

Standard operativi internazionali

**Standard RICS per i servizi di agenzia e
intermediazione immobiliare**

Prima edizione, linea guida



RICS

the mark of
property
professionalism
worldwide

[rics.org/standards](https://www.rics.org/standards)

Standard per i servizi di agenzia e intermediazione immobiliare

Linea guida RICS

Prima edizione

Il presente *Standard per i servizi di agenzia e intermediazione immobiliare RICS* è una traduzione dall'inglese di linee guida internazionali che possono, in taluni casi, non trovare piena applicazione nella prassi italiana.

Gli autori RICS declinano qualsiasi responsabilità per perdite o danni causati da chiunque agisca o si astenga dall'agire in base al materiale contenuto nella presente pubblicazione.

© Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS), Gennaio 2011. I diritti d'autore relativi alla presente pubblicazione, nelle sue parti o nella sua interezza, sono detenuti da RICS. Nessuna parte del presente materiale può essere riprodotta o utilizzata in alcuna forma o mediante qualunque mezzo, ivi compresi forme e mezzi grafici, elettronici e meccanici, incluse la fotocopiatura, la registrazione (anche su supporto audio) o la distribuzione via web, senza autorizzazione scritta da parte della Royal Institution of Chartered Surveyors o in conformità a quanto previsto da altri accordi di licenza in essere.

Indice

Linea guida RICS

Introduzione

Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari

Glossario

Standard per i servizi di agenzia e intermediazione immobiliare RICS

1 Etica

- 1.1 Introduzione a etica e professionalità
- 1.2 L'obbligo di diligenza per l'agente immobiliare
- 1.3 Gestire i conflitti di interesse
- 1.4 Comprendere la discriminazione
- 1.5 Clienti vulnerabili
- 1.6 Responsabilità altrui

2 Accettare un incarico

- 2.1 Introduzione
- 2.2 Prima di accettare un incarico
- 2.3 Scambio di informazioni con il potenziale cliente
- 2A Rappresentare i venditori
- 2.4 Clausole d'incarico
- 2.5 Tipi di agenzia
- 2.6 Tipi speciali di vendita o locazione
- 2B Rappresentare gli acquirenti/conduttori
- 2.7 Accettare un incarico
- 2.8 Gestire i conflitti di interesse
- 2.9 Clausole di incarico con gli acquirenti
- 2C Subagenti
- 2.10 Istruire i subagenti

3 Incarico dal venditore: immissione sul mercato della proprietà

- 3.1 Suggestire un prezzo di vendita o di affitto per proprietà a scopo commerciale
- 3.2 Offrire consulenza commerciale
- 3.3 Presentare la consulenza al cliente
- 3.4 Conservare le informazioni
- 3.5 Tecniche di vendita
- 3.6 Immissione sul mercato della proprietà
- 3.7 Marketing online
- 3.8 Cartelli e pannelli pubblicitari presso la proprietà

- 3.9 Visite
- 3.10 Rispondere alle domande dei potenziali acquirenti
- 3.11 Mantenere informato il cliente
- 3.12 Sgombero della proprietà

4 Incarico dal venditore: concordare la vendita o la locazione

- 4.1 Offerte
- 4.2 Comunicare con il cliente
- 4.3 Comunicare con l'acquirente
- 4.4 Evitare travisamenti
- 4.5 Gestire l'accettazione delle offerte

5 Incarico dall'acquirente

- 5.1 Ricerca delle proprietà
- 5.2 Comunicare con il cliente
- 5.3 Proprietà con problemi materiali
- 5.4 Gestire i conflitti di interesse
- 5.5 Avanzamento dell'acquisto
- 5.6 Gestire il denaro del cliente

6 Conclusione dell'incarico

- 6.1 Conferma scritta
- 6.2 Fattura
- 6.3 Mancata transazione
- 6.4 Gestire il denaro del cliente

7 Sicurezza e prevenzione

- 7.1 Riservatezza
- 7.2 Protezione dei dati
- 7.3 Antinfortunistica
- 7.4 Sicurezza personale

8 Gestione dell'agenzia

- 8.1 Pubblicizzare e commercializzare i servizi
- 8.2 Gestire i reclami
- 8.3 Gestire il denaro del cliente
- 8.4 Recupero crediti
- 8.5 Assicurazione
- 8.6 Formazione e aggiornamento

Linea guida RICS

La presente linea guida ha l'obiettivo di consigliare i membri di RICS su alcuni aspetti della loro professione. Laddove si raccomandano delle procedure per incarichi professionali specifici, queste sono da considerarsi come "buona pratica", cioè procedure che secondo RICS soddisfano alti standard di competenza professionale.

I membri non sono obbligati a seguire i suggerimenti e le raccomandazioni contenuti nella linea guida, ma si raccomanda loro di fare attenzione ai punti seguenti.

Se un professionista è accusato di negligenza professionale, è probabile che una corte o un tribunale analizzino il contenuto di ogni linea guida fornita da RICS al fine di decidere se questi abbia agito con competenza.

Secondo RICS, un membro che si conformasse alle pratiche suggerite in questa linea guida avrebbe diritto almeno a una difesa parziale rispetto a un'accusa di negligenza qualora si fosse attenuto a queste pratiche. Ad ogni modo i membri hanno la responsabilità di decidere quando sia inappropriato seguire questi suggerimenti.

Altrettanto, i membri che non seguono i suggerimenti contenuti nella presente linea guida non saranno considerati negligenti. Stà a ogni professionista decidere quale sia la procedura appropriata da seguire in ogni incarico professionale. Qualora i membri decidessero di non attenersi alle pratiche suggerite nella presente linea guida, dovranno farlo soltanto per una buona ragione. Nel caso di una disputa legale, una corte o un tribunale possono richiedere loro di spiegare i motivi della scelta di non attenersi alle pratiche raccomandate. Inoltre, se i membri non si sono attenuti a queste pratiche e il loro operato è stato messo in discussione in un provvedimento disciplinare RICS, sarà loro chiesto di spiegare i motivi di tale comportamento e ciò potrà essere tenuto in considerazione dalla commissione.

La linea guida è utile anche ai fini di mantenere una competenza professionale in ogni settore in cui un professionista ha il dovere di essere aggiornato e di essere a conoscenza della linea guida entro un intervallo di tempo ragionevole dalla sua entrata in vigore.



Introduzione

Gli standard d'agenzia immobiliare e d'intermediazione RICS offrono ad agenti immobiliari e intermediatori di tutto il mondo una guida su come operare nel migliore dei modi. Il loro scopo è di assicurare che il cliente riceva assistenza obiettiva in un ambito professionale al passo con standard riconosciuti a livello internazionale. Gli standard pongono le basi per un'eccellenza di esecuzione di servizi immobiliari soggetti a requisiti legislativi specifici della zona e del mercato locale. Questi standard offrono una guida generica applicabile a transazioni commerciali, residenziali e rurali comprese vendite, acquisizioni e locazioni. La guida è alla base del Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari e dei suoi principi fondamentali e offre orientamento nell'individuazione di leggi regionali e codici etici in tutte le regioni del mondo.

Nota bene: laddove si utilizza il termine “venditore” si vuole indicare chiunque sia interessato a cedere diritti reali di un patrimonio immobiliare. Questo include proprietari che vogliano affittare una proprietà o affittuari che vogliano assegnare, subaffittare o terminare il contratto di affitto o di locazione. Laddove si utilizza il termine “acquirente” si vuole indicare chiunque sia interessato ad acquisire diritti reali di un patrimonio immobiliare. Questo include affittuari in cerca di una locazione.

Laddove si utilizza il termine “agente immobiliare” (o “agente”) o “agenzia immobiliare” (o “agenzia”) si vuole indicare chiunque agisca da intermediario o svolga un servizio di intermediazione.

Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari

Il Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari è contiene principi generali. L'insieme dei principi definisce una cultura di correttezza e trasparenza alla base delle attività intraprese dall'agente immobiliare in tutte le nazioni in cui opera. Il codice di comportamento permette agli agenti immobiliari una grande flessibilità nel raggiungere i risultati richiesti. L'intento non è di imporre una serie di regole prescrittive. Gli agenti possono lavorare in modi diversi a seconda del cliente, ed è probabile che agenti diversi abbiano modi diversi di lavorare. Gli agenti e le società che offrono servizi d'agenzia devono affrontare le attività che svolgono in conformità con i principi generali. Il codice di comportamento e gli standard a esso connessi sono validi per la vendita, l'acquisto, l'affitto e la locazione di immobili commerciali, residenziali e rurali. Alcuni principi sono validi per la condotta generale degli agenti,

nei confronti sia di clienti sia di non clienti. Nonostante chiunque si rivolga a un agente abbia diritto a essere trattato in maniera professionale, tuttavia è risaputo che gli agenti hanno doveri e responsabilità particolari verso i propri clienti. Molti agenti appartengono già ad albi professionali regolati da norme, e questo codice di comportamento insieme ai principi che lo compongono rafforzano la prassi esistente. Per far sì che il codice di comportamento e i relativi standard siano efficienti, sia gli agenti, individualmente, sia le società che forniscono servizi d'agenzia devono assumersi la responsabilità di adempiere ai principi generali. I senior manager delle società che offrono servizi d'agenzia devono assicurarsi che i sistemi interni e le procedure in uso supportino questi principi. Gli agenti che aderiscono al codice di comportamento si impegnano a:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
3. Assicurarsi che i clienti siano a conoscenza delle clausole d'incarico e che esse siano eque e chiare, che contengano i dettagli delle procedure di gestione dei reclami e, se esistenti, di uno schema di indennizzo appropriato, e che siano conformi a ogni altro requisito legale e di deontologia professionale pertinente.
4. Fare il possibile per evitare conflitti d'interesse e, se presenti, gestirli in maniera aperta, equa e puntuale.
5. Non effettuare discriminazioni in nessun caso.
6. Assicurare che ogni comunicazione al cliente sia effettuata in modo equo, chiaro, puntuale e trasparente.
7. Assicurarsi che ogni materiale pubblicitario e commerciale sia onesto, adeguato e veritiero.
8. Assicurarsi che il denaro del cliente sia tenuto in luogo separato da ogni altro denaro, e che sia coperto da adeguata assicurazione.
9. Disporre di un'adeguata assicurazione professionale che preveda un indennizzo da errori od omissioni, per assicurarsi che i clienti non subiscano alcuna perdita in seguito a un episodio di negligenza.
10. Assicurarsi che tra le parti ci sia chiarezza su quale sia la parte che si rappresenta, così come sulla portata delle responsabilità di ciascuna parte
11. Laddove sia offerto come parte del servizio, dare al cliente un giudizio realistico su un prezzo di vendita, di acquisto o di affitto o su altri costi eventuali basato su indagini di mercato e sul migliore giudizio professionale.
12. Assicurarsi che ogni visita alle proprietà sia condotta in conformità ai desideri del cliente, tenendo nella dovuta considerazione la sicurezza generale e personale di tutte le parti.

Glossario

Acquirente: chiunque voglia acquisire diritti reali di una proprietà immobiliare. Questa categoria include conduttori in cerca d'affitto.

Agente immobiliare (o agente): qualsiasi persona che nel corso di un'operazione di lavoro (compreso il lavoro in cui costui/costei sia impiegato/a) sia incaricato di cedere, o acquisire, un patrimonio immobiliare. Questo termine si riferisce anche a coloro che offrono servizi di intermediazione.

Agenzia doppia: quando si ha una relazione contrattuale d'agenzia con il venditore e con l'acquirente allo stesso tempo.

Agenzia immobiliare: compagnia o individuo incaricato di acquistare, vendere, affittare o locare una proprietà immobiliare. Il termine si riferisce anche agli intermediari. **Agenzia multipla:** laddove si abbiano relazioni contrattuali in competizione con diversi venditori o acquirenti contemporaneamente.

Broker: intermediario tra chi vende e chi acquista un bene immobile. In molte giurisdizioni trattasi di Attività soggetta a licenza.

Cliente: chiunque incarichi un agente immobiliare di agire per suo conto nell'acquisto o nella vendita di un immobile.

Clienti: i clienti delle agenzie immobiliari e i potenziali acquirenti, venditori, proprietari e inquilini.

Clienti vulnerabili: acquirenti che secondo gli agenti necessitano di un trattamento speciale come risultato di disabilità fisiche, mentali o emotive, o per qualsiasi altro motivo.

Conflitto di interessi: quando un agente opera per clienti aventi interessi in conflitto, o quando gli interessi personali dell'agente sono in conflitto con quelli del cliente.

Lavoro professionale: valutazione ufficiale e/o consigli riguardanti le condizioni fisiche di un edificio su cui un cliente fa affidamento, che potrebbero condurre a una richiesta di risarcimento se condotta con negligenza.

Parte correlata: un impiegato o manager del business dell'agente, o qualsiasi parte correlata come ad esempio un coniuge, partner civile, genitore, figlio, fratello o sorella, zio, zia, nipote di zii, nonno, nonna, nipote di nonni, ma non solo (questa lista non è esaustiva).

Diritti reali immobiliari: qualsiasi forma di possesso su di un immobile.

Prova di mercato: dettagli di proprietà con caratteristiche identiche o simili, ubicate in luoghi identici o simili rispetto alla proprietà del cliente, vendute in un arco di tempo ragionevole, oltre al prezzo di vendita o di locazione raggiunto.

Servizi di annunci multipli (MLS): i servizi di annunci multipli sono usati ampiamente negli Stati Uniti da agenti immobiliari che rappresentano venditori per condividere informazioni su alcune proprietà con altri agenti che possono rappresentare potenziali acquirenti e/o che possano voler presentare nuovi futuri acquirenti dietro pagamento di una commissione.

Società che forniscono servizi d'agenzia: società con ruolo di agenzie immobiliari o intermediazione (vedi sopra).

Subagenzia: incarico a una società separata o correlata di fornire servizi immobiliari al cliente da parte sua. Questa categoria non include i servizi di annunci multipli.

Valutazione: nel contesto di questa linea guida è il termine utilizzato per la stima in alcune giurisdizioni fuori dal Regno Unito.

Venditori: chiunque cerchi di cedere un diritto reale di un patrimonio immobiliare. Questa categoria include proprietari che vogliono affittare una proprietà e inquilini in cerca di un affitto o di una locazione.

1. Etica

Ci sono diversi codici etici globali che fanno riferimento ad agenzie immobiliari internazionali. Esistono inoltre codici specifici di un paese e di un particolare organismo professionale. Il codice ufficiale da applicare dipende dalla nazione e dal settore di pratica. Se si appartiene ad un organismo professionale si deve fare riferimento al codice di pratica o di comportamento di quel dato organismo.

Questo capitolo considera la gamma di responsabilità etiche degli agenti immobiliari indipendentemente dalla nazione in cui operano e offre un orientamento al recepimento e al rispetto dei più importanti principi del codice di comportamento immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie ed assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito
4. Fare il possibile per evitare conflitti d'interesse e, se presenti, gestirli in maniera aperta, equa e puntuale.
5. Non effettuare discriminazioni di alcun tipo.

1.1. Introduzione a etica e professionalità

L'agente immobiliare ha responsabilità legali, fiscali e morali. Le responsabilità legali e fiscali sono stabilite dalle leggi pubbliche e private nelle nazioni di riferimento.

Gli obblighi morali impongono livelli più alti di responsabilità che possono sfociare in obblighi non solo legali ma morali. La soluzione di problemi spesso implica una decisione soggettiva basata sui valori morali personali e su quelle norme etiche stabilite nei codici di comportamento professionale. Le leggi possono anche stabilire le responsabilità legali riferite alla condotta del professionista.

