialmente accettate dovrebbero essere circa 300. **Lionella Maggi**, nuovo Presidente Fimaa Milano e responsabile del settore aziende, conferma come i "I pubblici esercizi mantengano una buona domanda".

Le attività più quotate

Il Listino Aziende 2007 di Fimaa Milano conferma le tendenze già emerse lo scorso anno: sono le ricevitorie/giochi ad essere fra le attività commerciali più quotate.

Le maggiori richieste percentuali di incremento di valutazione per esercizi in ubicazioni primarie a Milano riguardano, infatti, i generi di monopolio e ricevitorie giochi (270/310% sull'aggio annuo); significativo anche il valore anche per le edicole con chiosco (250/300 sull'utile lordo) e delle autorimesse (240/300% sull'incasso annuo al netto di Iva).

Buona quotazione per i bar (tavole fredde

e tavole calde): 160/180% dell'incasso annuo al netto di Iva.

A valori inferiori c'è mercato per centri estetici-solarium e, in alcune tipologie, per le ubicazioni primarie (telefonata, mobili, fiori).

Affitti stabilmente elevati

Affitti medi mensili stabili - anche perché già elevati - per i negozi di alcune delle vie commerciali di Milano prese in esame dal Listino Aziende 2007 di Fimaa Milano: dai circa 23.000 € di via Montenapoleone, ai quasi 19.000 € di corso Vittorio Emanuele e via della Spiga, ai 12.500 € di via Manzoni per poi, man mano scendere fino ai quasi 4.000 € di via Paolo Sarpi e corso San Gottardo.

I dati si ricavano elaborando le rilevazioni degli affitti annui per metro quadrato indicate dai ricercatori Fimaa - con una forbice minima e massima - e prendendo come riferimento un valore medio di questa forbice con locali dalla dimensione di 100 mq.

Valori delle buonuscite in calo: si salvano le vie della moda

Se gli affitti sono alti, le buonuscite calano, in particolare al di fuori delle vie del centro. Ecco i valori rilevati nel Listino di Fimaa Milano (valore indicato dai ricercatori Fimaa sempre con una forbice minima e massima): via Montenapoleone e corso Vittorio Emanuele (da 2 a 5 milioni di €) - per via Montenapoleone cresce di 500 mila € il valore minimo, ma cala di altrettanto il valore massimo; per corso Vittorio Emanuele i valori restano stabili.

Il mercato cambia

Collaborazione e consulenza: gli aspetti chiave del nuovo modo di lavorare degli agenti immobiliari

Intervento di Marcella Frati, Direttore NMG

Questo è il suggerimento, presentato al convegno di Verona del 1 marzo, di NMG Financial Services Consulting, società specializzata nello studio e nel monitoraggio delle reti di vendita, che ha condotto un'indagine on-line tramite la propria piattaforma www.consulentecensus.com nell'inverno 2007. Hanno partecipato all'indagine oltre 200 agenti immobiliari, di cui 69% indipendenti e 31% affiliati ad un franchising, presenti su tutto il territorio nazionale, tra cui il 57% al Centro-Sud e il 43% al Nord. L'obiettivo dell'indagine è stato quello di monitorare i modi di lavorare e le opinioni degli agenti immobiliari su vari aspetti come ad esempio sulle difficoltà del momento, sulla redditività del proprio business, sul livello di soddisfazione di appartenenza al franchising, sulla propensione alla affiliazione, sull'utilizzo della tecnologia...

La necessità per gli agenti immobiliari di collaborare per poter crescere in modo più efficace, efficiente in modo da mantenere il proprio business profittevole emerge chiaramente dai risultati della ricerca. In Italia ci sono circa 50.000 agenti immobiliari, ma quanti oggi stanno guadagnando e stanno lavorando in modo efficiente? La maggiore competizione fra gli agenti immobiliari, il rallentamento almeno in alcune zone del mercato immobiliare rendono la "vita" più difficile all'agente immobiliare, tanto che circa il 90% degli intervistati ha dichiarato che già collabora in qualche modo con i colleghi anche se solo poco più della metà (55%) dei rispondenti lo fa in modo frequente mentre gli altri solo ogni tanto.

La collaborazione in Italia è ancora basata sul "fai da te", nonostante le associazioni di categoria siano sempre più impegnate a promuovere iniziative fra gli agenti immobiliari e la maggiore presenza di siti internet che favoriscono la collaborazione. Dall'indagine è emerso che il 74% dei rispondenti collabora con i colleghi che conosce, altri si affidano agli elenchi di categoria e solo una percentuale modesta di agenti immobiliari utilizza piattaforme internet di condivisione degli immobili.

L'uso della tecnologia a supporto della propria attività è però in forte crescita, lo dimostra il fatto che, per circa il 90% dei rispondenti, i portali sono strumenti di lavoro importanti.

Più sconosciute agli agenti immobiliari Italiani sono le piattaforme MLS (Multiple Listing Services), anche perché in Italia ne esistono pochi esempi, fra cui Replat.

Le piattaforme MLS si basano su il concetto molto di moda in USA di "collaborazione, transazioni e crescita in modo trasparente, efficace ed efficiente, in ogni momento, in qualsiasi posto e come vuole l'agente immobiliare" ovvero di "Collaborate, Transact, Grow Transparently, Effectively, Efficiently, Anytime! Anywhere! Your way!".

Le piattaforme MLS hanno rivoluzionato il modo di lavorare degli agenti immobiliari in molte parti del mondo, un po' come è stata Expedia nel settore dei viaggi. Le piattaforme MLS sono sicuramente una leva efficace per aiutare l'agente immobiliare Italiano a diventare un vero consulente per il cliente potendo passare, come è già stato per i promotori finanzia-



Marcella Frati

ri, da un modo di lavorare basato sulla sola offerta "della casa" ad offrire il "multi-brand" ovvero anche l'offerta di terzi.

La necessità di una collaborazione fra gli agenti è anche motivata dal fatto che due sono oggi le criticità del business dell'agente immobiliare che sono emerse chiaramente dall'indagine: una la difficoltà di reperire immobili e l'altra i costi di gestione troppo elevati. Circa il 30% dei partecipanti all'indagine e soprattutto quelli del Nord Italia e gli indipendenti hanno dichiarato che oggi per loro è un problema trovare gli immobili, mentre per il 23% ha dichiarato di vedere i propri margini di guadagno assottigliarsi perché "uccisi" dai troppi costi.

Tanto che sono ormai molti gli agenti immobiliari che stanno arricchendo la propria offerta con servizi accessori, ma di valore, come ad esempio i mutui. L'85% degli intervistati ritiene importante e sempre più necessario avere una offerta servizi finanziari, e sicuramente l'offerta di Mediobanca offrirà vantaggi e una migliore operatività a molti agenti immobiliari.

Da quello che è emerso dalle opinioni raccolte tramite l'indagine, riteniamo che il mutuo non sia più un prodotto accessorio, ma che sia un business fondamentale per l'agente immobiliare.

Oggi il processo è sempre più invertito: prima il cliente cerca il mutuo e poi la casa dei suoi sogni!

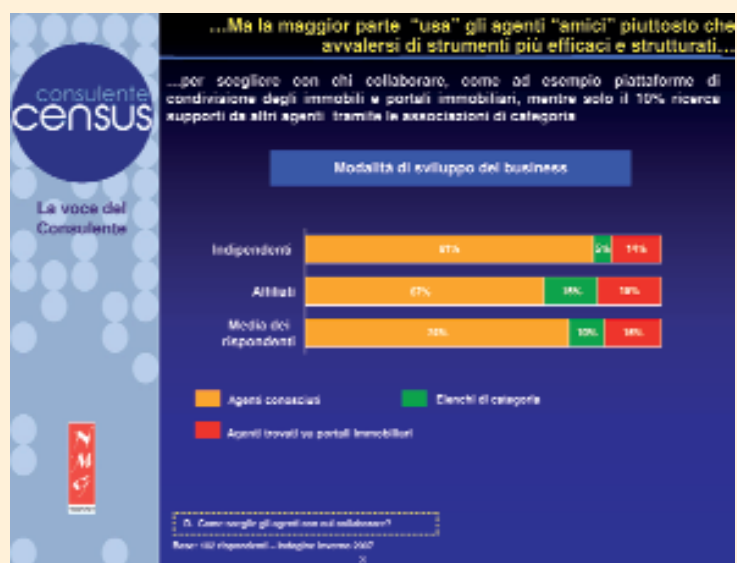
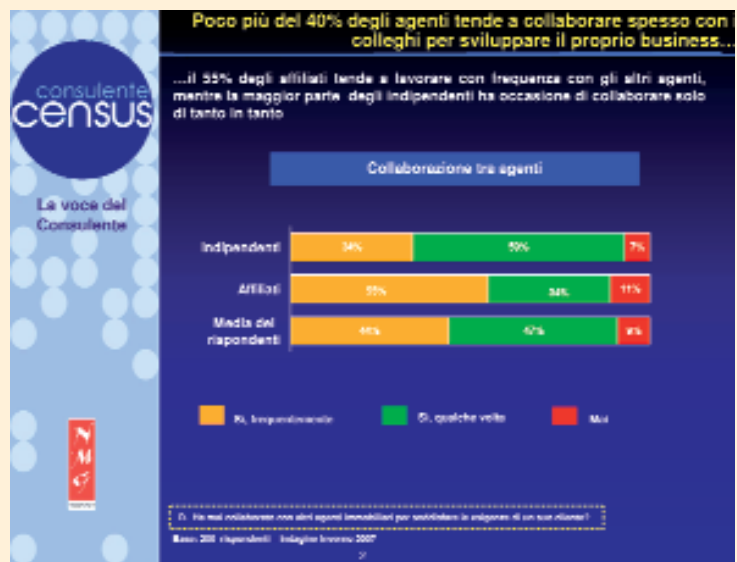
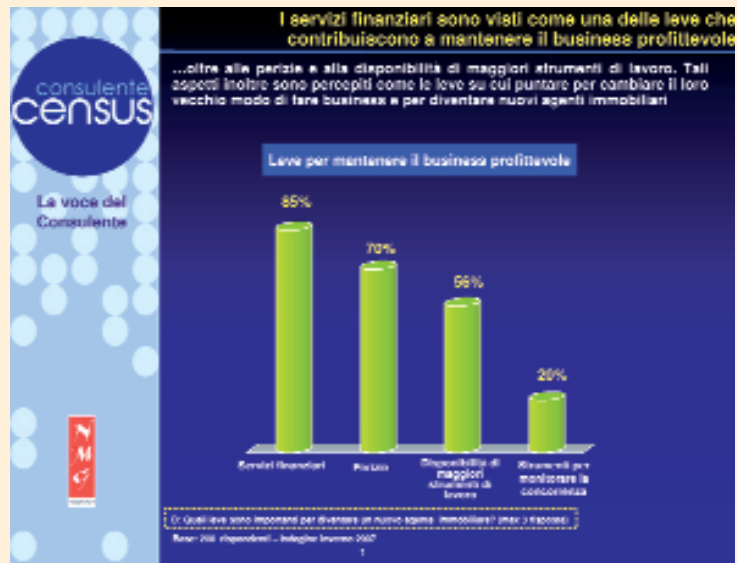
Non solo, se l'agente immobiliare non riesce a trovare la soluzione immobiliare per il cliente, sono sempre più coloro che propongono la loro offerta mutui.

La parola d'ordine è di convertire il potenziale cliente che è entrato in agenzia in un cliente e la capacità di consulenza dell'agente immobiliare diventa fondamentale per riuscirci. Inoltre non si deve trascurare la grande opportunità offerta dal rifinanziamento del mutuo.

Agenti immobiliari, sfruttate i vostri database clienti, per ricontattare i vostri clienti e offrire loro la vostra consulenza per valutare un nuovo mutuo più vantaggioso. Questo nuovo modo di lavorare basato sulla collaborazione e sulla consulenza diventa sempre più necessario se si guarda al contesto in cui oggi operano gli agenti immobiliari.

Alla domanda dell'indagine su come oggi gli agenti partecipanti percepiscono l'attuale momento di mercato, il 45% ritiene che vi sia stabilità, mentre il 32% afferma che l'andamento del mercato sia in rallentamento, solo il 23% reputa che il mercato stia sperimentando una crescita. Circa le compravendite più del 60% degli agenti confida in una stabilità e solo il 23% crede in una diminuzione, le previsioni si fanno più pessimistiche al Centro-Sud rispetto al Nord: 27% contro il 19%. E i prezzi degli immobili?

In media il 65% dei rispondenti afferma che rimarranno stabili per tutto il 2007, tuttavia al Centro-Sud la percentuale sale al 74% mentre è ferma al 6% la quota degli agenti che crede in un aumento dei prezzi a differenza del Nord dove si arriva al 23%.



L'Architetto pensa

GREEN

Caterina Secchi

Politecnico di Milano, facoltà di architettura civile.

La trasformazione urbana è una realtà che coinvolge tutto il globo. Il futuro sarà di grandi megalopoli economiche e di regioni a intensa urbanizzazione.

La migrazione interna dalla campagna verso le città oggi si misura in Cina su 200 milioni di persone, ma sono 800 milioni i contadini pronti a godere dello sviluppo urbano. Il medesimo dinamismo urbano si registra sul territorio indiano: Mumbai, dinamico motore dell'India, si sostituirà a Tokyo nel ruolo di città più grande del mondo entro il 2050.

Spingendo lo sguardo più a ovest si individuano altre zone interessate dalla medesima tendenza. Finanziate dai capitali del

mercato petrolifero saudita, dal deserto e dalle piatte coste della penisola arabica, stanno nascendo sei nuove città "economiche" specializzate, alcune a vocazione tecnologica, altre a vocazione industriale, in grado di garantire una diversificazione economica strategica per il Paese.

Anche in Italia, seppur con numeri minori, si registra un aumento della domanda di nuove abitazioni in prossimità dei centri urbani, come il caso della regione Toscana che nel prossimo decennio dovrà prevedere la costruzione di centocinquanta nuove case per coprire il fabbisogno abitativo.

In questo nuovo panorama è però necessario tenere conto delle notevoli implica-

zioni ambientali che la vita urbana comporta. *"Bisogna puntare ad uno sviluppo sostenibile che soddisfi le esigenze delle attuali generazioni senza compromettere la possibilità di quelle future a soddisfare i propri bisogni"*. Così la Commissione Brundtland nel 1987 definiva un concetto oggi più che mai di attualità. Le risorse sono limitate e l'inquinamento che produciamo sta distruggendo lentamente il nostro pianeta. Si conta che almeno il 70 % delle emissioni di anidride carbonica sono prodotte dalle città e dagli agglomerati urbani.

I Decreti legislativi 192 del 2005 e 311 del 2006 hanno aperto anche in Italia le porte dell'Energy Performance Building



Alberi sulla città

L'efficienza energetica è di casa

Tecnologia e formazione per valorizzare e rinnovare il parco edilizio

Un progetto di WWF Italia e Enea

Sempre più presente nell'agenda dei governi planetari, la lotta al riscaldamento climatico impone una drastica dieta energetica e crea un'opportunità per adeguare gli immobili vecchi e nuovi alle sfide della sostenibilità ambientale. Attualmente in Italia le utenze domestiche sono responsabili del 30% dei consumi energetici totali e del 27% delle emissioni di gas serra, con un consumo medio, per le abitazioni private, di 150-200 chilowattora al metro quadro per anno, più del doppio del dato tedesco (70 kWh/m² anno). Il nostro paese importa il 90% dell'energia e quasi la metà della bolletta energetica è assorbita dal settore residenziale. Eppure il comparto mostra un potenziale di risparmio energetico che arriva fino al 50%.

Con l'iniziativa di info-formazione in materia di "efficienza energetica e cambiamenti climatici", realizzata in collaborazione con Enea (Ente per le Nuove tecnologie, l'Energia e l'Ambiente), EscoItalia e associazioni degli artigiani nell'ambito del progetto "Generazione Clima", WWF Italia punta a veicolare una nuova concezione dell'efficienza energetica, diffondendo nel mondo delle PMI nuove competenze professionali, aggregando tutti i settori (edile, termo-idraulico, elettrico) che possono mettere in efficienza le case degli italiani e promuovendo una diffusione capillare di tecnici formatori.