L'etica professionale stabilisce gli standard di prestazione e di servizio che l'utente può aspettarsi di ricevere da un agente immobiliare professionale. Il Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliare stabilisce gli standard di prestazione e di servizio che l'utente può aspettarsi di ricevere dal professionista in qualità di agente immobiliare e lo rassicura sulla professionalità del suo operato in ogni momento. Esistono diverse definizioni di professionalità; un esempio può essere il seguente:

"Professionalità significa dare il meglio di se stessi prendendosi cura dell'interesse del cliente, ma facendo in modo che allo stesso tempo l'interesse di tutte le parti sia riconosciuto e rispettato".

(H Land FRICS, Etica Professionale e Norme comportamentali di RICS, CPD Study Pack, Università di Management dei Beni Immobiliari)

1.2 L'obbligo di diligenza per l'agente immobiliare

Il Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari richiede che gli stessi lavorino con le competenze, la cura e la diligenza necessarie.

Questo significa:

- impegnarsi nel raggiungere i migliori risultati possibili per il cliente, nei limiti delle condizioni di mercato e nell'osservanza di un codice etico
- non diffondere o impiegare in modo scorretto nessuna informazione confidenziale per il cliente senza esplicito consenso da parte sua, o se non costretto da obblighi di legge
- non nominare un subagente senza l'esplicito permesso del cliente (a meno che non si stia utilizzando un servizio di annunci multipli) e assicurarsi che ogni subagente aderisca a questo codice
- assicurarsi che ogni membro del personale sia formato e sorvegliato adeguatamente nello svolgimento dei compiti a loro assegnati
- non accettare incarichi che oltrepassino il proprio campo di esperienza, a meno che non sia assicurata l'assistenza da parte di uno specialista in quel campo particolare.

Garantire di lavorare sempre con ragionevole cura e abilità. Il significato di "ragionevole" è definito dagli standard di un membro competente ed esperto nella professione di agente immobiliare. L'obbligo di diligenza e abilità va applicato a ogni aspetto dei servizi resi.

1.2.1 L'obbligo di diligenza nella rappresentanza del venditore

L'obbligo di diligenza sussiste durante tutto il periodo dell'incarico. Ciò include la pratica di una ragionevole cura e abilità nel suggerire un prezzo adeguato per la vendita o l'affitto della proprietà (si veda la sezione 3.1) per mezzo di una strategia commerciale e dei consigli al cliente di accettare o meno una particolare offerta.

1.2.2 L'obbligo di diligenza nella rappresentanza dell'acquirente

Anche in questo caso, l'obbligo di diligenza sussisterà durante tutto il periodo dell'incarico. Se si è ottenuto l'incarico da parte di un potenziale cliente di cercare una proprietà adatta alle sue esigenze, si dovrà fare attenzione a non fornire informazioni fuorvianti. Stabilire cosa sia ragionevole dipenderà dalle specifiche circostanze.

1.3 Gestire i conflitti d'interesse

Un conflitto d'interesse è qualcosa che agisce da impedimento alla capacità di concentrarsi sull'interesse del cliente. Il giudizio di esistenza è responsabilità del professionista, non del cliente. Si deve fare il possibile per evitare un conflitto di interessi che possa essere dannoso per il venditore o per l'acquirente che si rappresenta.

Il Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari raccomanda di ridurre al minimo ogni situazione di conflitto di interessi e di affrontarla apertamente ed equamente con il cliente non appena si presenta.

È fatto obbligo al professionista di divulgare subito e per iscritto eventuali interessi nella proprietà e prestare attenzione alle particolari circostanze nella situazione in cui si trovi prima di divulgare qualsiasi interesse. Nel caso ci sia una agenzia per una delle parti, si deve portare la stessa forma di rispetto verso gli interessi del cliente e lavorare in questa situazione con il massimo grado possibile di trasparenza. I conflitti d'interesse andrebbero evitati ma laddove ciò sia impossibile si dovrà interrompere la rappresentanza dei clienti coinvolti.

Nell'interesse della buona pratica si dovrebbero divulgare tutti gli interessi coinvolti ed è comunque richiesto di consultare il cliente nonché ricevere istruzioni e prendere nota di ogni discussione e istruzione nel suo fascicolo.

1.4 Comprendere la discriminazione

Non si devono effettuare discriminazioni verso nessuna delle parti potenziali o esistenti di una transazione.

Non si deve:

- discriminare sulla base di genere, età, razza, dottrina, religione, disabilità, orientamento sessuale, nazionalità, o
- favorire una parte perché affiderà incarichi relativi ad altre proprietà, o si rivolgerà di nuovo al professionista per i suoi servizi o quelli di parti allo stesso correlate.

Si deve garantire di non effettuare discriminazioni verso alcuna parte:

- nelle clausole relative a una proprietà in offerta
- rifiutando di vendere o affittare la proprietà, o
- nell'atteggiamento verso persone in cerca di una proprietà da occupare, o a scopo d'investimento come investimento

1.5 Clienti vulnerabili

La vulnerabilità può includere fattori che hanno ripercussioni sulla capacità di una persona di prendere decisioni ragionate.

Il professionista deve impegnarsi a non operare alcuna discriminazione verso clienti vulnerabili – sia essa esplicita o implicita. La categoria di clienti può comprendere acquirenti esistenti o potenziali, venditori, proprietari e inquilini, così come il cliente stesso.

Giudicare la potenziale vulnerabilità di un consumatore può essere una questione delicata e può richiedere una presa di posizione. Lo staff dovrebbe comprendere i propri doveri in quest'ambito e, se il professionista è un manager, dovrebbe predisporre procedure adeguate e una formazione utile ad affrontare la questione.

Il professionista dovrebbe avere la volontà e la capacità di offrire consigli adeguati sul processo di transazione a tutti i clienti potenziali ed esistenti, senza fare presunzioni circa il grado di conoscenza che una persona possa avere. Il professionista deve essere preparato a predisporre tutte le informazioni necessarie e a spiegare ciò che farà e che faranno altri (es. consulenti legali, analisti, consulenti finanziari, prestatori).

Se il professionista ritiene che il cliente sia vulnerabile, dovrà tenerne conto in ogni informazione e consiglio che fornirà allo stesso, in particolare se ogni decisione che il cliente prenderà sarà basata solo su quell'informazione o consiglio.

Se un cliente prende una decisione che può avere implicazioni legali, il professionista dovrà spiegargli che è meglio che si confronti con i propri consulenti legali. Potrebbe essere il professionista stesso a consultare i legali dell'acquirente se le decisioni prese lo preoccupano.

1.6 Responsabilità altrui

Il professionista che si avvale di uno staff è responsabile delle proprie e altrui azioni.

In particolare dovrà:

- occuparsi della formazione iniziale e continua dello staff e tenere nota della formazione e di chi l'ha svolta.
- tenersi informato sulla legislazione e sulle norme di pratica pertinenti
- sovrintendere adeguatamente il personale
- prestare quanta attenzione possibile a incaricare agenti e subagenti qualora si utilizzino servizi di annunci multipli e/o la cooperazione di altri agenti sia sollecitata sulla base di un accordo di condivisione delle commissioni
- essere cosciente di quali siano le sue parti correlate e assicurarsi che siano al corrente di ogni requisito legale e morale e che ci si possa fidare del loro operato
- assicurarsi che ci siano prove documentate del fatto che lo staff ha ricevuto adeguate istruzioni e formazione su come conformarsi a queste leggi e a questi principi.

2. Accettare un incarico

Prima di accettare un incarico (iniziare il lavoro) si deve avere chiaro per chi si lavorerà e come si sarà retribuiti, esprimendo chiaramente per quale parte si rappresenteranno gli interessi.

Il professionista agirà abitualmente in modo parziale per rappresentare gli interessi di una delle due parti appaltatrici (purché il suo ruolo non sia quello di intermediario).

Di seguito si indica come ricevere istruzioni da un venditore o da un acquirente. Questa guida indicherà come applicare i principi del Codice di Comportamento degli Agenti Immobiliari:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
3. Assicurarsi che i clienti siano a conoscenza delle clausole d'incarico e che esse siano eque e chiare, che contengano i dettagli delle procedure di gestione dei reclami e, se esistente, di uno schema di indennizzo appropriato, e che siano conformi a ogni altro requisito legale e deontologico pertinente.
4. Fare il possibile per evitare conflitti d'interesse e, se presenti, gestirli in maniera aperta, equa e puntuale.
10. Assicurarsi che ci sia chiarezza su quale sia la parte che si rappresenta, così come sugli obblighi nei confronti di ognuna.

La prima parte del capitolo offre informazioni generali su come accettare incarichi. Il capitolo è in seguito suddiviso in:

- 2A Rappresentare i venditori
- 2B Rappresentare gli acquirenti
- 2C Subagenti

2.1 Introduzione

Il rapporto tra il professionista e il cliente dipenderà da alcune clausole d'incarico o da un contratto che determineranno i diritti e i doveri di entrambe le parti. Se il contratto non stabilisce clausole specifiche, esse devono essere dedotte dalle leggi esistenti.

2.2. Prima di accettare un incarico

2.2.1 Controlli sui conflitti di interessi

Prima di prendere istruzioni da un cliente il professionista deve verificare che non si venga a creare una situazione di conflitto di interessi. Maggiori informazioni sul conflitto d'interesse si trovano nella sezione 1.3. Si dovrà dichiarare ogni altro possibile conflitto di interesse e ottenere il permesso scritto del potenziale cliente di rappresentarlo in queste circostanze. Nelle giurisdizioni dove la doppia agenzia è accettata, essa dovrebbe rappresentare soltanto un'eccezione alla regola e solo se entrambe le parti hanno dato il proprio esplicito consenso.

Di norma non si dovrebbe assumere l'incarico di doppia agenzia.

2.2.2 Verificare l'identità del cliente

Il riciclaggio di denaro è un problema a livello internazionale su cui diverse nazioni hanno applicato leggi locali e internazionali in modi leggermente diversi. Si dovrà fare riferimento alla legislazione specifica della propria nazione e, comunque, di norma, fare tutto il possibile per verificare l'identità del cliente prima di accettare un incarico. Per ulteriori suggerimenti si rimanda alla linea guida RICS "Proteggersi dal riciclaggio di denaro" (2010).

2.3 Scambio di informazioni con il potenziale cliente

2.3.1 Clausole di incarico

Il professionista deve confermare per iscritto al cliente l'incarico assegnatogli di comprare, vendere o affittare una proprietà per suo conto. Questo dovrebbe includere dettagli relativi a costi, spese, clausole contrattuali e durata dell'incarico. Questi dettagli devono essere comunicati al cliente prima che lo stesso si vincoli o che abbia degli obblighi nei confronti del professionista. Le clausole di incarico dovrebbero elencare chiaramente la portata dello stesso e specificare quali attività ne sono escluse, come ad esempio valutazioni formali, indagini su edifici o analisi tecniche.

Le clausole di incarico possono essere costituite da un singolo documento o da più documenti da leggersi in relazione uno all'altro. Il professionista deve assicurarsi che le clausole siano eque e che la documentazione sia scritta in modo semplice e comprensibile, nonché fare attenzione alle sezioni 1.4 e 1.5 di questa linea guida per fare in modo di non operare nessuna discriminazione e di riconoscere le necessità dei clienti vulnerabili.

Se si utilizzano clausole d'incarico standard, si deve assicurare ai clienti la possibilità di negoziare le singole clausole.

Le clausole d'incarico devono disporre che una copia della procedura di gestione dei reclami sia disponibile su richiesta.

Le clausole di incarico devono essere firmate e datate prima di venire consegnate al cliente. Il professionista deve chiedere al cliente di controfirmarle e fornirgliene una copia da archiviare. È responsabilità del professionista fare il possibile per verificare che il cliente abbia il diritto di assegnargli l'incarico. Ogni successiva modifica alle clausole d'incarico deve essere concordata con il cliente e immediatamente confermata per iscritto e firmata da entrambi.

2.3.2 Costi, spese e tasse

Si deve fornire al potenziale cliente un resoconto scritto e dettagliato dei costi e delle spese come specificato nella sezione 2.3.1. – Il resoconto deve includere:

- a) Dettagli delle circostanze in cui il cliente ha il dovere di pagare un costo o una commissione.
- b) Dettagli dell'ammontare dei costi.
- c) Particolari di ogni altro pagamento che non fa parte della parcella di agente immobiliare ma che in certe circostanze potrebbe essere richiesto al cliente e particolari delle circostanze in cui questi pagamenti saranno da effettuare (es. spese commerciali, costi di viaggio o sanzioni se il cliente ritira la proprietà dal mercato).
- d) Particolari della somma di un pagamento di cui al punto (c) o, se non si conosce la somma al momento della stesura del resoconto, una stima della somma insieme ai dettagli sul modo in cui essa sarà calcolata.

L'agente deve inoltre indicare chiaramente se le sue commissioni, costi e/o ogni altra spesa sono al netto o al lordo delle tasse.

2.3.3 Obbligo di doppia fatturazione

Laddove una proprietà è messa sul mercato da un altro agente o un acquirente/inquilino si è servito dei servizi di un altro agente, deve essere chiara e annotata per iscritto la possibilità che sia richiesto al cliente di pagare sia la parcella del professionista incaricato sia quella dell'altro agente.

2.3.4 Tempistiche

Il professionista deve specificare nelle sue clausole d'incarico il momento in cui gli è dato di riscuotere la parcella, ad esempio al termine del processo di vendita, acquisto o locazione.

2.3.5 Penali

La legge può autorizzare che il professionista riceva interessi su un pagamento tardivo. Si dovrà controllare la legislazione vigente per determinare se questo sia possibile ed eventualmente includere una nota nelle clausole d'incarico.

2.3.6 Diritto di recesso

Un cliente può essere autorizzato dalla legge a rescindere un contratto entro un certo periodo dalla firma. Se questo è previsto dalle leggi in vigore nella nazione del professionista, ciò deve essere specificato nelle clausole d'incarico o in qualsiasi contratto e documento che sarà fatto firmare al cliente.

2A Rappresentare i venditori

2.4 Clausole d'incarico

In aggiunta ai punti stabiliti nella sezione 2.3, se si rappresenta un cliente, si devono fornire prove scritte di ogni altro servizio che il professionista stesso o parti correlate allo stesso o alla sua società possano voler offrire al futuro acquirente o inquilino. Ulteriori informazioni sui requisiti richiesti per offrire servizi ad altre parti si trovano nella sezione 2.5.3.

2.5 Tipi di agenzia

Esistono diversi tipi di accordi d'agenzia stipulabili con il cliente. Questo può dipendere dall'eventualità che l'incarico sia stato affidato ad un uno o a più agenti. La natura dell'accordo deve essere definita nelle clausole d'incarico.

2.5.1 Finalizzare le clausole d'incarico

Come accennato nella sezione 2.3.1, le clausole d'incarico devono essere firmate sia dall'agente sia dal cliente. È possibile includere aspetti relativi a spese commerciali e commissioni in una lettera a parte, insieme a consigli generici di marketing. Sta al professionista decidere quali clausole individuali includere nelle clausole d'incarico oltre a quelle stabilite dalle leggi vigenti.

2.5.2 Commissionare altra documentazione

Quando una proprietà è immessa sul mercato, possono esserci requisiti specifici di legge sulla documentazione da fornire all'immissione sul mercato o durante il processo di cessione. Può essere che non esistano regole su come procurare questi documenti ma ci si deve assicurare di inserire nelle clausole d'incarico il modo in cui saranno prodotti. In alcuni casi essi possono essere prodotti in azienda e in altri saranno prodotti esternamente. Se ci si affida a una fonte esterna, ci si deve assicurare che siano rispettate le tempistiche necessarie. In questi documenti deve essere inclusa anche la modalità di pagamento.