Un corso on line in e-learning, lanciato lo scorso autunno, e il Campus WWF-Enea del 15 e 16 novembre 2006, con 20 aule allestite in tutta Italia, hanno fatto registrare la partecipazione di 1000 tra volontari dell'associazione ambientalista e tecnici PMI. I profili formativi ("l'impianto elettrico della casa", "riscaldamento e di-



Impianto fotovoltaico

persione di calore", "fonti rinnovabili di energia") riguardano una platea potenziale di quasi un milione e 300mila addetti (354mila nell'installazione e manutenzione di impianti e 990mila nell'edilizia). L'obiettivo è creare "tecnici dell'efficienza", sensibili e qualificati, dotandoli di una base qualitativa e rendendo familiari dispositivi quali i pannelli radianti, i sistemi di contabilizzazione domestica, le centraline per il monitoraggio dell'efficienza degli edifici, le valvole termostatiche.

"Un primo impatto positivo in termini di assenso, consenso e informazione c'è stato", commenta Michele Candotti, segretario generale di WWF Italia. "Finalmente abbiamo visto un interesse anche da parte di imprese che normalmente non si possono permettere di affrontare certi argomenti, sia per ragioni di scala, di dimensioni, sia perché sono ai margini di dibattiti di questo tipo."

Durante le due giornate evento di Generazione Clima, il 2-3 dicembre scorso, in più di 200 piazze in tutta Italia, è stato inoltre attivato il "check-up efficienza".

Utilizzando appositi moduli, i cittadini interessati hanno potuto richiedere a tecnici abilitati PMI, formati dall'Enea, un sopralluogo nella propria abitazione, per avere una diagnosi qualitativa con indicazioni di massima sugli interventi da realizzare.

La scheda check-up resta disponibile sul sito web di WWF Italia, insieme al "filo diretto", uno sportello virtuale, e al corso, completamente gratuito e aperto a tutti.

Sensibilizzazione e know how sono le basi di un processo, la riqualificazione energetica, che coinvolge tre livelli: l'associazione ambientalista, tecnici e le Esco, le società fornitrici di servizi energetici. Spetta di solito all'energy manager tracciare un bilancio energetico qualitativo e quantitativo delle abitazioni decidendo la

progettualità per gli interventi, da quelli sugli impianti, non strutturali, a quelli pesantemente strutturali, come la coibentazione muraria, il cosiddetto “cappotto” isolante. La diagnosi energetica dell'edificio è fondamentale per individuare le carenze strutturali eappare le falle responsabili di dispersioni. E' illuminante in questo senso la metafora usata da Maurizio Pallante, autore del volume “Un futuro senza luce?”: prima si pensi a tappare i buchi nel secchio, poi a come riempirlo. Dunque l'eliminazione degli sprechi è precondizione allo sviluppo delle fonti rinnovabili. Una fatica non da poco in Italia, dove il concetto di casa passiva è noto solo agli addetti ai lavori. Si tratta di edifici costruiti con materiale ad alto grado di coibentazione, capaci di assicurare un ambiente confortevole in tutte le stagioni senza bisogno di sistemi di riscaldamento o di condizionamento. Il calore necessario viene recuperato dai motori degli apparecchi elettrici, come il frigo, portando i consumi energetici a un livello prossimo allo zero. Immobili del genere nel nostro paese praticamente non esistono, mentre sono più frequenti nel Nord Europa. All'avanguardia c'è la Germania, con il fiore all'occhiello di Friburgo, nota come palestra di eccellenza del vivere sostenibile. Oltre c'è un futuro ancor più remoto: la casa attiva, dotata di dispositivi in grado di produrre energia prodotta con impianti fotovoltaici, minieolici, a biomasse o a solare termico, riducendo contestualmente l'impiego di combustibili fossili. La tecnologia più abbordabile è il solare termico, che permette di scaldare acqua per usi domestici, mentre i costi del fotovoltaico, che ricava energia elettrica dalla luce solare, sono ancora un deterrente. “La spesa per un boiler elettrico con collettori solari è ammortizzabile con i risparmi energetici di un triennio”, spiega l'ingegnere Susanna Del Bufalo, responsabile dell'Unità Informazione e Promozione dei Progetti Enea. “Un impianto fotovoltaico da 2 chilowattora di picco, delle dimensioni di circa 20 metri quadri, se in-

stallato in Sicilia, costa invece circa 16mila euro, con un tempo di ritorno di circa 10 anni”.

Esistono due modalità di autoproduzione di energia. Quello fuori rete, o off grid, è dotato di un sistema di accumulo in batterie per l'utilizzo domestico, mentre quello on grid è connesso alla rete elettrica e gestito con la Esco attraverso un contratto di scambio in “conto energia”. In quest'ultimo caso il chilowattora prodotto viene pagato più di quanto costa abitualmente al consumatore, ossia 18-20 centesimi. La quota, che può andare dai 36 ai 45 centesimi, dipende dal tipo di impianto e dalla sua integrazione in architettura: minore è l'impatto visivo sul paesaggio, maggiore è il premio. Il “conto-energia” ricompensa l'efficienza e la funzionalità degli impianti, a differenza di quanto accadeva in passato con i finanziamenti in “conto capitale”, attraverso i quali lo Stato si limitava a coprire una percentuale delle spese per l'acquisto e l'installazione dell'impianto, senza prevedere verifiche delle prestazioni. Una formula che ha ampiamente dimostrato di non funzionare. Obiettivo più verosimile, a medio termine, è la certificazione energetica degli edifici, nella quale venga riportato il consumo per metro quadrato l'anno (kWh/m² anno) delle abitazioni. Con la 10 del 91 l'Italia è stato il primo paese a dotarsi di una legge in materia, che ripartiva le abitazioni sulla base dello spartiacque dei 160 chilowattora. Ma, in assenza di un decreto attuativo, la normativa è rimasta lettera morta. Nel frattempo i sistemi di costruzione non si sono molto evoluti, da questo punto di vista, rispetto agli standard di venti anni fa. I costi

però sono lievitati. Così le case edificate dagli anni '90 in poi richiedono un'alimentazione tra i 140 e i 160 chilowattora, mentre quelle di vecchia generazione arrivano anche a 250. Ora il decreto legislativo 192 del 2005, nel recepire la direttiva comunitaria 91 del 2002, ha introdotto nuove misure di risparmio energetico, ponendo i limiti a 90 e 120 kWh e rilanciando la certificazione obbligatoria per l'intero parco edilizio. Non solo: la certificazione energetica dovrà essere obbligatoriamente allegata all'atto di vendita.

Le classi di utilizzate per convenzione sono quelle formulate dall'agenzia Casaclima di Bolzano: classe C fra i 70 e i 50 kWh/m² l'anno, classe B tra 50 e 30, classe A sotto i 30, comprese le case passive e gli edifici a consumo zero (figura).

Certo, adottare qualche accorgimento e correggere alcuni comportamenti sarebbe sufficiente a portare una buona parte degli immobili almeno in classe C. Cambiare gli infissi e l'impianto di riscaldamento, montare i doppi vetri può contribuire a dimezzare gli sprechi. E comunque, una ricerca sui comportamenti delle famiglie italiane, ideata da WWF Italia e RAS e realizzata da Makno Consulting con oltre 2000 interviste, ha riscontrato che il 60% dei consumi è dovuto semplicemente a scorrette, quanto consolidate, abitudini quotidiane. Ad esempio il 46,9% del campione tiene regolarmente in stand-by le



Impianto solaretermico

apparecchiature elettroniche e il 15,9% regola frigorifero al di sotto dei 6 gradi.

Secondo l'ingegnere Susanna Del Bufalo, *“moltissimo si può fare dal punto di vista dell'orientamento, della captazione di energia solare. Sul nuovo però. Nell'edilizia nuova i criteri devono essere imposti dai comuni, che volendo oggi hanno tutte le competenze per farlo. Sugli edifici già esistenti, che sono la maggior parte e che consumano di più, si può intervenire in particolare sulla coibentazione. Le palazzine degli anni '60 e '70 sono dei colabrodo. Grazie a questi interventi “sull'hardware” si hanno i risparmi più consistenti e duraturi”*.

Il raggiungimento dell'eccellenza, la Classe A, richiede interventi pesanti sulle strutture. D'altronde accontentarsi di orientare il mercato sulla classe B significa adottare una politica comoda ma dal fiato corto, con il risultato di rinunciare all'alta efficienza e perdere una risorsa di valorizzazione a lungo termine dell'immobile. L'accresciuto valore della casa all'atto della compravendita è ammortizzato dall'acquirente attraverso il risparmio energetico consentito dalle sue qualità di efficienza energetica. *“La casa passiva”*, dice Candotti, *“conviene a chi la costruisce perché, a tecnologia acquisita, si acquisiscono anche skills, competenze, che poi possono essere ripetute e diffuse in maniera accelerata. Ma c'è un piccolo imbuto in tutto questo: le competenze e*

la manodopera adeguata sono scarse, quindi molte volte le imprese non sono rispondenti rispetto a questa crescente domanda”.

Attori e istituzioni devono dunque fare sistema, ma serve una governance più sensibile ai temi della sostenibilità. *“Innanzitutto la politica dovrebbe cominciare a non negare che c'è un problema”* sostiene il segretario generale di WWF Italia, *“e assumerlo come un dato di fatto. Questo è importante, perché vuol dire, finalmente, agire in politica come si agisce nel mondo del business, e cioè prendere delle decisioni sulla base delle migliori informazioni disponibili. La politica non sempre lo fa. Poi c'è un altro elemento: fare attenzione a decisioni che possano essere sostenute e misurate in termini di impatto positivo”*. Sono essenziali una normativa cogente ma snella e finanziamenti azionabili dai cittadini. In questa direzione vanno le agevolazioni tributarie per la riqualificazione energetica degli edifici contenute nell'ultima Finanziaria. Sono previste detrazioni del 55% all'imposta lorda delle spese, sostenute entro il 31 dicembre 2007, per la riqualificazione energetica degli edifici (ossia la riduzione del fabbisogno di energia annuo per la climatizzazione invernale) o per interventi su infissi, coperture e rivestimenti su edifici esistenti, parti di edifici esistenti e unità immobiliari, installazione di pannelli di solare termico, sostituzione di impianti di climatizzazione obsoleti. Ci sono poi detrazioni 55% degli extra costi sostenuti per la progettazione e la realizzazione di nuovi edifici ad alta efficienza energetica, con data inizio lavori entro il 31 dicembre 2007 e durata triennale. E' inoltre stato istituito un fondo di 15 milioni di € l'anno per il periodo 2007-2009.

Le regioni, dal canto loro, possono agevolare il recepimento della normativa europea anche scavalcando le leggi nazionali, rifacendosi a modelli virtuosi sperimentati in altri contesti europei, ma, soprattutto, possono predisporre dei fondi di garanzia, snodi fondamentali nel sistema di Finanziamento Tramite Terzi. Attraverso questo strumento, fortemente raccomandato dalla Ue, non è il proprietario a sobbarcarsi i costi di ristrutturazione energetica; può invece intervenire la Esco, che però, non avendo capitali di rischio adeguati ad un intervento sistemico, ha bisogno del supporto finanziario degli istituti di credito. In Europa se ne parla da 15 anni, ma la situazione di sostanziale monopolio dell'energia blocca, in Italia, un'evoluzione in questa direzione. Senza contare che le banche del nostro paese sono ancora restie ad orientarsi su questa linea. In questo senso la copertura di casseforti regionali e nazionali può essere una tutela in grado di incentivare. *“Il problema sono le aspettative del consumatore”*, sostiene Candotti, *“che quando costruisce la propria casa si trova a che fare con problemi di mutuo, di finanziamento, che raggelano gli spiriti più volenterosi e creano condizioni poco edificanti per scelte così importanti. Noi siamo convinti che i prestiti agevolati e garantiti in questa chiave siano una delle leve più importanti che il settore finanziario, e soprattutto quello bancario e assicurativo, possono usare”*. Gli enti locali oltre alle iniziative di sensibilizzazione e all'acculturazione specifica, ai servizi erogati tramite sportelli di consulenza, possono adottare provvedimenti urbanistici di incentivazione e alleggerimento tributario. Gli strumenti canonici sono i regolamenti, le richieste di certificazioni, le detrazioni dell'Ici. Non mancano esempi virtuosi in Italia. Il Comune di Bolzano già nel 2002 ha approvato una manovra edilizia di eccellenza ambientale, con obbligo di certificazione, all'atto della concessione edili-



Expo - interni

zia, di uno standard minimo fissato della Classe C e sconti del 10% sugli oneri di urbanizzazione per la Classe A. Il risultato è che per climatizzare gli ambienti domestici si spendono mediamente 150 euro l'anno. Tra le altre esperienze positive si possono citare il Prg di Faenza e il regolamento edilizio di Carugate, nel milanese, che introduce criteri progettuali prescrittivi in materia di risparmio energetico, utilizzo di fonti di energia rinnovabili e impiego di tecnologie bioclimatiche.

Generazione Clima ha ottenuto l'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica e il patrocinio della rappresentanza italiana in Commissione europea, del Ministero dell'Ambiente e del Ministero dello Sviluppo economico. WWF Italia e Enea hanno intenzione di proseguire

l'opera di costruzione di un network, sempre più capillare. *“Dall'anno scorso a quest'anno le cose sono cambiate notevolmente”*, commenta Susanna Del Bufalo. *“Gli incentivi fiscali contenuti in Finanziaria renderanno l'efficienza energetica molto più conosciuta, accessibile e praticabile. Credo però che ci sia bisogno ancora di una grossa informazione e una grossa sollecitazione. Nonostante gli incentivi non è scontato che le persone decidano di intraprendere la strada del risparmio energetico”*. *“L'iniziativa si ripeterà con una chiave un po' diversa”*, anticipa Candotti. *“Cercheremo di vedere come coinvolgere nella formazione delle collettività, ad esempio gli amministratori di condominio, che gestiscono delle collettività complesse nelle scelte energetiche che*

impattano la vita di ognuno.

Questo è uno snodo fondamentale, perché attraverso l'istruttoria di informazioni che si dà alle assemblee condominiali si governa un territorio complesso fatto di tante unità familiari e si ha un effetto moltiplicatore molto positivo.

I condomini hanno due caratteristiche: quelli da costruire possono essere già creati con un impianto moderno in chiave di risparmio energetico, mentre quelli da ristrutturare potrebbero, già in questo momento, pensare a delle ristrutturazioni intelligenti che usino gli incentivi disponibili in Finanziaria, ma che adottino anche delle soluzioni di risparmio energetico moderne e disponibili”.

Per maggiori informazioni:
www.wwf.it/generazioneclima

Risparmio energetico: il quadro normativo

<p>Il Decreto Legislativo del 19 agosto 2005 n. 192 ha recepito la direttiva 2002/91/CEE che riguarda il rendimento energetico in edilizia.</p> <p>Il Governo, tuttavia, ha, doverosamente, ritenuto, da un lato, per non creare incertezze nel mercato degli immobili, dall'altro, di dettare linee guida nazionali.</p> <p>Con il Decreto Legislativo del 29 dicembre 2006, in particolare, fino a quanto non entreranno in vigore le linee guida nazionali la certificazione energetica è stata, temporaneamente, sostituita con un attestato di qualificazione elaborato dal progettista o dal direttore dei lavori.</p> <p>Uno degli elementi più rilevanti del D.lgs 192/2005 è l'attestato di certificazione energetica che il costruttore deve farsi rilasciare da esperti o organismi accreditati, aventi particolari requisiti professionali e caratteristiche di indipendenza.</p> <p>Tale certificato è allegato all'atto di compravendita, in originale o copia autenticata, nonché messo a disposizione del conduttore di un immobile.</p>	<p>L'articolato richiamato precisa, ancora, che gli acquirenti nonché i conduttori possono avvalersi della clausola di nullità per i contratti stipulati in mancanza dell'attestato.</p> <p>Il Ministero dello Sviluppo Economico, peraltro, ha fornito, con una circolare, chiarimenti e precisazioni riguardanti le modalità applicative del D.Lgs 192/2005 precisando che tale certificazione non avrebbe, comunque, creato incertezze nel mercato edilizio, perché gli edifici soggetti all'obbligo di certificazione energetica sono edifici per i quali il permesso di costruire è stato richiesto dopo l'8 ottobre 2005 (entrata in vigore del decreto 192/2005), quindi, nella maggior parte dei casi, poiché i lavori per i suddetti edifici, verosimilmente, non potevano essendo completati prima della primavera 2007, le linee guida nazionali sarebbero, nel frattempo, state rese note (in realtà non sono ancora state pubblicate ad oggi).</p> <p>La soluzione temporanea dell'attestato di qualificazione non rappresenta l'unica novità introdotta dallo schema di decreto.</p>	<p>Il provvedimento estende l'obbligo della certificazione energetica anche ai vecchi edifici, seppure attraverso un percorso graduale.</p> <p>Gli immobili che dovranno calcolare il proprio rendimento energetico non saranno più solo quelli di nuova costruzione.</p> <p>Dal 1° luglio 2007 il certificato che attesti la capacità di risparmio energetico diventerà obbligatorio anche per gli edifici esistenti o in fase di costruzione alla data di entrata in vigore del dlgs 192/2005.</p> <p>Ma solo nel momento della compravendita.</p> <p>Sempre dal 1° luglio 2007 diventa obbligatorio il “bollino verde” anche per gli edifici superiori ai 1000 metri quadrati, nel caso di compravendita dell'intero immobile.</p> <p>Dal 1° luglio 2008 l'obbligo viene esteso anche agli immobili di superficie inferiore ai 1000 metri quadrati, ma sempre nel caso di compravendita dell'intero immobile.</p> <p>Soltanto dal 1° luglio 2009 l'attestato di efficienza energetica non potrà mancare anche nelle compravendite di singoli appartamenti.</p>
--	--	---

Dopo la Bersani, le novità normative sulla compravendita immobiliare

Notai e agenti immobiliari a confronto

Al convegno Fimaa Bari l'intervento del notaio Enrico Amoroso, membro del Consiglio Nazionale del Notariato

Il raccordo funzionale tra il lavoro degli agenti immobiliari e quello dei notai è stato reso ancor più urgente dai recenti provvedimenti varati e preannunciati dal Legislatore.

Per inquadrare correttamente la portata e la rilevanza delle recenti novità normative, occorre partire dai principi che le ispirano.

E qui, non si possono nutrire dubbi di sorta: si tratta di norme essenzialmente fiscali, che, per esplicita ammissione del Legislatore, mirano alla lotta alla evasione ed alla elusione fiscale.

Può sembrare banale tale considerazione, ma secondo me è proprio questa la chiave di lettura che - come spero di riuscire a dimostrare - ci consentirà di individuare criteri comportamentali di ragionevole attendibilità.

E allora, cosa ha stabilito, in definitiva, in Legislatore? Innanzitutto, nel primo approccio (primo Decreto Bersani) è stato introdotto l'obbligo per le parti di dichiarare negli atti notarili recanti trasferimenti immobiliari, (e con assunzione di responsabilità anche penali, ai sensi del D.P.R. 445/2000) se si sono avvalse dell'opera di un mediatore, che importo gli hanno corrisposto e quali sono state le modalità analitiche di pagamento.

Giunge, poi, la Finanziaria (L. 296/2006) che, al comma 46, modificando gli articoli 10 e 57 del D.P.R. 131/1986 (Legge di Registro) introduce a carico degli agenti immobiliari (regolarmente iscritti

nel relativo Ruolo previsto dalla Legge n. 39/1989 e adeguatamente individuati con dati anagrafici, codice fiscale o partita IVA e indicazione della Camera di Commercio di appartenenza) l'obbligo di registrare le scritture private non autenticate di natura negoziale stipulate a seguito della loro attività per la conclusione degli affari; e li qualifica solidalmente responsabili per il pagamento dell'imposta.

A questo punto, il cerchio si è chiuso: il Legislatore è partito dalla fine (la dichiarazione delle parti) e poi mostrando destrezza ed esperienza, è ritornato all'inizio del percorso, lì dove nasce il rapporto contrattuale, per piantare anche qui un paletto di difficile aggiramento, sempre nell'ottica anti-evasione ed anti-elusione. Vediamo allora rapidamente in che cosa consistono questi vostri nuovi obblighi. Voi ovviamente già li conoscete alla perfezione e non intendo sadicamente torturarvi oltre.

Mi limiterò soltanto a richiamare la vostra attenzione su qualche particolare, che potrebbe essere sfuggito o non inquadrato nella sua effettiva portata.

1) Obbligo di registrare le scritture private... di natura negoziale. Che significa? Quali sono le scritture private di natura negoziale? Attribuendo alle parole il doveroso significato tecnico, le scritture private di natura negoziale sono quelle che determinano il sorgere di un rapporto contrattuale. Ora, normalmente, voi



Enrico Amoroso

come operate: ricevete un incarico di vendita dal proprietario (primo rapporto: venditore/ag. immob.) poi raccogliete la proposta - in genere irrevocabile - di acquisto da parte di chi intende acquistare (secondo rapporto: acquirente/ag. immob.), facendovi depositare un assegno intestato al proprietario, da negoziare solo nel momento dell'incontro delle due volontà; e, infine, messe in contatto le due parti, procurate che esse sottoscrivano il contratto preliminare.

Per fare ciò Vi servite di moduli e schemi prestampati che dovete depositare presso la Camera di Commercio competente.

Ora in questi moduli (le due distinte proposte) sono già riportati gli elementi essenziali del contratto: la descrizione dell'immobile, la situazione locativa, il prezzo, le modalità di pagamento, il termine per la sottoscrizione del contratto preliminare.

Per opinione ormai pacifica della dottrina, proprio perchè in tali moduli sono già presenti tutti gli elementi essenziali del rapporto, l'incontro delle due proposte si

concretizza in un vero e proprio contratto, che nella prassi più recente viene definito “preliminare aperto”.

Trattandosi di vero e proprio contratto, il preliminare aperto deve essere registrato in termine fisso, cioè nei 20 gg. **parere pro-veritate prof. Zaccaria (FIAIP): ambito pre-contrattuale.*

Quando poi le parti, a seguito del vostro intervento (che viene qualificato come rapporto d'opera accessorio, in quanto voi non vi limitate a mettere in contatto due parti, ma svolgete tutta una attività collaterale, quale ad esempio la pubblicità sui quotidiani, la visita dell'immobile, la acquisizione e predisposizione di materiale, etc.) addiventano alla regolamentazione pattizia più completa ed articolata del loro rapporto contrattuale, si ha il preliminare formale.

Inutile dire, ovviamente, che anche questo va registrato nei venti giorni.

Quindi, se non si adottano gli accorgimenti tecnici del caso, voi rischiate di dover procedere ad una doppia registrazione.

Dopodiché, c'è l'aspetto relativo alla vostra qualifica di responsabili di imposta, cioè di soggetti tenuti, in forza di una disposizione di legge, al pagamento di un tributo dovuto da altri.

E qui, vorrei sottolineare tre aspetti particolari:

1) il Legislatore non ha previsto, per Voi, alcun diritto di chiedere alle parti la “provvista”, vale a dire i fondi per il pagamento delle imposte. Naturalmente, poiché non è giusto che un soggetto paghi per altri, l'ordinamento prevede un generale diritto di rivalsa, ma si tratta di una rivalsa che tecnicamente viene definita “successiva”. Cioè, dopo aver pagato l'imposta altrui, Voi potete chiedere ai diretti obbligati la relativa restituzione. A scanso di equivoci, Vi consiglieri di prevedere d'ora in poi espressamente, nei

vostrici moduli, l'obbligo per le parti di corrispondervi in via anticipata la necessaria provvista. (Differenza coi Notai: art.28 L.N. i notai possono rifiutarsi ...).

2) il Legislatore, nel prevedere il vostro obbligo solidale di pagare l'imposta, non lo ha limitato all'imposta dovuta in via principale, in quanto ha richiamato solo il 1° comma dell'art. 57 D.P.R. 131/86, e non anche il 2° che provvede in tal senso. Ciò vuole dire che voi siete tenuti anche al pagamento di eventuali maggiori imposte e sanzioni dovute per occultamento di parte del corrispettivo o per mancata registrazione. A questo proposito, la circolare 6/E del 6 febbraio 2007 del Ministero delle Finanze prevede espressamente la possibilità di ispezioni e accessi mirati alla scoperta di eventuali evasioni, totali o parziali.

3) infine, Vi rammenterei che ai sensi dell'art. 62 D.P.R. 131/1986, “i patti contrari alle disposizioni del presente Testo Unico sono nulli anche tra le parti”. Questo vuol dire, chiaramente, che una eventuale rinuncia, anche espressa, delle parti alla vostra responsabilità solidale non avrebbe alcun effetto. Questo è il quadro complessivo. Ora, al di là degli obblighi “nuovi” posti a carico degli agenti immobiliari l'aspetto veramente significativo, oggi, è praticamente la impossibilità che una eventuale mancata registrazione della scrittura privata stipulata a seguito della Vs. attività possa sfuggire. In realtà, la registrazione del preliminare era obbligatoria anche in passato. Ma l'accertamento dell'inadempimento era praticamente impossibile. Oggi, invece, quando nell'atto pubblico le parti dichiarano di essersi avvalse dell'opera di un mediatore e non viene citato il prelimina-

re registrato, la prova della evasione è, di fatto, documentata. Né credo sia ragionevole ipotizzare che le parti, per fare un favore all'agente immobiliare, al quale bene o male hanno pagato un corrispettivo, vogliano dichiarare il falso in un atto pubblico, sapendo che vanno incontro a conseguenze gravi, come dicevo prima, anche di natura penale. Allora, quale è la maniera corretta e conforme alla legge di affrontare la nuova realtà? Qui ritorna quella che prima ho definito la urgenza di un coordinamento funzionale tra l'attività dell'agente immobiliare e quella del notaio. Se, infatti, il c.d. “preliminare aperto”, cioè quello che scaturisce dall'incontro di proposta e accettazione viene seguito, prima del termine di venti giorni previsto per la registrazione, dal preliminare formale, redatto, ricevuto o autenticato dal Notaio, sarà legittimamente possibile registrare solo quest'ultimo, evitando così una inutile duplicazione di imposta. In questo senso, conforta un orientamento costante della Cassazione, la quale più volte ha ribadito che “nel caso di più scritture successive relative alla graduale costituzione di uno stesso rapporto giuridico, occorre avere riguardo al contratto definitivo e non a quello preliminare, poiché il primo assorbe il secondo e detta l'unica disciplina che ne forma l'oggetto”. In pratica, se viene registrato il preliminare formale redatto dal Notaio, si deve con ciò ritenere adempiuto anche il precedente obbligo di registrazione del preliminare aperto. Ne bis in idem.

Equità fiscale

In considerazione di tale situazione, il Consiglio Notarile di Bari ha invitato tutti i colleghi del Distretto a ricevere essi stessi il preliminare, provvedendo, quindi, alla sua registrazione e trascrizione.

Questa ci è sembrata la migliore soluzione possibile, anzi, probabilmente l'unica veramente soddisfacente da tutti i punti di vista. Ed infatti:

a) dal punto di vista fiscale, poiché l'obbligo della registrazione viene assunto dal Notaio che ovviamente ha una dimestichezza quotidiana con tali problemi, e vengono correlativamente eliminati i dubbi e le incertezze di chi nella propria vita si dedica normalmente ad altro. In altri termini, l'agente immobiliare si libera di ogni "pena e affanno" ed al Fisco viene corrisposto quanto dovuto (ricordate: il principio della lotta alla evasione ed alla elusione!);

b) dal punto di vista sostanziale, mi permetto di ritenere, come ho già avuto modo di rilevare in sede nazionale, che questa soluzione soddisfa nella maniera più completa le esigenze e le aspettative delle parti. Il preliminare è il momento più importante e, al tempo stesso, pericoloso della contrattazione. Il più importante perché è quello nel quale sorge il vincolo contrattuale.

Se in questo momento viene commesso qualche errore o si verifica una disattenzione, le conseguenze si rifletteranno in tutto il rapporto successivo. Allora è opportuno che il notaio, che comunque dovrà rogare l'atto definitivo, si occupi della vicenda contrattuale sin dall'inizio: è un lavoro che dovrà fare, tanto vale farlo prima ed effettuare tempestivamente la necessaria disamina giuridica e l'indagine della effettiva volontà delle parti, per attuarne nella maniera dovuta l'indispensabile adeguamento alle norme dell'ordinamento. Voi sapete, per quella che è la Vs. collaudata esperienza, che oggi più che mai tale compito riveste una estrema delicatezza. Occorre controllare la regolarità dei titoli di provenienza, la

assenza di gravami pregiudizievoli, la continuità delle trascrizioni, la legittimità urbanistica dell'immobile (per quanto è possibile dai documenti e dalle dichiarazioni delle parti: questa è la città di Punta Perotti, del Palazzo di Giustizia e di Lama Balice), eventuali problemi dovuti al regime patrimoniale della famiglia, alla presenza di donazioni potenzialmente lesive di diritti di legittima, ovvero di successioni non trascritte. Occorre orientare le parti nella intricata selva delle disposizioni fiscali, che come sapete, mettono a sempre più dura prova la capacità e la buona volontà dell'interprete e di tutti gli addetti ai lavori. E' indispensabile che tale compito venga svolto da chi vi è istituzionalmente preposto e ne assume, come è giusto, le conseguenti responsabilità. Solo in questo modo è possibile fornire ai clienti un "prodotto" (passatemi questa orribile espressione) che sin dall'inizio sia e venga percepito come affidabile, sicuro e tranquillizzante. E a questo proposito particolare (la tranquillità del cliente) vorrei richiamare la vostra sensibilità sull'annoso problema della scelta del notaio. Per una prassi direi secolare, seguita in ogni parte d'Italia, tanto da essere assurda al rango di vera e propria norma consuetudinaria, la scelta del notaio spetta all'acquirente. Indirizzarlo verso altri professionisti, con i quali magari l'agente immobiliare ha più frequenti occasioni di contatti, sicuramente altrettanto validi ed affidabili, ma che non sono "il notaio di fiducia" può dare adito a sospetti, spesso magari gratuiti, ma che comunque minano pericolosamente la tranquillità del cliente e lo pongono inevitabilmente in una posizione di diffidenza. Che è esattamente ciò che bisogna evitare. In questo modo, oltretutto, cioè lasciando alle parti ampia libertà di scelta, è possibile soddisfare anche

quell'altra esigenza fondamentale che viene definitiva "giurisdizione preventiva". Non a caso dicevo, prima, che il preliminare è il momento "più pericoloso" della contrattazione. In questo momento, infatti, l'acquirente versa un acconto congruo, a volte molto congruo, a fronte di "niente": nel senso che non gli viene trasferito alcunché, in quanto il promittente venditore assume semplicemente l'obbligo di trasferire. Comprendete bene che se prima dell'atto pubblico definitivo sorge un qualsiasi "intoppo" - al di là di tutte le precauzioni previste - la tutela dei diritti pregiudicati da un eventuale inadempiamento potrà essere affidata soltanto ad un giudizio.

Bene, voi conoscete come me i tempi della Giustizia in Italia. Noi tutti dobbiamo adoperarci per evitare alle parti di correre tale rischio, e, al tempo stesso, di andare ad ingolfare ulteriormente un sistema giudiziario che già di per sé è sull'orlo del collasso.

Da questo punto di vista la trascrizione del preliminare, che fino ad oggi non ha avuto molto fortuna (quasi sempre per il desiderio di non rivelare al fisco l'effettiva portata degli interessi economici in gioco) è di fondamentale utilità, direi che è irrinunciabile.