2.5.3 Offrire servizi ad altre parti

Il professionista deve notificare al cliente per iscritto se intende offrire i propri servizi anche a degli acquirenti e specificare quali sono questi servizi. Il termine 'servizi' può indicare 'ogni servizio potenzialmente offerto a un futuro acquirente in relazione all'acquisizione di una proprietà immobiliare'. Per l'offerta di servizi ad altre parti, si deve fare riferimento alla legislazione specifica.

Non appena ha inizio la comunicazione tra il professionista e il cliente, se ne deve dare notifica per iscritto immediatamente o appena possibile. Questo deve avvenire comunque prima che il cliente sia vincolato al professionista da un contratto soprattutto se il professionista stesso, o una persona correlata (vedi sezione 1.3), desidera offrire servizi a futuri acquirenti per una proprietà che si sta vendendo per conto del cliente. Si deve inoltre ottenere il consenso scritto del cliente.

2.6 Tipi speciali di vendita o locazione

Se si ha l'incarico di una vendita o di una locazione ci si deve assicurare che il cliente abbia il diritto di cedere quel patrimonio immobiliare. Questo può essere pertinente nel caso della vendita di una proprietà appartenuta a una persona deceduta, o in seguito a un recupero da parte di un prestatore.

È fondamentale assicurarsi che tutti i documenti pertinenti confermino che il cliente abbia questo diritto.

2B Rappresentare gli acquirenti/conduuttori

2.7 Accettare un incarico

Questa sezione si riferisce al caso in cui si rappresenti un cliente in cerca di una proprietà. In questo caso valgono gli stessi principi generali di quando si rappresenta un venditore. Le clausole di incarico devono essere confermate per iscritto. Prima di confermare le clausole si deve parlare con il cliente e concordare le sue richieste così come le sue ragioni nel maggior dettaglio possibile. Si deve agire nei limiti della propria esperienza, conoscenza e competenza per soddisfare le richieste del cliente.

Il professionista deve prendere accordi con il cliente sul livello di feedback che vuole ricevere, se desidera ricevere dettagli di tutte le proprietà che il professionista stesso prende in considerazione o solo una selezione. Si deve anche considerare se il cliente voglia visitare le proprietà insieme al professionista, o in alternativa, come gli si faranno avere le informazioni (es. video caricati online e fotografie). Si devono anche confermare i dettagli della parcella e del servizio che si offre (ad esempio dalla ricerca della proprietà alla finalizzazione dell'acquisto/locazione). Questo può comprendere commissioni basate sul prezzo di acquisto/locazione e trattenute legate alle tempistiche. Si deve indicare chiaramente se eventuali trattenute siano rimborsabili, ed eventualmente a quali condizioni. Un esempio potrebbe essere quando il cliente decide di non acquistare una proprietà entro un determinato periodo (di solito da tre mesi a un anno) o al completamento della transazione (es.: quando la parcella è stata pagata). Si deve anche indicare chiaramente se le spese saranno addebitate al cliente e se sì come saranno calcolate.

Le spese di transazione devono essere concordate in un modo che offra prove trasparenti del fatto che si negozierà l'affare più conveniente per il cliente. Le spese basate su una percentuale del prezzo concordato d'acquisto possono non essere in grado di fornire questa prova. Una procedura alternativa può consistere nel concordare una percentuale sullo sconto che il professionista ritiene di essere in grado di ottenere durante la trattativa – qualunque sia lo sconto più alto.

2.8 Gestire i conflitti di interesse

Ulteriori informazioni su come gestire un conflitto di interessi sono disponibili nella sezione 1.3. Questa sezione offre una guida dettagliata su questioni che possono emergere qualora si rappresenti più di un acquirente. Si può verificare il caso che i clienti siano interessati a proprietà simili, causando un potenziale conflitto d'interesse. Laddove sia richiesto di rappresentare un acquirente in cerca di proprietà simili a quelle di altri clienti che si rappresentano, prima di accettare un incarico si deve avvisare il nuovo potenziale cliente per iscritto (e-mail, lettera o fax) e chiedere una conferma scritta da parte sua in cui dichiararsi di continuare a volere il servizio di rappresentanza.

2.9 Clausole d'incarico con gli acquirenti

Le clausole d'incarico con gli acquirenti devono essere conformi alla nota contenuta nella sezione 2.3.1.

2C Subagenti

2.10 Istruire i subagenti

Se si desidera nominare un subagente si deve prima ottenere l'autorizzazione del cliente. Questo non è applicabile nel caso di servizi di annunci multipli come quelli in uso negli Stati Uniti.

La nomina di un subagente senza autorizzazione può essere considerata un'infrazione degli obblighi verso il cliente. Anche quando un agente immobiliare nomina un subagente con la specifica autorizzazione del cliente, possono esserci relazioni legali dirette tra cliente e subagente. Si può lo stesso essere responsabili per le azioni dei subagenti e per il pagamento delle loro parcelle. A tale proposito si deve controllare la legislazione vigente e assicurare che ogni subagente abbia un'assicurazione adeguata e valida.

3. Incarico dal venditore: immissione sul mercato della proprietà

Questo capitolo tratta di come il venditore deve agire riguardo all'immissione sul mercato: dall'analisi di mercato all'accordo sul prezzo o sul canone. Seguire questa guida aiuterà a soddisfare i seguenti requisiti del Codice di Comportamento d'Agenzia Immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
6. Assicurare che ogni comunicazione al cliente sia effettuata in modo equo, chiaro, puntuale e trasparente.
7. Assicurarsi che ogni materiale pubblicitario e commerciale sia veritiero e adeguato.
11. Laddove sia offerto come parte del servizio, dare al cliente un giudizio realistico su un prezzo di vendita, di acquisto o di affitto o su altri costi eventuali, basato su indagini di mercato e sul migliore giudizio professionale.
12. Assicurare che ogni visita alla proprietà sia condotta in conformità ai desideri del cliente, tenendo nella dovuta considerazione la sicurezza generale e personale di tutte le parti.

3.1 Suggerire un prezzo di vendita o di affitto per proprietà a scopo commerciale

Si devono fornire consigli realistici e giustificabili sul prezzo probabile di vendita o di affitto basato sul migliore giudizio professionale. Ogni stima deve essere fornita in buona fede e deve riflettere le effettive condizioni di mercato. Quando si offrono pareri su un affitto si devono prendere in considerazione i termini contrattuali accettabili per il mercato. Si deve essere in grado di supportare ogni stima confrontandola con quelle di proprietà simili in situazioni simili.

Il parere così fornito non è una valutazione ufficiale della proprietà. È importante che si chiarisca al venditore che si sta fornendo la stima di un prezzo o un canone di mercato anticipato e non una valutazione o stima ufficiale. Se richiesto dal cliente, si può richiedere una valutazione ufficiale per conto dello stesso. Si devono fornire suggerimenti su un prezzo o canone adeguato solo se si ha una profonda conoscenza del mercato.

3.2 Offrire consulenza commerciale

Prima di fornire suggerimenti su un prezzo o canone plausibile si dovrà:

- Ispezionare la proprietà all'intero e all'esterno.
- Se sono state effettuate delle misurazioni, si dovrà fare il possibile per assicurarsi che esse siano accurate sulla base delle misurazioni comunemente adottate nei mercati in cui è offerta la proprietà. I dettagli delle vendite o delle locazioni devono indicare il metodo di misurazione utilizzato (es. area abitabile netta; area esterna lorda; area con pavimento riscaldato; area affittabile netta).
- Esaminare le condizioni generali della proprietà (anche se non si sta eseguendo un'analisi delle condizioni, è importante dare un giudizio generale a questo proposito).
- Interagire con il cliente allo scopo di stabilire che sia davvero il proprietario legale e fare luce su altre eventuali questioni che possano avere ripercussioni sulla strategia commerciale che si intende adottare.
- Prima di dare suggerimenti su un plausibile prezzo o canone per un immobile si devono ottenere dati confrontabili, dettagli di vendite o affitti di altre proprietà simili nella stessa area.