Anche perché alcuni aggiustamenti fiscali intervenuti nel frattempo (penso al principio del prezzo/valore) hanno di molto attenuato quella necessità diciamo così di "privacy".

E, d'altra parte, gli attuali meccanismi della lotta alla evasione e alla elusione (come vedete, il principio ritorna sempre) non consentono "vie di fuga".

La trascrizione del preliminare pone l'acquirente al riparo di molteplici e svariate sgradite sorprese.

Sembra l'uovo di Colombo: è un rimedio di estrema efficacia che abbiamo già a disposizione.

c) dal punto di vista dei costi. Quale è l'incidenza economica del procedimento prospettato? Praticamente irrilevante. Registrazione del preliminare (ormai comunque inevitabile) euro 168. Trascrizione del preliminare: 262. Se, poi, come sempre avviene, sono previsti acconti sul prezzo, si verserà una imposta del 3% e, in caso di caparra confirmatoria, lo 0,50%.

Ma questi ultimi importi vengono poi recuperati in sede di registrazione dell'atto definitivo: quindi, in realtà, si risolvono in una mera anticipazione. L'aggravio effettivo è di euro 430, oltre ai bolli. Onorari notarili: i notai baresi, negli incontri collegiali che abbiamo tenuto su questo argomento, si sono dichiarati disponibili a non percepire compensi aggiuntivi.

Le parti dovranno, ovviamente, anticipare le spese e pagheranno, poi, il normale onorario al momento della stipula dell'atto definitivo. Noi riteniamo che questo tipo di soluzione, oggi, non consenta alternative: l'agente immobiliare

continuerà a fare il suo lavoro, che consiste nel procurare l'incontro tra volontà di vendere e volontà di acquistare, realizzando l'opportuno bilanciamento economico tra le due posizioni. Il notaio svolgerà la propria funzione pubblica. Le parti otterranno il proprio risultato, col massimo grado di certezza e tranquillità, praticamente a costo zero. Infine, avviandomi rapidamente alla conclusione, vorrei considerare un'ultima possibilità: e cioè che la parti, per un qualche motivo (tempi ristretti, trasferimenti urgenti, sistemazioni familiari etc.) chiedano di fare a meno della trascrizione del preliminare.

Anche in questo caso ritengo preferibile che il preliminare "formale" venga comunque redatto dal Notaio che, pur non intervenendo nella sua veste di pubblico ufficiale, provvederà, come professionista esperto del settore, alla relativa registrazione.

In questo caso, la richiesta di registrazione (mod. 69) sarà sottoscritta dall'agente immobiliare e sul relativo mo-

dello saranno riportati i dati suoi e delle parti. Analogamente, a nome dell'agente immobiliare (che si farà anticipare gli importi relativi versandoli fiduciarmente al Notaio) sarà effettuato il versamento in banca con l'apposito modello F23.

Eseguita la registrazione, il Notaio consegnerà una copia del preliminare registrato a ciascuna delle parti ed all'agente immobiliare, trattenendone una per sé.

Si tratta, evidentemente, di una soluzione, per così dire, di riserva, alla quale ricorrere solo su espressa richiesta delle parti e previa esauriente illustrazione delle relative conseguenze.

E' bene ribadire, però, che anche in questo caso la registrazione è imprescindibile. Perché solo in questo modo si rispetta il dettato normativo, tutelando le esigenze della clientela, evitando le sicure sanzioni fiscali e adempiendo compiutamente agli obblighi giuridici e deontologici della propria professione.

LE NUOVE NOMINE

Congratulazioni a:

Lionella Maggi *Presidente Fimaa Milano*

Filippo Bartolomeo *Presidente Fimaa Vibo Valentia*

Francesco Gentili *Presidente Fimaa Verona*

Piero Ninno *Presidente Fimaa Marche*

Santino Taverna *Presidente Fimaa Lombardia*

Arrigo Brandini *Presidente Fimaa Firenze*

Studi di settore: le novità

A cura di:

Giovanni Pantanella, Consulente legale Fimaa

Premessa

Fimaa News pubblica i risultati dell'analisi dei dati, effettuata dall'Agenzia delle Entrate e dalla SO.SE. (la società dell'Amministrazione finanziaria che gestisce gli studi di settore), sulla base dei quali è stato elaborato il prototipo dello studio di settore UG39U, terza edizione dello studio per le agenzie di mediazione immobiliare, che all'inizio del mese di giugno sarà oggetto di valutazione tra l'Agenzia delle Entrate, la Fimaa e le altre associazioni di categoria.

I dati oggetto di analisi sono quelli rilevanti ai fini della applicazione degli studi di settore per il periodo d'imposta 2005 e forniscono un quadro del settore, a mio avviso molto interessante.

Ho sempre sostenuto, infatti, che gli studi di settore (e questo è lo sforzo comune dell'Agenzia e delle Associazioni di categoria) sono modelli in grado di riprodurre, con grande fedeltà, la realtà delle imprese; è l'utilizzo che di questo strumento viene fatto da parte dell'Amministrazione finanziaria che non sempre può essere condiviso e che talora è fonte di preoccupazioni per gli imprenditori.

Le novità della Finanziaria 2007

La normativa degli studi di settore è stata di recente oggetto di importanti modifiche legislative. In particolare, la finanziaria 2007 ha, tra l'altro, previsto:

- l'introduzione di nuovi indici di coerenza della normalità economica, in sede di revisione periodica degli studi di settore, a decorrere dal periodo d'imposta 2007;
- l'introduzione, già dal periodo d'imposta 2006, al di fuori dell'iter previsto per la revisione degli studi (che prevede la partecipazione delle categorie interessate), di specifici indici di coerenza di normalità economica.

Quest'ultima modifica ha destato non poche preoccupazioni nelle Associazioni di categoria - Confcommercio in primis - le quali hanno mosso obiezioni e contestazioni di principio alle modalità di definizione dei nuovi indicatori di normalità economica per il 2006.

I nuovi indicatori di normalità economica

Per i contribuenti soggetti agli studi di settore che sono titolari di reddito di impresa, gli indicatori individuati sono i seguenti:

- a) rapporto tra costi di disponibilità dei beni mobili strumentali e valore degli stessi;
- b) rotazione del magazzino o durata delle scorte;
- c) valore aggiunto per addetto;
- d) redditività dei beni mobili strumentali.

Il contribuente che applicherà gli studi di settore per il periodo d'imposta 2006 dovrà confrontare i propri ricavi dichiarati con quelli risultanti dalla applicazione dell'analisi della congruità (come già era in precedenza) e della nuova analisi di normalità economica. L'eventuale incoerenza rispetto a uno o più dei nuovi "indicatori" si tradurrà - automaticamente - in un aumento dei ricavi "attesi"; lo studio di settore fornirà, quindi, un unico ammontare di valore stimato, che si compone dei "ricavi da congruità" e dei maggiori ricavi individuati con la nuova analisi di "normalità economica".

Vediamo più da vicino come funzionano questi nuovi indicatori, tralasciando quello relativo al magazzino, che non interessa la categoria.

Per quanto riguarda i costi di disponibi-

lità dei beni strumentali mobili (ammortamenti e canoni di leasing), la metodologia prevede un controllo di coerenza tra detti costi e il valore storico dei beni strumentali (al netto del valore relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria). Nel caso in cui il valore dichiarato per tali costi si posizioni al di sopra del valore massimo di coerenza, la parte di costi che determina il superamento di tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione di maggiori ricavi da normalità economica. L'indicatore in esame mira a contrastare determinati fenomeni di infedele indicazione dei dati indicati dal contribuente nel modello relativo ai dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore che denotano situazioni quanto meno "anomale" (es. mancata indicazione del valore dei beni strumentali mobili a fronte, invece, di deduzione delle relative quote di ammortamento, ecc.).

L'indicatore trova applicazione anche quando a fronte di determinate quote di costi ed ammortamenti riferibili ai beni strumentali mobili non corrisponde un adeguato ammontare di beni strumentali

in linea con quelli considerati "normale" del settore.

Per quanto riguarda il valore aggiunto per addetto, viene controllato che tale valore si posizioni al di sopra della soglia minima di coerenza determinata a livello di singolo studio di settore, in base all'area territoriale in cui opera l'impresa. Se il contribuente non è coerente rispetto a tale soglia minima, vengono calcolati maggiori ricavi da normalità economica, determinati moltiplicando il numero degli addetti per la differenza tra la soglia minima di coerenza e il valore dell'indicatore. Per quanto riguarda la redditività dei beni strumentali mobili, l'indicatore è dato dal rapporto tra margine operativo lordo (differenza tra ricavi - compresi quelli da congruità e da normalità economica - e costi) e valore dei beni mobili strumentali, al netto dei beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria. Qualora il valore calcolato dall'indicatore risulti inferiore rispetto al relativo valore minimo di soglia, sono calcolati maggiori ricavi, pari al prodotto tra il valore dei beni mobili strumentali e la differenza tra la soglia minima di coerenza e il valore dell'indicatore.

Come si vede, l'introduzione dei nuovi indicatori sembra rispondere all'esigenza, in particolare, di contrastare il fenomeno della infedele indicazione dei dati nello studio di settore. Un'azione, quindi, volta a contrastare i "furbetti", che nessuna influenza dovrebbe avere sui contribuenti "onesti".

Permangono, tuttavia, dubbi e perplessità, in particolare per quanto riguarda:

- le modalità di definizione dei nuovi indicatori per il 2006, rispetto alle quali non si è avuto alcun confronto tra l'Amministrazione finanziaria e le categorie interessate;

- l'impatto dei nuovi indicatori sulla metodologia degli studi, che si traduce in un automatico incremento dei ricavi "attesi", che non tiene conto (se non per quanto riguarda il valore aggiunto per addetto) di

condizioni di marginalità economica, o di situazioni particolari.

La posizione dell'Agenzia delle Entrate

Qualche "apertura" si è avuta con la circolare dell'Agenzia delle Entrate n.31/E del 22 maggio 2007.

L'Agenzia ha infatti chiarito che, se dai dati in possesso dell'Ufficio o da quelli forniti in contraddittorio dal contribuente, emerge la inattendibilità del risultato degli indicatori di normalità economica, questi non si applicano.

Ancora, la circolare chiarisce che gli accertamenti da studi di settore debbono essere sempre calibrati, tenendo in debito conto tutti gli elementi offerti dal contribuente per dimostrare che i ricavi o compensi presunti non sono stati effettivamente conseguiti. Così come viene chiarito che scostamenti di scarsa rilevanza in termini assoluti o in termini percentuali (in rapporto all'ammontare dei compensi o ricavi dichiarati) potrebbero rivelarsi inidonei ad integrare le "gravi incongruenze" che legittimano l'accertamento, oltre a determinare l'oggettiva difficoltà, per il contribuente, di contraddire le risultanze dello studio di settore.

Viene inoltre ribadita la centralità del contraddittorio con il contribuente che, in quella sede, potrà giustificare lo scostamento non solo in base a prove documentali, che abbiano un riscontro diretto ed immediatamente quantificabile sui ricavi

dichiarati, ma anche in base ad un ragionamento di tipo presuntivo che si fondi su elementi certi e che conduca a valutazioni che abbiano una reale capacità di convincimento.

Viene infine ribadito che l'Ufficio dovrà tener conto che gli indicatori "redditività dei beni mobili strumentali" e "valore aggiunto per addetto" possono, in situazioni di "marginalità" portare a risultati fuorvianti.

Conclusioni

Significative "aperture", certo; ma chi ha esperienza in materia sa che non è facile fornire la prova "diabolica" di "ricavi non conseguiti" e, più in generale, conosce le difficoltà di pervenire con gli Uffici ad un contraddittorio sereno.

"Insomma - come ha ribadito il Presidente di Confcommercio Sangalli in occasione dell'incontro con il vice-ministro Visco del 22 maggio - parametri, indicatori, valori di congruità, di coerenza, di normalità: tutte le scelte tecniche vanno bene, ma, alla fine, devono realmente funzionare. Devono essere, cioè, capaci di chiedere al contribuente il "giusto", perché - per dirla in termini sartoriali - ne prendono le giuste misure.

Altrimenti, non si sarà certamente reso un buon servizio a chi, fin qui, ha fatto il proprio dovere e, in definitiva, si sarà dato ragione a chi il proprio dovere non lo ha fatto e, peraltro, continuerà a non farlo".



Agenzie di mediazione immobiliare

Rapporto di sintesi dell'Agenzia delle Entrate



Premessa

L'evoluzione dello Studio di Settore - Agenzia di mediazione immobiliare è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2005.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 24.748.

Sui modelli sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 2.131 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 22.617

Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica

	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	12.063	53,4
Società di persona	6.386	28,2
Società di capitali, enti commerciali e non	4.168	18,4

INQUADRAMENTO GENERALE

I fattori che caratterizzano maggiormente il settore delle agenzie di mediazione immobiliare sono:

- la tipologia di attività svolta;
- la dimensione;
- la modalità organizzativa;
- la tipologia di clientela;
- il comparto di specializzazione;
- il valore degli immobili.

La **tipologia di attività svolta** consente di distinguere i soggetti dello studio tra:

- imprese di intermediazione per la compravendita (cluster 1, 2, 3, 4, 7, 9, 12, 13, 17 e 18);
- imprese operanti su mandato per la compravendita (cluster 6);
- imprese di intermediazione operanti anche su mandato per la compravendita (cluster 15);

- imprese di intermediazione per la locazione (cluster 5, 8, 14 e 16);
- imprese di intermediazione per la cessione di aziende (cluster 11);
- imprese di consulenza immobiliare (cluster 10).

La **dimensione** aziendale, intesa principalmente in termini di numero di addetti e di trattative concluse, consente di suddividere le agenzie di mediazione per la compravendita di immobili in:

- imprese di piccole dimensioni (cluster 4 e 9);
- imprese di grandi dimensioni (cluster 1 e 12).

La **modalità organizzativa** ha rilevanza nell'individuazione delle agenzie in franchising (cluster 1, 8 e 9).

La modalità organizzativa, inoltre, assie-

me alla **tipologia di clientela**, consente di cogliere gli agenti immobiliari che operano in maniera autonoma ma per conto di un'altra agenzia immobiliare (cluster 3).

Sempre la tipologia di clientela permette di individuare ulteriori modelli di business:

- agenzie operanti prevalentemente con imprese di costruzione (cluster 18);
- agenzie operanti in collaborazione con altre agenzie immobiliari (cluster 2).

Il **comparto di specializzazione** permette di dividere fra:

- imprese che si occupano di mediazione immobiliare in più comparti (cluster 13);
- imprese di mediazione che operano prevalentemente in un solo ambito, in particolare:
 - compravendita di immobili residenziali (cluster 4, 7 e 12);

- locazione di immobili residenziali (cluster 8 e 14);
- compravendita di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (cluster 17);
- locazione di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (cluster 5);
- locazione di immobili turistici (cluster 16).

Il valore degli immobili tratti rende possibile l'identificazione delle agenzie di mediazioni per la compravendita che trattano principalmente di valore più elevato (cluster 7).

Si specifica che tutti i valori evidenziati sono riferiti, salvo diversa indicazione, ai valori medi del cluster di riferimento.

DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER

Cluster 1 - Agenzie di grandi dimensioni operanti in franchising

Numerosità: 877

I soggetti del presente cluster si caratterizzano per la modalità organizzativa in franchising e per la dimensioni della struttura, superiori alla media del settore. Si tratta in prevalenza di società (48% di capitali e 41 % di persone) in cui operano 4 addetti; nel 56 % dei casi è presente un dipendente e, nel 57%, 3 collaboratori coordinati e continuativi.

I locali dedicati allo svolgimento dell'attività misurano circa 90mq.

Per quanto concerne la tipologia di attività, le agenzie effettuano prevalentemente intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (80% dei ricavi) concludendo nell'anno circa 30 trattative; si aggiunge l'intermediazione per la locazione di immobili residenziali (7% dei ricavi) con un numero annuo di trattative concluse pari a 9.

La clientela è rappresentata sostanzialmente da privati (78% dei ricavi) e la lo-

cazione prevalente degli immobili è nell'ambito della circoscrizione/municipio (79% dei ricavi nel 20% dei casi), del comune (77% nel 77%) e della provincia (42% nel 44%).

In linea con la modalità organizzativa sono presente spese per royalties, in particolare in quote fisse.

Cluster 2 - Agenzie operanti con altre agenzie immobiliari

Numerosità: 158

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono per la tipologia di clientela rappresentata prevalentemente da altre agenzie immobiliari (74% dei ricavi). Per quanto concerne la tipologia di attività, le agenzie effettuano principalmente intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (55% dei ricavi); le trattative concluse nell'anno relativamente alla compravendita sono 9. Nel 37% dei casi le agenzie effettuano anche intermediazione per la locazione di immobili residenziali (14% dei ricavi) e, sempre nel 37%, consulenza immobiliare (38% dei ricavi).

Gli immobili trattati sono localizzati soprattutto nell'ambito del comune (54% dei ricavi) e, secondariamente, della provincia (54% dei ricavi nel 46% dei casi). Dal punto di vista giuridico, le imprese sono principalmente ditte individuali (60% dei casi) in cui opera solo il titolare e, in misura minore, società (19% di persone e 21% di capitali) in cui sono presenti 2 addetti; i locali destinati allo svolgimento dell'attività misurano 45 mq circa.

Cluster 3 - Agenti immobiliari non titolari di agenzia

Numerosità: 1.248

I soggetti di questo cluster sono agenti immobiliari che operano in maniera autonoma senza una propria agenzia, ma per conto di altre agenzie immobiliari (90% dei ricavi). Nella maggioranza dei casi i soggetti dichiarano di aver collaborato

nell'anno con una sola agenzia.

L'attività principale è quella di intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (60% dei ricavi), il 32% degli agenti si occupa anche di intermediazione per la locazione di immobili residenziali (19% dei ricavi) e il 20% circa dichiara di fornire consulenza immobiliare (55%).

Si tratta esclusivamente di ditte individuali.

Cluster 4 - Agenzie di piccole dimensioni specializzate nella mediazione per la compravendita di immobili residenziali.

Numerosità: 8.809

I soggetti appartenenti al cluster sono specializzati nell'intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (67% dei ricavi); per la maggioranza delle agenzie, il 14% dei ricavi proviene dall'intermediazione per la locazione. Le trattative concluse nell'anno per la compravendita sono 7/8 e per la locazione qualora presenti, sono 6. Tra i servizi accessori, il 40% circa delle agenzie fornisce consulenza e/o intermediazione per mutui e finanziamenti (17% dei ricavi).

Si tratta di imprese di piccole dimensioni, organizzate prevalentemente sotto forma di ditte individuali (62% dei casi), in cui sono presenti 1 - 2 addetti.

La superficie destinata allo svolgimento dell'attività è di 35 mq.

Coerentemente con la specializzazione, i clienti sono principalmente privati (68% dei ricavi). Gli immobili oggetto di mediazione sono localizzati in prevalenza nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (63% dei ricavi) e più raramente della provincia (48% dei ricavi nel 50% dei casi).

Cluster 5 - Agenzie specializzate nella mediazione per la locazione di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi

Numerosità: 321

Il presente cluster è formato dalle agenzie specializzate nell'intermediazione per la

locazione di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (65% dei ricavi); le trattative concluse nell'anno, in tale ambito, sono 7 - 8.

Nel 40% dei casi le agenzie si occupano anche di intermediazione per la locazione di immobili residenziali, da cui deriva il 18% dei ricavi, e, a volte, di intermediazione per la compravendita di immobili.

Coerentemente con la specializzazione, la clientela è composta principalmente da esercenti arti e professioni e imprese private (47% dei ricavi) e, in misura minore, da privati (37% dei ricavi nel 64% dei casi). La localizzazione prevalente degli immobili è nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (61% dei ricavi) e più raramente della provincia (55% dei ricavi nel 43% dei casi).

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (60% dei casi) in cui opera generalmente il solo titolare e per il resto di società (22% di persone e 18% di capitali) in cui sono occupati 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività misurano circa 40mq.

Cluster 6 - Agenzie operanti prevalentemente su mandato per la compravendita di immobili

Numerosità: 372

I soggetti di questo cluster sono agenzie che effettuano compravendita di immobili su mandato: prevalentemente residenziali (77% dei ricavi) e secondariamente, ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (28% dei ricavi nel 20% dei casi).

Il numero di trattative annue concluse è pari a 15 per gli immobili residenziali (compresa l'attività di intermediazione condotta dal 37% dei soggetti per il 18% dei ricavi).

Per quanto concerne la forma giuridica, le imprese sono equamente ripartite fra ditte individuali (54% dei casi), in cui opera generalmente solo il titolare, e società

(28% di persone e 18% di capitali) in cui sono coinvolti 2 addetti. I locali destinati allo svolgimento dell'attività misurano circa 40mq.

La clientela si compone maggiormente di privati (43% dei ricavi) ed imprese di costruzione (39%). La localizzazione degli immobili trattati è in prevalenza nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (59% dei ricavi) e più raramente della provincia (52% dei ricavi nel 54% dei casi).

Cluster 7 - Agenzie specializzate nella mediazione per la compravendita di immobili residenziali di valore più elevato

Numerosità: 767

Le imprese appartenenti al cluster sono agenzie che si occupano principalmente di intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (83% dei ricavi), in particolare quelli di valore più elevato: quasi il 70% delle trattative concluse nell'anno riguarda, infatti, immobili di valore superiore a 300.000 euro. Le trattative concluse nell'anno, con riferimento alla compravendita di immobili residenziali sono pari a 6.

All'attività prevalente si aggiunge, nel 45% dei casi, l'intermediazione per la localizzazione di immobili residenziali (10% dei ricavi).

Per quanto riguarda la forma giuridica, le imprese sono in prevalenza ditte individuali (60% dei casi), in cui opera generalmente il solo titolare, e in misura più contenuta, società (22% di persone e 18% di capitali) in cui sono presenti due addetti. I locali dedicati allo svolgimento dell'attività sono di circa 40mq.

La clientela è composta soprattutto da privati (47% dei ricavi), da imprese edili (54% dei ricavi nel 44% dei casi) e da esercenti arti e professioni e imprese private (37% nel 46%). Gli immobili trattati sono localizzati prevalentemente nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (66% dei ricavi) e, più raramen-

te, della provincia (52% dei ricavi nel 38% dei casi).

Cluster 8 - Agenzie operanti in franchising specializzate nella mediazione per la locazione di immobili residenziali

Numerosità: 129

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano sia per la modalità organizzativa in franchising sia per la specializzazione dell'attività in intermediazione per la locazione di immobili residenziali (53% dei ricavi). La maggioranza delle agenzie svolge anche intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (39% dei ricavi). Le trattative concluse nell'anno con riferimento alla locazione sono circa 30.

Coerentemente con la specializzazione dell'attività la clientela è composta prevalentemente da privati (77% dei ricavi). Gli immobili trattati sono localizzati principalmente nell'ambito della circoscrizione/municipio (82% dei ricavi nel 16% dei casi) e del comune (84% nel 76%).

Le imprese, soprattutto società (38% di persone e 29% di capitali), occupano 2 addetti; nel 34% dei casi è presente 1 dipendente.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività misurano circa 50 mq.

In linea con la modalità organizzativa sono presenti spese per royalties, soprattutto in quote fisse.

Cluster 9 - Agenzie di piccole dimensioni operanti in franchising

Numerosità: 2.509

I soggetti del presente cluster si caratterizzano per la modalità organizzativa in franchising e per le dimensioni contenute dell'attività rispetto al cluster 1.

Si tratta in prevalenza di società (51% di persone e 30% di capitali) in cui operano 2 addetti; nel 35% dei casi è presente personale dipendente.

I locali dedicati allo svolgimento dell'atti-

vità sono di circa 50 mq.

Per quanto concerne la tipologia di attività, le agenzie effettuano prevalentemente intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (83% dei ricavi) concludendo nell'anno circa 15 trattative; nella maggioranza dei casi si aggiunge l'intermediazione per la locazione di immobili residenziali (6% dei ricavi).

La clientela è rappresentata in prevalenza da privati (82% dei ricavi) e gli immobili trattati sono localizzati soprattutto nell'ambito del comune (61% dei ricavi) e della circoscrizione/municipio (19%).

In linea con la modalità organizzativa sono presenti spese per royalties, soprattutto in quote fisse.

Cluster 10 - Imprese specializzate nella consulenza immobiliare

Numerosità: 421

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella consulenza immobiliare (stime, valutazioni, ecc.) dalla quale proviene il 79% dei ricavi.

Il 40% circa dei soggetti del cluster effettua anche attività di intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (25% dei ricavi).

Le imprese sono organizzate in prevalenza sotto forma di ditte individuali (62% dei casi) in cui opera generalmente solo il titolare.

I locali destinati all'esercizio dell'attività misurano circa 30 mq.

La clientela è mista e si compone principalmente di esercenti arti e professioni e imprese private (62% dei ricavi nel 48% dei casi), privati (47% nel 62%) e imprese di costruzione (59% nel 35%).

Cluster 11 - Agenzie specializzate nella mediazione per la cessione di aziende

Numerosità: 146

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese specializzate nell'intermediazione per la cessione di aziende (75% dei ri-

cavi); il numero di trattative concluse nell'anno è pari a 7.

Coerentemente con la specializzazione dell'attività, la clientela è rappresentata prevalentemente da esercenti arti e professioni e imprese private (65% dei ricavi).

La localizzazione delle aziende oggetto di mediazione è principalmente nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (65% dei ricavi) e, più raramente, della provincia (44% dei ricavi nel 47% dei casi).

Per quanto concerne la forma giuridica, si tratta sia di ditte individuali (58% dei casi), in cui opera generalmente solo il titolare, sia di società (23% di persone e 19% di capitali) in cui sono occupati 2 o 3 addetti; i locali destinati allo svolgimento dell'attività misurano circa 40 mq.

Cluster 12 - Agenzie di grandi dimensioni operanti nella compravendita di immobili residenziali

Numerosità: 418

Il Cluster in questione è formato dalle agenzie di più grandi dimensioni che effettuano principalmente intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (68% dei ricavi).

Considerando anche l'attività su mandato, che è condotta dal 27% dei soggetti per il 35% dei ricavi, le trattative concluse nell'anno sono circa 60.

All'attività prevalente si aggiunge l'intermediazione per la locazione di immobili residenziali (6% dei ricavi).

Oltre la metà dei soggetti del cluster offre consulenza e/o intermediazione per mutui e finanziamenti (5% dei ricavi).

Si tratta quasi esclusivamente di società (64% di capitali e 28% di persone) e sono occupati 6 addetti, di cui 2 o 3 dipendenti; nella metà circa dei casi sono presenti 3 o 4 collaboratori coordinati e continuativi. Tra gli addetti all'attività dell'impresa, si trovano 1 responsabile di filiale/agenzia, 2 addetti alle vendite e/o accompagnatori alle visite immobiliari e

1 addetto amministrativo e alla segreteria.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono di circa 170 mq.

La clientela è composta, in primo luogo, da privati (55% dei ricavi) e, in secondo luogo, da imprese di costruzione (26%); seguono esercenti arti e professioni e imprese private (13%).

L'ambito di localizzazione degli immobili trattati è soprattutto nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (50% dei ricavi) e della provincia (32%).

Cluster 13 - Agenzie di mediazione per la compravendita operanti in più comparti

Numerosità: 984

I soggetti appartenenti al cluster sono agenzie che svolgono prevalentemente attività di intermediazione per la compravendita di immobili sia residenziali (41% dei ricavi) sia ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (34%). Le trattative concluse nell'anno sono 8 nel comparto residenziale e 3 in quello industriale/artigianale/commerciale/di servizi.

Nella maggioranza dei casi le imprese si occupano anche di intermediazione per la locazione di immobili residenziali (10% dei ricavi nel 58% dei casi) e, nel 50% circa dei casi, di locazione di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (10%).

Le imprese in questione sono sia ditte individuali (55% dei casi), sia società (26% di persone e 19% di capitali) ed operano su una superficie di circa 50 mq con l'impiego di due addetti.

La clientela è costituita principalmente da privati (37% dei ricavi) e da esercenti arti e professioni ed imprese private (31%); gli immobili oggetto di mediazione sono localizzati soprattutto in ambito della circoscrizione/municipio e del comune (60% dei ricavi) e della provincia (28%).

Cluster 14 - Agenzie specializzate nella mediazione per la locazione di immobili residenziali

Numerosità: 1.229

Il presente cluster è formato dalle agenzie specializzate nell'intermediazione per la locazione di immobili residenziali (65% dei ricavi); le trattative concluse nell'anno sono 17, la maggioranza delle quali prevede un canone mensile compreso tra 300 e 600 euro. All'attività prevalente si aggiunge l'intermediazione per la compravendita di immobili residenziali dalla quale deriva il 24% dei ricavi.

Le imprese in questione sono in prevalenza ditte individuali (67% dei casi) e occupano 1 o 2 addetti. Gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività misurano 35 mq. Coerentemente con l'attività svolta, la clientela è composta principalmente da privati (73% dei ricavi.)

Cluster 15 - Agenzie di mediazione per la compravendita di immobili operanti anche su mandato

Numerosità: 600

Le imprese appartenenti a questo cluster sono specializzate nella compravendita di immobili ed effettuano sia attività di intermediazione sia operazioni su mandato, prevalentemente per gli immobili residenziali (rispettivamente il 38% e il 30% dei ricavi). Il numero di trattative concluse nell'anno è pari complessivamente a 12. Una parte dei ricavi proviene dall'intermediazione per la locazione di immobili residenziali (8%).

Le imprese sono ripartite abbastanza equamente tra ditte individuali (48% dei casi) e società (32% di persone e 20% di capitali); nell'attività sono coinvolti 2 addetti che operano su una superficie dedicata di circa 50 mq. La clientela è composta in prevalenza da privati (59% dei ricavi) e, in misura minore, da imprese di costruzione (30% dei ricavi nel 62% dei casi) ed esercenti arti e professioni e imprese private (24% nel 58%).

La localizzazione degli immobili trattati è principalmente nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (62% dei ricavi) e secondariamente della provincia (28%).

Cluster 16 - Agenzie specializzate nella mediazione per la locazione di immobili per finalità turistiche

Numerosità: 601

I soggetti appartenenti al cluster effettuano prevalentemente intermediazione per la locazione di immobili per finalità turistiche (59% dei ricavi) e/o locazione su mandato sempre in ambito turistico (il 25% dei soggetti per il 67% dei ricavi) per un numero complessivo di trattative concluse nell'anno pari a circa 100.

Il 54% dei soggetti svolge altresì intermediazione per la compravendita di immobili residenziali dalla quale deriva il 28% dei ricavi.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (65% dei casi) e sono presenti 2 addetti; gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività misurano 40 mq.

Coerentemente con l'attività svolta, la maggior parte delle agenzie è ubicata in prossimità mare/spiaggia (63% dei casi) ed è aperta anche la domenica (52% dei casi).

Per quanto concerne la clientela, le agenzie operano prevalentemente con privati (83% dei ricavi) e, in misura contenuta, con agenzie di viaggi/tour operator (28% dei ricavi nel 13% dei casi); il 28% dei soggetti realizza il 27% dei ricavi con clientela estera.

Cluster 17 - Agenzie di mediazione per la compravendita di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi

Numerosità: 412

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per la specializzazione nell'intermediazione per la compravendita di immobili ad uso industriale, artigianale, commerciale e di servizi (79% dei

ricavi). Le trattative concluse nell'anno, per tali tipologie di immobili, sono 5. Nella metà circa dei casi le agenzie effettuano anche intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (24% dei ricavi).