Si deve anche prendere in considerazione il mercato attuale nella misura in cui i prezzi o i canoni d'affitto siano diminuiti o aumentati da quando la vendita o l'affitto che fa da termine di paragone è avvenuto e, in ciascun caso, determinare di quanto in modo da essere in grado di modificare i dati confrontabili secondo quanto riscontrato. Si deve anche provare a considerare quanti più dettagli possibili sulla transazione che si sta prendendo a confronto per assicurarsi che si tratti di un accordo di mercato aperto e non di un accordo influenzato da fattori speciali, come ad esempio un acquirente speciale (con una motivazione personale per acquistare quella proprietà particolare), un venditore con necessità di vendere in fretta, problemi sulle condizioni della proprietà o altri fattori che possano aver influenzato il prezzo di vendita. Infine, sono anche da prendere in considerazione i requisiti dati dall'ordine professionale o da eventuali legislazioni.

3.3. Presentare la consulenza al cliente

Il prezzo di vendita e di affitto deve essere sempre confermato per iscritto anche se se ne è discusso a voce con il cliente. Laddove la proprietà sia offerta in locazione si dovrebbero includerne i termini nella conferma.

Tutto ciò fa parte della strategia di marketing e della consulenza offerta (discusse nella sezione 3.6.1). Il resoconto deve essere chiaro ed equo e deve contenere informazioni trasparenti con riferimento alle effettive condizioni di mercato. Dovrebbe inoltre individuare un intervallo di tempo entro cui concludere la vendita o locazione.

3.4. Conservare le informazioni

Si deve sempre tenere nota delle prove che si sono utilizzate per formare il parere su un prezzo adeguato di vendita o di affitto. Queste note dovrebbero comprendere tutti i dati comparativi che sono stati utilizzati e gli arrotondamenti effettuati, le ragioni per questi arrotondamenti e le fonti dei dati raccolti. Si dovrebbe anche tenere un registro completo dell'ispezione della proprietà e delle misurazioni effettuate. Il registro è da conservare per un periodo sufficiente, da stabilire facendo riferimento alle norme della zona in cui si opera.

3.5 Tecniche di vendita

È possibile adottare diversi metodi per la vendita di una proprietà. Si deve riflettere con cura sul metodo più adeguato e la consulenza fornita deve sempre dipendere dalle circostanze in cui si trovano la proprietà, il mercato e il cliente.

Se necessario si deve richiedere consulenza legale o fiscale.

3.6 Immissione sul mercato della proprietà

Non si deve immettere una proprietà sul mercato senza il permesso del cliente e ci si deve assicurare che il cliente sia autorizzato dalla legge a cedere il patrimonio immobiliare.

3.6.1 Concordare una strategia di mercato

Si deve concordare un'adeguata strategia di mercato con il cliente ed esaminarla regolarmente insieme a lui. La strategia di mercato adottata deve tenere conto della proprietà e della nazione in cui ci si trova. Al cliente devono essere spiegati chiaramente i motivi per cui si consiglia una particolare strategia.

3.6.2 Fornire documentazione pertinente

Prima di iniziare qualsiasi trattativa, ci si deve assicurare di aver ottenuto qualsiasi documentazione necessaria per l'immissione sul mercato di una proprietà. Tra questi documenti ci devono essere anche informazioni sui consumi energetici della proprietà.

3.6.3 Descrivere la proprietà

Ci si deve assicurare che tutte le dichiarazioni effettuate riguardo a una proprietà, siano esse verbali, scritte o grafiche, siano corrette e non fuorvianti.

3.6.3.1 Preparare i dettagli per la vendita

Un membro dello staff che abbia personalmente ispezionato la proprietà dovrebbe redigere una bozza dei dettagli della vendita o della locazione e/o inserire informazioni valide e accurate in un adeguato servizio di annunci multipli. Può essere utile servirsi di un *pro forma* (in formato cartaceo o elettronico) per le ispezioni in modo da garantire un approccio coerente e questa bozza dovrebbe essere completata durante l'ispezione e non in seguito.

Si deve rivelare ogni informazione sulla proprietà compresi eventuali problemi come la contaminazione o altre questioni significative per eventuali acquirenti.

3.6.3.2 Confermare i dettagli con il cliente

Si deve eseguire un accurato controllo dei dettagli dell'immissione sul mercato e, precedentemente, mandare la bozza dei dettagli al cliente affinché possa verificarne l'accuratezza e approvarla.

Se durante il processo di vendita o locazione si verificano delle modifiche sui dati su cui si basa la bozza dei dettagli, essa andrà corretta in maniera adeguata.

Ci si deve assicurare che ciascuna parte interessata sin dall'inizio così come ciascun acquirente, che esegua un sopralluogo o che formuli un'offerta posteriormente alle modifiche intervenute, siano correttamente informati di tutti gli aggiornamenti intervenuti.

3.7 Marketing online

Internet è utilizzato sempre più spesso per la commercializzazione e promozione di proprietà in vendita. Se ci si avvale di un sistema di marketing online assicurarsi, nei limiti del possibile, che vengano adottati gli stessi principi di promozione e commercializzazione stabiliti nella sezione 3.6.

3.8 Cartelli e pannelli pubblicitari presso la proprietà

“Vendesi” o “affittasi” o simili cartelli e pannelli possono essere un ottimo strumento di marketing per l'agente immobiliare, nonostante non siano in uso in tutte le nazioni.

3.8.1 Permesso del proprietario

Prima di affiggere un cartello o un pannello si deve ottenere il consenso scritto del cliente. Si deve inoltre avvisare il proprietario della grandezza e della grafica e concordare con lui il punto dove posizionarlo.

3.8.2 Autorizzazioni legali

Si deve consultare l'autorità ufficiale per scoprire se si necessita di un permesso per affiggere il pannello “vendesi” o “affittasi” e se esistono norme locali cui dover fare riferimento.

3.9 Visite

3.9.1 Comunicare con il cliente

Nel momento in cui si definisce la strategia di marketing, si deve concordare l'approccio alle visite con il cliente (sezione 3.6.1). Alcuni clienti si rendono disponibili a mostrare la proprietà ai potenziali acquirenti, mentre altri preferiscono che a gestire le visite sia l'agente.

Le visite accompagnate possono essere utili in quanto consentono di “inquadrare” gli acquirenti assimilando informazioni sulle loro situazioni personali ed economiche. Queste saranno utili al momento del resoconto al cliente sulle offerte ricevute e possono essere più semplici da ottenere di persona rispetto a una conversazione telefonica.

Se si sta organizzando la visita di una proprietà occupata da altre persone oltre al cliente, sarebbe necessario concordare la loro disponibilità.

La sezione 7.3 fornisce consigli su come garantire la sicurezza durante le visite.

3.9.2 Chiavi

Nel mercato residenziale statunitense sono molto diffuse le *lock box*, piccole cassette dotate di lucchetto. Assicurarsi che, se presenti, siano dotate di particolari misure di sicurezza per il venditore.

Se non si utilizza una *lock box*, molto diffusa nel mercato residenziale statunitense, ci si deve assicurare che tutte le chiavi siano protette da una combinazione e siano tenute al sicuro. Si deve prendere nota di quando e a chi si lasciano le chiavi e di quando vengono restituite. Questo registro deve essere tenuto al sicuro e separato dalle chiavi che possono essere consegnate solo a persone che siano state identificate.

Si dovrà fare in modo che dopo ogni visita la proprietà sia lasciata al sicuro o almeno nelle stesse condizioni di sicurezza in cui si trovava prima della visita.

3.9.3 Archiviazione

Si deve prendere nota di tutte le visite fatte a una proprietà.

Si devono notificare al cliente i dettagli delle visite e in particolare il feedback ricevuto, entro un arco ragionevole di tempo, generalmente entro tre giorni dalla visita.

Quando si sono concluse tutte le visite, si devono comunicare al cliente le possibili ragioni di eventuali assenza di offerte.

3.10 Rispondere alle domande dei potenziali acquirenti

Quando si risponde alle domande dei potenziali acquirenti, si deve fare in modo di comunicare loro ogni questione pertinente senza omissioni rilevanti.

Si deve inoltre fare il possibile affinché solo membri dello staff che abbiano una profonda conoscenza della proprietà diano informazioni supplementari a quelle elencate nei dettagli scritti.

3.11 Mantenere informato il cliente

Si deve tenere il cliente informato di qualsiasi cambiamento che avvenga mentre la proprietà è sul mercato e se si viene a conoscenza di qualsiasi informazione sostanziale che possa avere impatto sull'incarico assegnato dal cliente si deve comunicarglielo subito.

3.12 Sgombero della proprietà

Gli agenti immobiliari che organizzano lo sgombero di una proprietà devono prestare attenzione a eventuali norme ambientali come quelle riguardanti lo smaltimento o la raccolta differenziata dei rifiuti.

4. Incarico dal venditore: concordare la vendita o la locazione

Questo capitolo offre informazioni su come concordare la vendita nel caso in cui si rappresenti il proprietario. Seguire questa guida contribuirà a soddisfare i seguenti requisiti del codice di comportamento d'agenzia immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
5. Non effettuare discriminazioni di alcun tipo.
6. Assicurare che ogni comunicazione al cliente sia effettuata in modo equo, chiaro, puntuale e trasparente.

4.1 Offerte

Si deve fare il possibile per prendere informazioni dal potenziale cliente sulla disponibilità e la fonte di denaro di cui si servirebbe per acquistare o affittare la proprietà. Questi ed altri aspetti che potrebbero avere impatto sulla capacità del cliente di acquistare o affittare la proprietà devono essergli riferiti.

Si deve tenere un registro di tutte le offerte che si ricevono.

4.2 Comunicare con il cliente

Si deve avvisare, preferibilmente per iscritto, il cliente di tutte le offerte ricevute, appena possibile.

I dettagli riferiti dovrebbero essere sufficienti al cliente per valutare le offerte ricevute (con l'assistenza del professionista) e analizzare i punti di forza e debolezza di ognuna. Si deve tenere a mente la situazione del venditore quando gli si forniscono tutte le informazioni.

4.3 Comunicare con l'acquirente

Si deve confermare al potenziale acquirente di aver informato il cliente della sua offerta appena possibile. Questo deve avvenire per iscritto con la conferma dell'ammontare dell'offerta e delle sue condizioni. Se sono state effettuate altre offerte, si deve comunicare al potenziale acquirente che è stata fatta un'altra offerta senza svelarne l'ammontare o altri aspetti dell'offerta stessa, a meno che non si abbia il consenso del cliente e il consenso della persona che l'ha effettuata.

Si devono avvisare gli acquirenti che fanno offerte che è prassi cercare il consenso del cliente prima di fornire dettagli delle offerte di altri acquirenti. Se si rivelano le offerte a un potenziale acquirente, le stesse devono essere rivelate a tutti gli altri potenziali acquirenti interessati alla trattativa per questa proprietà.

4.4 Evitare travisamenti

Non si devono travisare i dettagli o l'esistenza di un'offerta o la situazione di ogni potenziale acquirente. Ogni dichiarazione fatta da un agente immobiliare nel corso delle trattative su una proprietà può, se falsa o fuorviante, condurre l'agente, il cliente, o entrambi a un'azione legale.

4.5 Gestire l'accettazione delle offerte

4.5.1 Trattative

Si deve mantenere informato il cliente di eventuali trattative, chiedere istruzioni e comunicare tutte le modifiche o le nuove offerte.

4.5.2 Contratti vincolanti

Il sistema di leggi sulla compravendita di proprietà è ovviamente diverso da nazione a nazione. Si deve assicurare che i contratti siano stesi e concordati in modo adeguato e che la proprietà sia tolta dal mercato quando necessario.

4.5.3 Accettare un'offerta

Quando il cliente accetta un'offerta e tutte le condizioni ad essa connesse, si devono registrare questi dettagli in modo accurato e avvisarne l'acquirente. Questo deve avvenire per iscritto verso entrambe le parti. Si devono anche avvisare i consulenti legali sui dettagli delle clausole di vendita.

4.5.4 Monitorare l'avanzamento

Durante il processo, ci si deve tenere in contatto con l'acquirente. L'avanzamento dovrebbe essere comunicato regolarmente al cliente.

4.5.5 Offrire servizi aggiuntivi

Se l'acquirente richiede servizi aggiuntivi, gli deve essere fornita una lista accurata dei servizi richiesti. Questa deve essergli consegnata in ogni fase precedente al contratto di cessione del patrimonio immobiliare.

5. Incarico dall'acquirente

Questo capitolo offre indicazioni ad agenti che rappresentano un acquirente. Questo non comprende l'offerta di servizi aggiuntivi agli acquirenti tramite un'agenzia quando si sta già rappresentando un venditore. In questo capitolo si presuppone che non si sia ottenuto un contratto o un incarico da parte di un venditore, e che si agirà nella ricerca di immobili. Ci si deve assicurare che in questa situazione si rappresentano solo gli interessi dell'acquirente. Seguire questa guida aiuterà a soddisfare i seguenti requisiti del codice di comportamento d'agenzia immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie ed assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
4. Fare il possibile per evitare conflitti d'interesse e, se presenti, affrontarli in maniera aperta, equa e puntuale.
6. Assicurare che ogni comunicazione al cliente sia effettuata in modo equo, chiaro, puntuale e trasparente.
10. Assicurarsi che tra le parti ci sia chiarezza su quale sia la parte che rappresenti, così come sulla portata dei tuoi doveri per ciascuna parte.

5.1 Ricerca delle proprietà

Si deve essere consapevole delle ragioni principali per cui gli acquirenti si rivolgono ad agenti che cerchino per loro una proprietà e fare buon uso della conoscenza del luogo e dei contatti per soddisfare le aspettative del cliente.

5.2 Comunicare con il cliente

Al cliente si devono fornire aggiornamenti regolari dei progressi che si fanno nella ricerca di una proprietà per lui. Questo deve includere resoconti dettagliati inviati con frequenza ragionevole.

Quando il cliente vuole che si faccia un'offerta da parte sua si deve comunicarlo al venditore entro un arco di tempo ragionevole. L'offerta deve dichiarare tutte le condizioni che il cliente desidera siano inserite. Si deve confermare ogni ulteriore offerta al cliente per iscritto e allo stesso modo se ne deve inviare una copia al cliente. Si deve allegare alla lettera la prova della rappresentanza del cliente.

Prima di rivelare al venditore informazioni su circostanze personali o finanziarie del cliente, si deve ottenere il permesso del cliente stesso. Si deve consigliare di fornire questi dettagli al venditore solo se si pensa che possano essere d'aiuto nelle trattative successive.

5.3 Proprietà con problemi materiali

Si deve informare immediatamente il cliente di ogni potenziale problema materiale in una proprietà.

5.4 Gestire i conflitti di interesse

Se si rappresentano più acquirenti alla ricerca di proprietà con caratteristiche simili, lo si è comunicato a tutte le parti e si è ottenuto il permesso di continuare (vedi sezione 1.3) si deve fare il possibile per agire sempre nel migliore interesse di tutti i clienti ed evitare che le azioni per un cliente non pregiudichino le azioni o i risultati per l'altro. Si deve assicurare che si agirà sempre in modo puntuale in seguito alle richieste dei clienti e che le si porteranno avanti secondo l'ordine in cui si sono ricevute.

5.5. Avanzamento dell'acquisto

Una volta che un'offerta è stata accettata, si deve richiederne conferma scritta e mandarne una copia al cliente. Presupponendo che si abbia il consenso del cliente, si devono confermare i dati del cliente e dei suoi consulenti legali al venditore o al suo agente.

Si deve poi tenere monitorato l'avanzamento dell'acquisto, assistere se possibile e comunicare ogni informazione utile a concludere la transazione.