Conformemente alla specializzazione, la tipologia di clientela prevalente è rappresentata da esercenti arti e professioni e imprese private (48% dei ricavi) e più raramente da imprese edili (50% dei ricavi nel 42% dei casi).

Gli immobili oggetto di mediazione sono localizzati principalmente nell'ambito della circoscrizione/municipio (44% dei ricavi nell'8% dei casi), del comune (69% nel 61%) e della provincia (59% nel 56%).

Le imprese sono sia ditte individuali (50% dei casi) sia società (25% di persone e 25% di capitali) ed occupano 2 addetti; gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono di circa 40 mq.

Cluster 18 - Agenzie operanti prevalentemente con imprese di costruzioni

Numerosità: 2.382
I soggetti facenti parte del cluster sono agenzie che svolgono prevalentemente attività di intermediazione per la compravendita di immobili residenziali (77% dei ricavi) con una clientela composta in maggioranza da imprese di costruzione (54% dei ricavi) e in misura più contenuta da privati (33%).

Il numero di trattative concluse nell'anno, con riferimento alla compravendita di immobili residenziali, è pari a 15.

La localizzazione degli immobili oggetto di mediazione è in prevalenza nell'ambito della circoscrizione/municipio e del comune (54% dei ricavi) e della provincia (34%).

Dal punto di vista della forma giuridica, si tratta sia di società (32% di persone e 22% di capitali) sia di ditte individuali (46% dei casi) e sono presenti 2 addetti. Le superfici dedicate allo svolgimento dell'attività misurano 55 mq.

Catasto on line



L'Agenzia del Territorio utilizzando le tecnologie ed in forza di recenti provvedimenti ha reso disponibile sul suo sito la banca dati dei beni immobili

Dal 1 giugno è possibile consultare gratuitamente via internet la banca dati catastale e, con il pagamento delle dovute imposte anche quella ipotecaria. Questa innovazione, che rappresenta una svolta epocale nei rapporti tra l'amministrazione catastale ed i cittadini è contenuta nel decreto del Direttore dell'Agenzia del Territorio del 4 maggio pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale. In questo documento sono disciplinate le modalità di accesso telematico alla banca dati ipotecaria e catastale. Il decreto per quanto ri-

guarda i dati catastali tiene conto del decreto legge 262/2006 che ha reso completamente gratuite le visure catastali.

In sintesi:

- da maggio sarà possibile accedere, attraverso il sito dell'Agenzia, direttamente e gratuitamente, alle informazioni catastali relative al classamento ed alla rendita degli immobili;

- da giugno l'accesso diretto previo accreditamento del richiedente attraverso il sistema di autenticazione di "fisco on line" dell'Agenzia delle Entrate consentirà di conoscere l'elenco dei beni immobili inte-

stati ad un soggetto;

- sempre da giugno l'accesso diretto per la consultazione della banca dati ipotecaria è consentito tramite la registrazione in via sperimentale, al servizio "porta dei pagamenti" di Poste Italiane Spa.

Per ogni consultazione effettuata le tasse ipotecarie previste dalla normativa saranno aumentate del cinquanta per cento come previsto dal decreto legge n.2/2006;

- dal 1 gennaio 2008 entrerà in vigore la nuova disciplina relativa alle convenzioni con professionisti ed enti per l'accesso alla banca dati catastale e ipotecaria.

Dati catastali on line: al via il servizio di ricerca per codice fiscale

E' attivo a partire dal 01 giugno il servizio telematico di ricerca attraverso il quale è possibile ottenere informazioni relative ai beni immobili situati sul territorio nazionale (escluse le province autonome di Trento e Bolzano), indicando il codice fiscale di un soggetto che sia presente come intestatario nella banca dati catastale oltre alla provincia e al comune catastale dove si vuole eseguire la ricerca.

Il nuovo servizio si aggiunge a quello già disponibile dallo scorso 10 maggio, che consente di consultare, attraverso il sito Internet dell'Agenzia del Territorio, direttamente e gratuitamente, le informazioni catastali relative al classamento e alla rendita degli immobili, indicando esclusivamente gli estremi di identificazione catastale (foglio, particella e subalterno).

Come funziona la ricerca - La consultazione per codice fiscale dell'intestatario è possibile sia dal sito Internet dell'Agenzia del Territorio (dalla pagina Servizi per i

cittadini >Dati catastali on line) che da quella dell'Agenzia delle Entrate (dalla pagina Servizi >Servizi catastali).

La ricerca, limitata per il momento alle sole persone fisiche, prevede una procedura di riconoscimento dell'utente attraverso il sistema di autenticazione per i servizi telematici predisposto dall'Agenzia delle Entrate. In pratica, effettuata la registrazione si accede al servizio indicando il codice PIN assegnato.

Dati disponibili on line - Il servizio fornisce informazioni che riguardano: gli elementi anagrafici del soggetto intestatario dell'immobile; gli identificativi catastali degli immobili intestati al soggetto; i dati relativi alla titolarità ed alla relativa quota di diritto; la rendita catastale e l'ubicazione per gli immobili censiti nel catasto dei fabbricati; i redditi dominicale e agrario per gli immobili censiti al catasto terreni. I dati rilasciati sono relativi esclusivamente ad atti catastali informatizzati e a

beni immobili per i quali il codice fiscale utilizzato per la ricerca corrisponda a quello dell'intestatario registrato negli archivi catastali.

Nel caso in cui vengano riscontrate incongruenze o errori nelle informazioni presenti negli archivi catastali è possibile rivolgersi al Contact Center dell'agenzia del Territorio, che consente di presentare via Web, per alcune tipologie di errore previste, richieste di rettifica dei dati catastali, oppure agli Uffici Provinciali dell'Agenzia del Territorio per richiedere informazioni e chiarimenti sulle modalità da seguire per l'eventuale richiesta di rettifica o correzione dei dati catastali e sulla documentazione necessaria.

Maggiori chiarimenti sul servizio e sui termini tecnici sono contenuti nella pagina informativa presente nei siti www.agenziaterritorio.gov.it e www.agenziaentrate.gov.it.

Consiglio Nazionale

Roma 19 maggio

Sabato 19 maggio a Roma si è tenuta l'annuale riunione del Consiglio per l'analisi del bilancio e gli adempimenti statutari.

Come sempre la riunione è stata ampiamente partecipata.

Dopo i saluti a tutti, un applauso particolare a Lionella Maggi, neo presidente di Fimaa Milano.

Sono state fatte a norma di Statuto le cooperazioni dei Presidenti dei Consigli Regionali e su proposta del presidente di Domenico Storchi, presidente uscente di Fimaa Milano è stato approvato il bilancio.

Ma l'incontro è stato soprattutto l'opportunità per il Presidente di fare il punto della situazione con i suoi Consiglieri. Si è parlato dell'andamento del disegno di legge sulle liberalizzazioni in Parlamento, dei progetti in cantiere, ma anche dell'anda-

mento di MedioFimaa, la neonata società per lo sviluppo dei servizi finanziari e del progetto di sviluppo associativo.

Su quest'ultimo che ha avuto nei meetings di Villa Grazioli (dicembre e maggio) i primi steps e nel gruppo di lavoro l'elaborazione delle linee guida, hanno relazionato oltre al Presidente, il Segretario generale Susanna Acerbi ed il vice presidente Valerio Angeletti che del gruppo di lavoro è il responsabile. Per MedioFimaa ha parlato Giancarlo Vinacci, Amministratore Delegato della società.

Nel dibattito sono emersi numerosi temi sottoposti all'attenzione del nazionale: le visure, il risparmio energetico ed i temi ambientali, l'ampliamento delle comunicazioni, ma anche la necessità di dare a Fimaa un organico più rispondente alle crescenti richieste e l'opportunità di un coor-

dinamento più puntuale alla vita strutturale e funzionale della nostra federazione.

Il Presidente, nel ricordare che si avvia all'ultimo anno del suo mandato, ha ribadito la sua volontà di affrontare il rinnovo cariche, ritenuto un momento importante nella vita associativa, in modo sereno e trasparente: *"...parlandone con la mia squadra dalla fine dell'anno"*. Ma soprattutto ha sottolineato come il rinnovo cariche debba essere la logica conclusione del processo di riflessione e studio avviata a Villa Grazioli. *"Stiamo lavorando"* - ha detto il Presidente, *"perché il rinnovo delle cariche non sia solo la scelta di un nome, ma la consapevolezza di un percorso fatto e da fare, a cui la persona e le persone nominate saranno chiamate a dare volto e voce."*

Il mio auspicio che la meritocrazia esca vincente!"



Convegno Nazionale Fimaa



MEDIOFIMAA

E' nata ed è già in gran forma

Mediofimaa, costituita ufficialmente il 6 ottobre dello scorso anno e operativa da inizio 2007, è partita spingendo sull'acceleratore e lo scorso 7 giugno ha ufficialmente inaugurato la centralissima sede milanese. La joint venture tra Fimaa e UniCredit Banca, che rappresenta una straordinaria opportunità di crescita per gli agenti immobiliari e i mediatori creditizi, anche se neonata si è già affermata fra i protagonisti del mercato.

STRATEGIA IN 3 PUNTI

Da dove e come è nata Mediofimaa, presieduta da Mauro Danielli, presidente vicario Fimaa e guidata dall'amministratore delegato Giancarlo Vinacci?

Nasce dalla consapevolezza che Fimaa è strutturata e organizzata sul territorio da oltre mezzo secolo: nasce dalla consapevolezza, quindi, di chi è Fimaa, e di quale sia il suo grande potenziale.

Fimaa, la prima federazione per capillarità e storia, ha cercato una banca che volesse partecipare alla creazione di un nuovo soggetto volto a raccogliere tutte le opportunità del suo mercato. UniCredit Banca è stata scelta dopo un'attenta riflessione per la sua diffusa presenza territoriale, per la sua posizione di leadership nel comparto mutui e per le consolidate relazioni.

L'evoluzione dell'attività di agente/mediatore, supportata da sistemi evoluti e dalla capillarità del partner bancario, ha portato Mediofimaa a una "rivoluzione dei ruoli":

l'obiettivo è quello di portare la banca presso l'agenzia confederata Fimaa anziché il cliente Fimaa presso la banca.

La strategia su cui Mediofimaa ha fondato le proprie basi fa capo a pochi, ma essenziali concetti:

1. Una filosofia di servizio - non di lucro - volta a far crescere la federazione e a fornire gratuitamente ai suoi associati servizi complementari alla loro attività principale.
2. Qualità: parola d'ordine in un ambiente

agguerrito come il nostro per differenziarsi, per vincere la concorrenza, per sopravvivere alle oscillazioni di mercato.

La qualità nel nostro caso è garantita da due fronti:

- a) da un lato, accordi sottoscritti con partner leader di settore, in grado di fornire un'ampia gamma di prodotti (al momento mutui in ogni loro forma, destinati a privati ed aziende, e con durate fino a 40 anni)
- b) dall'altro c'è Mediofimaa, con management in grado di fare la differenza, con una struttura evoluta sotto i profili IT ed organizzativi, pertanto in grado di assicurare supporto ed efficienza a tutti gli aderenti.

3. L'ultimo cardine è una politica remunerativa che tiene conto dell'intera struttura Fimaa - associati, sedi provinciali, nazionale - e che nel contempo retribuisce e incentiva sui volumi.

IL PRIMO ANELLO DELLA RICCHEZZA

La filosofia di Mediofimaa si basa fondamentalmente sul concetto che l'agente immobiliare/mediatore creditizio è il primo anello della catena del mercato più grande che ci sia in Italia, quello immobiliare. L'agente/mediatore che utilizza l'immobile come elemento catalizzatore per mettere in contatto il venditore ed il compratore, tuttavia, dimentica spesso il valore dei "servizi accessori", che sono sempre più ricchi e necessari.

In tal modo consente che altre figure professionali, spesso a titolo gratuito, si insinuino e sfruttino il suo "patrimonio": cioè il rapporto diretto di fiducia con il cliente. Questa affermazione non vuole mettere in discussione l'attività degli agenti/mediatori, il cui core business deve continuare ad essere l'immobile, ma accende un riflettore sulle opportunità che già sono nelle loro mani e su quanto possono valere in relazione al tempo che richiedono.

Infatti la parte più impegnativa è quella che l'agente/mediatore hanno già svolto: la ricerca del cliente.

Il "patrimonio" è già acquisito: l'agente/mediatore è già titolare della relazione, conosce i dettagli dell'operazione e le aspettative o i timori delle parti anche relativamente ad ogni aspetto finanziario/assicurativo.

Un vantaggio unico su chiunque altro.

Mediofimaa, a differenza di tutte le altre realtà simili e assimilabili, non opera a scopo di lucro ma fonda le proprie basi sulla crescita e la qualità del servizio da erogare ai propri associati.

La progettazione di Mediofimaa ha tenuto impegnate per oltre un anno diverse competenze alle quali erano state evidenziate le priorità che avrebbero "traghetta-to" la precedente relazione fra i due partner dalla formula di "Convenzione" alla formula di "Partnership", realizzando così una vera trasformazione: da "collaboratori" a "soci".

In questa trasformazione, tanto delicata quanto vincente, si è inoltre cercato di non perdere di vista il binomio quantità/qualità, mantenendo i livelli di servizio e le condizioni di favore per i clienti degli associati Fimaa tra le migliori del mercato e, nel contempo, attivando un sistema di “canalizzazione” delle richieste di finanziamento che garantirà la crescita sia in termini di erogato complessivo sia di numero di pratiche, semplificando così le attività dell'agente/mediatore e velocizzando le comunicazioni dell'esito al cliente.

IL PARTNER UNICREDIT

La scelta del partner è stata ponderata, ma già oggi risulta strategica e vincente.

Gli ultimi anni sono stati caratterizzati da un alto costo degli affitti e l'acquisto della casa, considerata investimento e bene rifugio per eccellenza, ha mantenuto un trend positivo nonostante un lento e costante rialzo dei tassi.

L'evoluzione del mercato ha favorito l'emergere di nuove esigenze collegate al moderno stile di vita. La continua richiesta di nuove soluzioni ha portato alla necessità di mettere a disposizione della clientela una sempre più ampia offerta di prodotti. UniCredit Banca è attenta alla nuova realtà e investe importanti risorse nella continua ricerca di innovazione per rispondere tempestivamente alle richieste delle famiglie e delle piccole imprese.

UniCredit Banca con la sua importante organizzazione fatta di 2.600 agenzie sull'intero territorio nazionale e la forte specializzazione, ha migliorato la consulenza nel settore dei mutui e ha acquisito una quota di mercato del 18%, con un importo erogato al 30 giugno 2006 superiore a 5 miliardi di euro.

Basata a Milano, Mediofimaa si svilupperà nel prossimo triennio su 11 aree territoriali che interagiranno su tutto il territorio nazionale con le 11 direzioni regionali crediti di UniCredit Banca.



Adesioni associati sull'intero territorio nazionale - maggio 2007

Dichiarazioni di Mauro Danielli, presidente Mediofimaa

“Con MedioFimaa per la prima volta in Italia è possibile mettere in Rete un patrimonio fatto di oltre 14000 imprese associate per offrire alla clientela prodotti finanziari e assicurativi che facilitano la compravendita.

Promuovere e sostenere un modello di Agenzia immobiliare in cui i servizi immobiliari, finanziari e assicurativi costituiscano il “servizio completo” è l'obiettivo che ci siamo dati.

Saranno fondamentali per questo una adeguata comunicazione al cliente e un percorso di formazione continua al nostro associato.

Ma ancora più importante sarà trasformare la capacità di ascolto privilegiato del consumatore, che hanno gli Agenti immobiliari e i mediatori creditizi, in nuovi e soddisfacenti prodotti finanziari e assicurativi “

3 MESI CON IL TURBO

Appena nata, si diceva, ma già scoppia di salute. Infatti nei suoi primi tre mesi di attività, Mediofimaa ha raccolto le adesioni di ben 1.712 associati con una distribuzione sull'intero territorio nazionale.

A dimostrazione che il messaggio di Mediofimaa sta arrivando ovunque e dove arriva viene prontamente accolto, proprio perché risponde ad un'esigenza specifica, trasversale, alle competenze che ancora oggi frammentano il mercato immobiliare e creditizio del nostro Paese.

La grande forza e la grande unità di Fimaa si riscontra anche negli altri indicato-

ri del trimestre Mediofimaa.

Infatti il 60% dei presidenti provinciali della nostra federazione ha creduto fin da subito nella nuova società.

Ad oggi sono ben 60 i presidenti che hanno aderito a Mediofimaa ed il trend è in costante crescita.

Inoltre, molte delle sedi provinciali stanno lavorando attivamente con la direzione generale Mediofimaa per la realizzazione di eventi di presentazione e di messaggi congiunti, che possano arrivare all'associato con forza ed incisività.

Ma anche altri numeri rappresentano l'ottima partenza di Mediofimaa.

Parallelamente al numero di adesioni ovun-

que in Italia, infatti, cresce l'operatività del comparto mutui, l'unico per ora attivo.

Nei primi tre mesi di attività stati erogati finanziamenti per circa 45 milioni di euro e il magazzino supera i 50 milioni.

Il 70% delle commissioni maturate viene canalizzato direttamente agli Associati.

Il restante 30% viene momentaneamente accantonato, ma a fine anno sarà in parte redistribuito agli Associati che avranno raggiunto i rappel stabiliti e in parte sarà canalizzato a Fimaa nazionale e alle sedi provinciali Fimaa in base alla stessa logica dei rappel raggiunti.

Ora che è nata bisogna consentire a Mediofimaa di crescere e svilupparsi agevolmente.

Dichiarazioni di Giancarlo Vinacci, amministratore delegato Mediofimaa

“Ho iniziato ad immaginare il network dei network, con riferimento al mercato finanziario legato alla casa e relativamente all'Italia nel 1989. All'epoca, proveniente da BNL, entrai nel Gruppo Mediobanca con l'incarico di sviluppare il progetto ALFA SpA, in seguito MICOS Banca. Quel periodo, ormai lontano, fu portatore di competenze specifiche e di solide relazioni con la maggior Federazione del settore: Fimaa.

Sono passati oltre 15 anni, nel mentre ho avviato importanti start-up finanziario - immobiliari ed ho prestato la mia opera in diverse banche tra cui Rolo Banca, oggi UniCredit.

Nel 2000 ho condotto Banca Woolwich alla conquista di quote di mercato (mai più riconquistate) superiori al 5%, poi ho avviato la Rete Pirelli Franchising.

Molte esperienze e tutte nello stesso settore ma tutte impure.

Tutte avevano grandi presupposti, ma a tutte mancava uno dei due elementi cardine portatori di successo: il network!

Fimaa annovera oltre 14000 associati e sull'intero territorio nazionale, quasi il 40% dell'intero mercato di riferimento!

Nessuna delle realtà fino ad allora delineate aveva potuto avvicinarsi al sogno: sposare il più grande Network del Paese con la più grande Banca del Paese!

Il sogno è diventato realtà: il 6 ottobre 2006 nasce MedioFimaa, la Società di servizi Finanziari ed Assicurativi dedicata esclusivamente agli Associati Fimaa.

MedioFimaa è un modello unico nel suo settore, non nasce a scopo di lucro ma per favorire l'attività di tutti gli Associati a Fimaa e privilegiare i loro Clienti, è partecipata esclusivamente dalla Federazione e dalla Banca ed è un diritto, un diritto gratuito per tutti coloro che sono associati a Fimaa e un diritto negato per chi non aderisce alla Federazione.

Già nei primi mesi di attività MedioFimaa si pone al vertice dei network nazionali con oltre 1700 Associati Aderenti: come non esserne fiero?

Nel corso del 2007, oltre a sviluppare nuovo business, l'obiettivo è quello di traghettare la vecchia convenzione UniCredit - Fimaa, che nel 2006 ha prodotto mutui per oltre 500 milioni, da Fimaa a MedioFimaa, ed i primi segnali sono entusiasmanti”.

Mediofimaa: inaugurata la nuova sede

Giovedì 7 giugno 2007, Mediofimaa ha inaugurato la nuova sede in viale Bianca Maria 22, nel centro di Milano. Mauro Danielli e Giancarlo Vinacci, rispettivamente presidente e amministratore delegato Mediofimaa hanno fatto gli onori di casa.

Oltre a Susanna Acerbi, segretario generale Fimaa Italia, numerosa era la rappresentanza del mondo Fimaa (tra cui i membri della giunta Fimaa Maurizio Pezzetta e Sandro Berlincioni; Giuseppe De Palo - presidente Fimaa Lodi, Lionella Maggi - presidente Fimaa Milano, Antonio Parmigiani - presidente Fimaa La Spezia; Paolo Pesando - consulente legale Fimaa) e Unicredit.

L'evento ha inoltre ospitato la personale dell'artista Tiziano Colombo.

MEDIOFIMAA

Viale Bianca Maria, 22 - 20129 Milano (MI)

Telefono: 02.794231 - Fax: 02.72095352

e-mail: info@mediofimaa.com

Sito internet: www.mediofimaa.it



Fimaa a Bruxelles

Tra il 10 e l'11 maggio si è svolta a Bruxelles l'Assemblea generale Ceperi, l'associazione europea delle professioni immobiliari cui Fimaa aderisce.

Un Forum informativo ha seguito i lavori istituzionali.

Il nostro consigliere Alex Benedetti ha rappresentato come consuetudine la nostra federazione.

L'accompagnava Fabrizio Savorani, responsabile del settore turistico.

Il calendario dei lavori oltre alla formazione, alla professionalità ed alla qualità nei servizi, prevedeva la presentazione di una piattaforma informatica per il turismo.

Il mercato immobiliare italiano, in particolare quello turistico ha confermato l'interesse degli operatori stranieri incontrati.

Dell'Italia e di Roma si è parlato per un prossimo meeting Ceperi: Fimaa sarà pronta ad accogliere gli ospiti stranieri.



Fabrizio Savorani e Alex Benedetti

La squadra degli agenti immobiliari in trasferta a New York

E' stata una trasferta importante quella vissuta dalla Nazionale Agenti Immobiliari il 27 ed il 28 Aprile a New York.

La Nazionale nata a La Spezia è rappresentativa di tutti i mediatori italiani iscritti alle tre federazioni nazionali Fimaa, Fiaip, Anama. I principali dirigenti fondatori Salvatore Parisi, Antonio Parmigiani e Mario Guastalli hanno risposto positivamente all'invito dei Pompieri di New York a partecipare al torneo benefico a favore delle famiglie delle vittime dell'11 settembre che organizzavano per il trentennale



della loro squadra di calcio.

Da Sarzana è partito anche Daniele Martini, agente immobiliare, sempre presente in formazione, accompagnato dall'amico Silverio Ambrosini. Le altre squadre erano i Vigili del Fuoco di Roma a cui va l'onore di aver vinto il torneo, la squadra della Confindustria, i Pompieri di Amburgo, dell'Olanda, la squadra della polizia di New York e altri per un totale di dodici squadre. La nazionale Agenti Immobiliari capitanata dall'instancabile e quasi eroico Jerri Gentile, nonostante le avverse condizioni climatiche, si è classificata per la finale, salvo doversi ritirare perchè, causa infortuni, era rimasta con otto giocatori. Alla chiusura del torneo vi è stata una cena di gala dove i dirigenti della Nazionale Agenti Immobiliari hanno consegnato al capo dei pompieri, alla loro fondazione, e tramite gli stessi Pompieri al sindaco di New York tre preziosi volumi in lingua inglese donati dalla Camera dei Deputati grazie all'interesse dell'on. Antonio Mazzocchi.

Come Italiani, come agenti immobiliari Salvatore Parisi, Antonio Parmigiani, Mario Guastalli e Paolo Bellini sono stati in grado con questi importanti doni di onorare la città "Della Mela" che gli ha ospitati per cinque giorni nell'ambito del torneo. Appuntamento alla prossima partita che si terrà il 2 giugno a Follonica.

Milano, Giovedì 17 maggio u.s.: prima edizione della “Festa di Primavera Fimaa Milano” per radunare gli Associati, insieme alle Autorità, alle Istituzioni, ai massimi Esponenti del mondo immobiliare e creditizio e più in generale del mondo economico-finanziario, ai propri Partners e ad Ospiti illustri.

Un appuntamento a valenza anche sociale e culturale che ha ospitato oltre 500 partecipanti nella splendida cornice di Palazzo Reale, nella suggestiva Sala delle Cariatidi che si affaccia su Piazza del Duomo.

Con l'occasione il è stato ufficializzato il passaggio di consegne al vertice di Fimaa Milano fra Domenico Storchi e Lionella Maggi. Sono intervenuti il Presidente Confcommercio Sangalli, l'Assessore Orsatti, il Presidente Fimaa Italia Pizzirani e il Presidente Fimaa Lombardia Taverna. Presenti anche i vertici delle altre Associazioni ed Organizzazioni del Mondo Immobiliare ed i Giornalisti del settore.

Momento celebrativo con la consegna di attestati, targhe e “CAAM...mini d'oro e d'argento” agli Associati fedeli negli anni. Riconoscimenti speciali a personaggi che si sono distinti per la città di Milano con il “Premio Navigli” istituito da Fimaa Milano in collaborazione con Radio Meneghina.

Ospite d'onore Leonardo De Araujo, ex centrocampista del Milan e della Nazionale Brasiliana e testimonial del progetto di Fimaa Milano a scopo benefico “SCENT per Gol de Letra”. Special guest Nick The Nightfly e, a sorpresa, il famoso chitarrista Al Di Meola. Cena di gala e al termine musica dal vivo con un inedito concerto jazz con Franco Cerri (chitarra) e Bruno De Filippi (armonica) accompagnati da un quartetto di grandi musicisti; quindi gran finale con il Duo Acustico SCENT e Leonardo nell'inedita veste di cantante.





Gruppo dirigenti del sindacato mediatori

Giovedì 31 maggio, presso la Sala Cavalcoli della Camera di Commercio, organizzato dal sindacato provinciale mediatori Fimaa - Ascom Confcommercio, si è tenuto il convegno dal titolo: *“Certificazione Energetica degli Immobili: obblighi, adempimenti e incentivi per il mercato immobiliare”*.

La certificazione energetica degli immobili è infatti un argomento di grande attualità, in quanto, dal 1° gennaio 2007 è diventato requisito indispensabile per accedere alla detrazione fiscale del 55% delle spese sostenute in funzione del risparmio energetico, come previsto dalla Finanziaria.

Successivamente, a partire dal 1° luglio, diventerà obbligatoria per gli edifici esistenti superiori a 1000 mq, nel momento in cui ver-

ranno immessi nel mercato immobiliare a pena di nullità dell'atto di compravendita. Dal 1° luglio 2008 scatterà l'obbligo anche per gli edifici sotto i 1000 mq, sempre nel caso di compravendita dell'intero immobile.

Dal 1° luglio 2009 il certificato di efficienza energetica diventerà obbligatorio anche per la compravendita dei singoli appartamenti. Per quanto riguarda le funzioni della Regione e degli Enti Locali, entro il 31 dicembre 2008 la Regione dovrà predisporre un programma di riqualificazione energetica del parco immobiliare.

Il sindacato provinciale mediatori Fimaa - Ascom Confcommercio, da sempre sensibile all'evoluzione del settore, ha inteso proporre questo momento di sensibilizzazione tecnica a un tema di crescente importanza nelle transazioni immobiliari.

Nel corso dei lavori sono stati esaminati gli adempimenti, gli obblighi, gli incentivi e la formazione dei tecnici in materia per la filiera del mercato immobiliare.

L'apertura dei lavori è spettata a Pierluigi Fabbri e a Giorgio Cornacchia, presidente Fimaa Ravenna.

Tra gli ospiti intervenuti Nicola Contrisciani, responsabile del laboratorio ERG - Enea Bologna e il docente universitario della facoltà di Economia di Bologna, Stefano Stanzani che hanno esposto le novità legislative e le proposte operative.

Gli aspetti tecnico - normativi sono stati affidati all'ing. Maria Anna Segreto, al preside della corso di laurea in Ingegneria dell'Università di Ravenna Carlo Monti e al prof. Giovanni Semprini.

Ad Alberto Pizzirani, presidente Fimaa Italia, il compito di concludere l'interessante appuntamento.

Napoli



Alberto Pizzirani e Giovanni Adelfi

Giovedì 8 marzo u.s. presso il Parlamentino della Camera di Commercio di Napoli, si è tenuto, organizzato da Fimaa Napoli, un convegno su *“Dal decreto Bersani... al pacchetto sulle liberalizzazioni”*.

L'incontro, mirato ad approfondire i contenuti delle nuove disposizioni riguardanti il settore, ha visto la partecipazione, in qualità di relatori del Presidente nazionale Alberto Pizzirani, dell'avv. Paolo Pesando, consulente legale Fimaa e, naturalmente, del Presidente provinciale Fimaa, Giovanni Adelfi.

Per l'occasione è stata anche presentata ai mediatori napoletani la nuova società di sviluppo dei servizi finanziari, Mediofimaa, costituita da Fimaa Italia in partnership con Unicredit Banca.

Gianfranco Vasapollo, Alessandro Cataldo e Giorgio Nocerino sono intervenuti, rispettivamente, per Mediofimaa e Unicredit Banca.

Perugia



Bruno Biagiotti e Alberto Pizzirani

“L'andamento del mercato immobiliare in Umbria, anche in relazione alla nuova Finanziaria”.

Questo il tema dell'incontro svoltosi a Perugia il 29 marzo, incontro servito a comprendere meglio l'andamento del mercato immobiliare residenziale, dei prezzi delle abitazioni, delle compravendite, delle potenzialità di mercato e dei nuovi drivers che guideranno la domanda futura degli alloggi, anche se all'ombra della nuova Finanziaria che con i suoi nuovi adempimenti rischia di penalizzare un settore che fattura in Umbria 990 milioni di euro e in Italia 128 miliardi di euro.

“Il mercato immobiliare - ha commentato Bruno Biagiotti, presidente provinciale Fimaa - dovrà fare i conti con le nuove tendenze di richiesta degli alloggi che sono quelle di taglio medio e medio piccolo (circa 80 mq) per rispondere alle esigenze di oggi: single, persone anziane, nuove coppie, nuove famiglie che si formano dopo separazioni e divorzi, nonché la domanda dei molti stranieri che stanno entrando nel nostro Paese (quasi il 5% della popolazione residente) e stanno iniziando ad acquistare case. Sul totale delle compravendite del 2006, il loro peso è stato poco meno del 20%. In Umbria il mercato ha registrato una leggera flessione. Si tratta di un fenomeno di assestamento dopo cinque anni di crescita esponenziale. Cresce l'attenzione all'offerta di qualità. Dell'84% delle famiglie proprietarie delle case dove vivono, il 46% è alla ricerca di condizioni migliori”.

Al convegno ha portato il saluto in apertura Alberto Bianchi, decano degli agenti immobiliari di Perugia.

Sono inoltre intervenuti Alberto Pizzirani, presidente nazionale Fimaa Italia, Claudio Umbrico, vice presidente Ance di Perugia, Patrizia Paolucci, condirettore Unicredit Banca, Marco Caccinelli, consigliere Confcommercio, Gianfranco Vasapollo della società Mediofimaa.

Cagliari



Gianluigi Giuliano, Marco Mainas e Paolo Pesando

Il 17 febbraio scorso, il saluto del presidente Marco Mainas ha aperto i lavori del seminario sulla finanziaria. Organizzato nella sala della Cofimer, presso la sede Ascom di Cagliari, accogliente e gremita di agenti immobiliari e mediatori creditizi attenti alle problematiche e agli argomenti relazionati dagli autorevoli ospiti presenti, tra i quali: l'avvocato Pesando e il funzionario dell'agenzia delle Entrate per la Regione Sardegna, Dott. Gianluigi Giuliano.

Interessante l'intervento del presidente della Camera di Commercio di Cagliari Dott. Giancarlo Deidda, che ha rivolto i complimenti al consiglio direttivo per il lavoro svolto a favore della propria categoria, e per il numero sempre più elevato di nuove adesioni, riuscendo a trasmettere tra l'altro, ai nuovi e vecchi associati “Il piacere di appartenere ad una grande federazione”.

Lo stesso consiglio Direttivo che, con l'organizzazione di eventi, seminari, aggiornamenti e campagne pubblicitarie su pubblicazioni locali, fa sì che il consumatore sia sensibilizzato sull'operato del sindacato.

Così facendo, il logo Fimaa, per tutti, è ormai sinonimo di serietà professionale, conoscenza e dunque garanzia per lo stesso consumatore, riconoscendo in chi vi appartiene, un professionista capace e competente!



E. Magno, E. Somma, S. Taverna e D. Mammani

braio scorso, dal titolo *“Il rispetto e la tutela del consumatore sono il primo elemento di difesa della categoria”*.

Sala gremita di agenti immobiliari per le novità varate dalla Finanziaria 2007, che ha coinvolto i mediatori, in solido con le parti, alla registrazione delle scritture private. I temi sono stati illustrati da esperti del settore, tra cui, Enrico Somma, membro del Consiglio Notarile di Milano, l'avvocato Daniele Mammani, consulente legale Fimaa Italia e dal dottor Eugenio Magno, commercialista in Milano.

“Oggi non è più possibile svolgere questa professione senza una preparazione adeguata - spiega Taverna - serve un aggiornamento costante, conseguenza di normative e provvedimenti che negli ultimi anni hanno coinvolto pesantemente la categoria. Serve serietà, trasparenza, correttezza, etica e professionalità per prestare un servizio che vede coinvolti i sacrifici e i risparmi di una vita di tante persone”. In questa direzione, Fimaa Varese sta lavorando da tempo nella stesura di un codice di autodisciplina, cui seguirà la creazione di un numero verde al quale potranno rivolgersi i consumatori per segnalare eventuali comportamenti scorretti da parte degli operatori del settore.

“Con l'abolizione delle commissioni camerali, organi di controllo per la categoria, è compito delle associazioni vigilare costantemente sui propri associati - continua Taverna - ed è in questa direzione che Fimaa intende proseguire il proprio cammino per tutelare i consumatori oltre che la professione. E' un errore operare in assenza di incarichi specifici che tutelano le parti coinvolte, si dovrebbe evitare di prestare il nostro servizio con semplici incarichi verbali che spesso fanno sorgere conflitti a discapito della categoria”.

La strada per crescere ulteriormente è stata imboccata e la battaglia per far valere le proprie ragioni è tutt'ora aperta.

Grande professionalità significa formazione continua, aggiornamento, ma anche correttezza e trasparenza nei rapporti con le parti per una maggior tutela della clientela. Sono state queste le argomentazioni di fondo che hanno caratterizzato l'intervento, come sempre incisivo ed animato, di Santino Taverna, presidente provinciale di Fimaa Varese.

L'incitamento alla platea di Taverna, grande trascinatore di colleghi e di nuovi aderenti al sindacato (oltre trecento sono aderenti a Fimaa Varese che opera nell'ambito di Uniascom) non si discostava dal tema del convegno che si è svolto presso la sala convegni della sede Uniascom di Varese il 12 feb-

Asti



Tavolo dei relatori

Martedì 13 febbraio 2007, presso il salone dell'Hotel Salera, la Fimaa Asti ha organizzato il corso dal titolo *“Aggiornarsi per migliorare”*. Si è trattato di un vero e proprio corso di aggiornamento dove, grazie agli interventi di Piergiorgio Amici Ceva di Nucetto, presidente dell'ordine dei notai di Asti, e della dott.ssa Marinella Caracciolo, segretaria del Collegio dei ragionieri, sono state illustrate nozioni di legislazione sulla disciplina della professione del mediatore, di Diritto Civile, Tributario, Commerciale, soprattutto quelli inerenti il Decreto Bersani - Visco. Il tutto volto a formare in maniera sempre più approfondita l'agente immobiliare e renderlo più di un prezioso collaboratore nell'acquisto di quel bene indispensabile chiamato casa.



Tavolo dei relatori

Il 9 marzo 2007, organizzato dalla Fimaa Pisa, si è svolto nel salone dell'Hotel Continental l'importante Convegno sul Mercato Immobiliare, riservato agli agenti di affari in mediazione.

La riunione coordinata da Pierluigi Bernardeschi, Presidente Fimaa Pisa, è iniziata con l'intervento del Dott. Alessandro Carrozza, Presidente Ascom Confcommercio di Pisa, ed ha avuto un ottimo successo grazie agli argomenti trattati dai relatori: Susanna Acerbi, Segretario Generale Fimaa Italia; Mauro Danielli, Vice Presidente Vicario Fimaa Italia e Presidente MedioFimaa; Daniele Mammani, Consulente Legale Fimaa Italia; Giovanni Pantanella, Consulente fiscale Fimaa Italia; Andrea Cobianchi, Area Manager Nord Mediofimaa; Luca Cappellini, Responsabile Area Pisa/Livorno Unicredit Banca.

Il Convegno è iniziato con la presentazione da parte di Andrea Cobianchi e Luca Cappellini della nuova struttura Medio Fimaa, società composta da Fimaa Italia e Unicredit, che avrà la funzione di ottenere mutui o finanziamenti a tassi ridotti con delle procedure più pratiche e veloci favorendo così le conclusioni degli affari.

I lavori sono entrati nel vivo del tema toccando argomenti importanti fra i quali: i nuovi obblighi per gli agenti immobiliari previsti dai vari decreti Bersani; l'abolizione del ruolo e l'obbligo di registrare i contratti preliminari da parte dell'agente immobiliare con la conseguente responsabilità solidale per eventuali imposte non pagate ed eventuali sanzioni.

I relatori Susanna Acerbi, Mauro Danielli, Daniele Mammani e Giovanni Pantanella hanno illustrato e consigliato come meglio affrontare le nuove norme che le Leggi italiane attualmente prevedono, rispondendo ai quesiti posti dai partecipanti.

Il Convegno si è concluso con un buffet offerto dalla Fimaa Pisa a tutti gli intervenuti.



Pierluigi Bernardeschi

Genova

Il 9 febbraio scorso le novità nel settore immobiliare dalla Bersani - Visco alla Finanziaria 2007 sono state oggetto di un importante convegno organizzato dalla Fimaa Genova, tenutosi presso le sale della locale Camera di Commercio.

Gli argomenti oggetto del convegno, introdotti dal Presidente Provinciale Pier Luigi Bairo, sono stati ampiamente trattati in una chiara e particolareggiata relazione dell'Avvocato Daniele Mammani, alla quale è seguito un interessante ed acceso dibattito da parte di tutti i presenti.

Il Convegno ha visto un ulteriore importante momento, quale la presentazione ufficiale di Mediofimaa, in rappresentanza della quale erano presenti l'amministratore delegato ed i responsabili commerciali della società, che hanno illustrato ai soci Fimaa di Genova i vantaggi e le opportunità di adesione a questo nuovo strumento di servizi finanziari realizzato da Fimaa Italia.



Vinacci, Scandurra, Mammani e Bairo



Al centro Sandro Borselli

“Il ministro Bersani avrà pure l'intenzione di modernizzare l'Italia, ma così facendo espone i cittadini al rischio di mettersi nelle mani dei praticoni. E siccome i rischi, nella compravendita di un immobile, sono altissimi, a chi giova la liberalizzazione della professione?”

Parole di Sandro Borselli, presidente degli agenti immobiliari della Fimaa-Ascom di Padova, riuniti in assemblea presso il Centro Congressi dell'Hotel “La Piroga” di Selvazzano il 6 marzo scorso.

Platea delle grandi occasioni a dimostrazione che c'è grande preoccupazione nella categoria (per gli effetti già dispiegati dal decreto Bersani) che si sente vessata dai nuovi obblighi in materia di registrazione degli atti e che alla fine

non ha nascosto la propria rabbia nei confronti dell'abolizione di un Albo professionale che era valso anni di battaglie per l'ottenimento e che a giudizio degli operatori del settore aveva una sua ragion d'essere.

“Non vi è dubbio -ha proseguito Borselli- che la vendita di un immobile sia un atto che le famiglie affrontano di rado nel corso della propria vita. Se quella volta vanno a finire in mani poco esperte o, peggio, volutamente truffaldine, è la fine”.

Aperto dall'intervento di saluto del presidente dell'Ascom, Fernando Zilio, che ha messo in luce l'importanza della Fimaa, forte dei suoi oltre 350 aderenti, il convegno è proseguito con le relazioni di Borselli sulla legge antiriciclaggio e del membro di giunta della Fimaa nazionale, Guerino Polito, sulla registrazione delle scritture negoziali e sugli obblighi e le responsabilità delle agenzie immobiliari. Presente in sala il segretario generale della Camera di Commercio, Alessandro Selmin, l'incontro ha affrontato poi il tema delle nuove normative fiscali e l'impatto della manovra sull'edilizia grazie alla relazione di Pierluigi Altoviti, componente della Commissione d'Esame R.a.m della Camera di Commercio di Padova e, soprattutto, grazie al successivo, intenso dibattito che non ha mancato di registrare gli umori tutt'altro che sereni di una categoria che spera soltanto di non dover fare i conti con una liberalizzazione “selvaggia” che risulterebbe deleteria non solo per gli addetti ai lavori ma anche per chi, cittadino, chiede al mercato di potersi “fidare” di chi lo affianca nella difficile gestione di una compravendita immobiliare.

Bari

Il Disegno di Legge “Liberalizzazione Attività Produttive” coinvolge in pieno la categoria degli Agenti d'Affari in mediazione. Un argomento, di stringente attualità che ha visto impegnati a discutere professionisti e politici.

“Da Bersani a Visco. La casa, bene primario della famiglia. Funzione sociale dell'agente immobiliare”, questo il tema del Convegno regionale organizzato da Fimaa Puglia, in collaborazione con Confcommercio Puglia, il 9 marzo. L'incontro ha catalizzato l'attenzione degli oltre 300 operatori, giunti a Bari. Fimaa Puglia è scesa in campo con il suo Presidente nazionale, Alberto Pizzirani per affrontare un tema 'la soppressione del Ruolo' che, se il disegno di legge dovesse essere approvato, non solo cancellerebbe un organo che eser-



Tavolo dei relatori

cita un' importante funzione di verifica dei requisiti professionali richiesti a chi si appresta a svolgere la professione di agente immobiliare, ma aprirebbe la strada ad operatori improvvisati, se non addirittura abusivi. Le conseguenze di questa sorta di 'liberalizzazione selvaggia' sarebbero, inoltre, a tutto svantaggio del consumatore: la totale mancanza di controlli priverebbe il cittadino-utente di quelli strumenti necessari a garantire un minimo di controllo istituzionale.

Dopo l'intervento del Presidente Pizzirani sono seguiti i saluti del Presidente regionale di Confcommercio, Emanuele Papalia. La parola è poi passata ai tecnici: l'avv. Paolo Pesando di Fimaa Italia, il notaio Enrico Amoroso del Consiglio Nazionale del Notariato di Bari, il Presidente regionale Fimaa Domenico Martiradonna, e infine l'on Simone Di Cagno Abbrescia.

Como

Il 25 Gennaio si è tenuto a Como, presso il Centro Congressi del Grand Hotel, il Convegno di presentazione dell'ottava edizione del "Borsino Immobiliare Città di Como e Provincia", tradizionale appuntamento della Fimaa Como con gli operatori del settore immobiliare.

Il Presidente Fimaa Como Claudio Zanetti, ha coordinato l'incontro, seguito dall'intervento del Presidente Pizzirani, e dal Direttore dell'Ascom di Como, Gianni Monetti. I relatori hanno analizzato le nuove normative introdotte nel campo immobiliare e i nuovi adempimenti per gli agenti immobiliari, fornendo utili informazioni "operative".

E' inoltre intervenuto il Prof. Stanzani, economista, docente della facoltà di Bologna, che ha fornito una panoramica sull'andamento e le prospettive mercato immobiliare Nazionale per l'anno in corso. Al termine, è stato illustrato l'andamento del mercato immobiliare comasco e presentata l'edizione 2007 del "Borsino", pubblicazione che riporta i valori rilevati per gli immobili di tutti i comuni della provincia di Como.



Biella

Si è svolta Giovedì 15 marzo 2007, presso il Circolo I Faggi, l'Assemblea annuale degli Agenti d' Affari e Mediatori del gruppo Fimaa di Biella.

All'assemblea hanno partecipato gli agenti rappresentanti di 30 Agenzie Immobiliari Biellesi che hanno potuto ascoltare gli interventi del Presidente Nazionale Fimaa Alberto Pizzirani, del notaio Carlo Scola, del commercialista Michele Grandieri, e del Presidente Provinciale Carlo Botto Steglia.

All'ordine del giorno le novità della recente Legge Finanziaria nell'ambito della categoria e le conseguenze della tendenza liberalizzatrice dei ruoli seguita dal governo che interessa in modo specifico tale settore professionale.

Nel corso dell'assemblea si sono svolte le elezioni per il rinnovo del Consiglio Direttivo in scadenza che risulta così composto: Presidente - Carlo Botto Steglia; Vice presidente - Massimo Forno; Tesoriere - Giuseppe Mendola; Consiglieri - Lidia Dupuis e Edoardino Pozza.



Da destra: Pizzirani e Carlo Botto Steglia

Lucca



Pesando, Gabriele, Pizzirani e Acerbi

"L'agente immobiliare nell'era Bersani: una professione a rischio ?"

Su questo tema Fimaa Lucca ha organizzato due incontri, il 29 e il 30 maggio, a Viareggio e Lucca. Numerosi erano i soci ad ascoltare i relatori e ad incontrare il Presidente Nazionale Alberto Pizzirani. Gli avvocati Paolo Pesando, consulente Fimaa Italia, e Alessandra Zana, consulente Fimaa Lucca, dopo aver presentato le nuove normative, hanno risposto alle numerose domande dei presenti che hanno portato nel convegno i problemi del quotidiano. Susanna Acerbi, Segretario Nazionale, ha parlato del Decreto Legge sulle liberalizzazioni all'esame in Parlamento. Alessandro Gabriele, Presidente Fimaa Lucca, ha coordinato e chiuso i due incontri.



Le più belle agenzie immobiliari
 sono realizzate con VELA Display.
 I sistemi di applicazione (a destra)
 Vi consentono di cambiare e
 valorizzare immagini ed informazioni in
 modo facile e rapido.

per le varie composizioni da noi proposte visitate il ns. sito internet
www.velasystem.com



Display

LA CONVENZIONE CHE DA VALORE ALLE VOSTRE OFFERTE IMMOBILIARI

Punto Arredamenti da 10 anni ha ideato il
Sistema VELA Display
per gli allestimenti di Agenzie, negozi, ecc....

Punto Arredamenti, in collaborazione con l'IMAA Vi offre una Convenzione
che Vi consente di cambiare il "look" della Vostra vetrina beneficiando di
vantaggiose condizioni commerciali :

Sconto 25% sul listino prezzi + IVA

(Depositato c/o l'associazione stessa) (Contributo forfettario per spedizione della merce € 30)



*alle stesse condizioni
indicate in convenzione,
arrediamo anche
gli interni dei Vs. uffici*

Per maggiori informazioni
chiamate

Il n. 049-9630400

o scrivete al nostro indirizzo

e-mail: info@velasystem.it

Inoltre puoi visitare il Sito Web:

www.velasystem.com





VENDESI

CASA DEI TUOI
SOGNI

Scegli la tua casa,
abbiamo il mutuo che fa per te.

- > FINO A 320.000 EURO
- > FINANZIAMENTO AL 100%
- > DURATA FINO A 40 ANNI

CHIEDI SUBITO NELLE NOSTRE AGENZIE!