5.6 Gestire il denaro del cliente

Se si gestisce il denaro del cliente, si deve fare riferimento alla guida contenuta nel paragrafo 8.3.

6. Conclusione dell'incarico

Questo capitolo offre informazioni su come concludere l'incarico affidato dal cliente. L'incarico può essere concluso dal professionista o dal cliente stesso. Può avvenire al termine naturale dell'incarico o come conseguenza di una decisione presa dal professionista o dal suo cliente. Seguire questa guida aiuterà a soddisfare i seguenti requisiti del Codice di Comportamento d'Agenzia Immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
6. Assicurare che ogni comunicazione al cliente sia effettuata in modo equo, chiaro, puntuale e trasparente.

6.1 Conferma scritta

Se si riceve comunicazione dal cliente della sua volontà di terminare l'incarico o se si decide di voler recedere dall'incarico, si deve confermare per iscritto che non si stà più agendo per suo conto, comunicare la data della rescissione e i dettagli di ogni costo o spesa che il cliente possa dover corrispondere.

Si deve inoltre dettagliare ogni debito insoluto che il cliente possa avere a termini di legge ed emettere una fattura conforme alla legislazione locale in vigore.

6.2 Fattura

Sia che l'incarico si concluda naturalmente, sia che il professionista o il cliente vogliano interromperlo anticipatamente, il cliente può dover ancora corrispondere alcuni compensi. Si deve emettere una fattura che specifichi la somma dovuta, compresi i dettagli della parcella, le spese (in conformità alle clausole d'incarico) e le tasse.

Questa dovrebbe essere inviata al cliente entro un tempo ragionevole dalla conclusione dell'incarico.

Se si intende addebitare al cliente una penale per la conclusione anticipata dell'incarico lo si deve avere specificato nelle clausole contrattuali concordate con lo stesso. Le clausole devono quantificare l'ammontare della penale e la sua natura (vedi sezione 2.3.2).

Una ricevuta finale deve essere inviata al cliente a fronte del pagamento e deve includere una conferma della somma accreditata.

6.3 Mancata transazione

Se si è negoziata una transazione che non si conclude con la firma del contratto di vendita, si ha comunque diritto a riscuotere la parcella o una commissione o una remunerazione alternativa.

Tale eventualità deve essere menzionata nelle clausole di incarico e in riferimento alla legislazione esistente.

6.4 Gestire il denaro del cliente

Si deve fare riferimento alla sezione 8.3 per informazioni relative alla gestione del denaro del cliente e all'eventualità in cui si abbia bisogno di giustificare delle spese prima di terminare l'incarico.

7. Sicurezza e prevenzione

Questo capitolo offre informazioni sulla sicurezza e prevenzione, compresa la sicurezza dei dati, l'antifortunistica sul lavoro, la sicurezza personale e il modo in cui prendersi cura della sicurezza degli altri.

Seguire questa guida contribuirà a soddisfare i seguenti requisiti del Codice di Comportamento d'Agenzia Immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
12. Assicurare che ogni visita alle proprietà sia condotta in conformità ai desideri del cliente, tenendo in dovuta considerazione la sicurezza generale e personale di tutte le parti.

7.1 Riservatezza

Si deve mantenere la riservatezza su questioni di cui si può venire a conoscenza durante l'incarico.

7.2 Protezione dei dati

Si deve essere a conoscenza di requisiti legali locali sulla gestione di informazioni e di dati nella nazione in cui si opera. Di norma ci si deve assicurare che ogni informazione personale sia:

- trattata in modo appropriato e secondo legge
- utilizzata per scopi limitati
- adeguata, pertinente e non eccessiva
- accurata e aggiornata
- non trattenuta per più del necessario
- trattata in linea con i diritti del proprietario di tali dati
- sicura
- non trasferita ad altre nazioni senza protezione adeguata.

Come agente immobiliare si deve considerare in modo particolare il danno che può essere causato al cliente dalla diffusione inaccurata o non autorizzata di dati personali e altre informazioni. Ad esempio, la diffusione degli orari in cui una proprietà è vuota o il mancato impiego di adeguate misure di sicurezza per prevenire l'accesso non autorizzato a queste informazioni, non solo può causare un'infrazione del principio di sicurezza, ma può anche sfociare in una causa di risarcimento per il cliente danneggiato.

Si deve inoltre tenere presente che altre questioni sulla riservatezza del cliente possono essere applicate a tipi particolari di dati personali, compresi quelli forniti dal cliente. Questo significa che non tutti all'interno della società hanno diritto ad accedere ai dati ed essi non dovrebbero essere resi disponibili ad altri futuri clienti, siano essi acquirenti o venditori.

7.3 Antifortunistica

Si devono sempre rispettare le leggi locali relative all'antifortunistica in vigore nella nazione in cui si opera.

Il termine antifortunistica indica azioni assennate e proporzionate con lo scopo di proteggere le persone. Non agire come necessario per proteggere le persone da pericoli evitabili sul lavoro può costituire un reato.

Datori di lavoro e lavoratori sono responsabili di un obbligo di diligenza verso chiunque possa risentire delle loro azioni, laddove gli effetti delle loro azioni siano ragionevolmente prevedibili.

7.4 Sicurezza personale

Lavorare come agente immobiliare presenta una gamma di rischi potenziali relativi alla sicurezza personale, dovuti al fatto che si visiteranno delle proprietà e si incontreranno persone che non si conoscono, ci si sposterà tra una visita e l'altra e si terrà un registro personale degli incontri e degli accordi. È cruciale che si adottino tutte le precauzioni necessarie per assicurare la sicurezza personale del professionista e quella delle persone per cui è responsabile.

Come per l'antifortunistica sul lavoro, si deve effettuare una valutazione dei rischi quando ci si trova lontano dall'ufficio – ad esempio in un altro ufficio, a casa, in viaggio per arrivare a una proprietà o durante una visita.

8. Gestione dell'agenzia

Questo capitolo offre informazioni su questioni concernenti la gestione dell'agenzia pertinenti ad agenzie di ogni portata, dal professionista in proprio a grandi agenzie multinazionali. Gli argomenti principali discussi in questo capitolo sono:

- marketing
- come gestire il denaro del cliente, compresa la tutela dal riciclaggio di denaro
- recupero crediti
- gestione dei reclami
- assicurazione (per il professionista e per la sua attività)

Qualunque sia la portata dell'attività, questi temi sono di grande importanza. Seguire questa guida contribuirà a soddisfare i seguenti requisiti del Codice di Comportamento d'Agenzia Immobiliare:

1. Operare in modo onesto, equo, trasparente e professionale.
2. Lavorare con le competenze, la cura e la diligenza necessarie e assicurarsi che il personale incaricato abbia le competenze necessarie per portare a termine il proprio compito.
8. Assicurarsi che il denaro del cliente sia tenuto in luogo separato da ogni altro denaro, e coperto da adeguata assicurazione.
9. Fornirsi di un'adeguata assicurazione professionale che preveda un indennizzo da errori od omissioni, per assicurarsi che i clienti non subiscano alcuna perdita in seguito a un episodio di negligenza.

8.1 Pubblicizzare e commercializzare i servizi

Ogni materiale commerciale deve essere veritiero e professionale e non ci si deve procacciare il lavoro con mezzi disonesti. Ogni pubblicità deve essere adeguata, accurata e veritiera e deve soddisfare i requisiti delle leggi in vigore.

8.2 Gestire i reclami

Questa sezione considera il modo in cui si devono gestire i reclami che vengono presentati al professionista o alla sua organizzazione.

8.2.1 Procedura di gestione dei reclami

Gli agenti immobiliari devono adottare una procedura di gestione dei reclami e renderla disponibile a qualunque acquirente o venditore potenziale o reale. La procedura di gestione dei reclami deve essere scritta e deve spiegare come effettuare un reclamo all'organizzazione del professionista (cioè a un agente della società o all'agente incaricato di gestire i reclami) e cosa fare se il cliente ritiene che il reclamo non sia stato gestito adeguatamente.

Le clausole d'incarico devono essere chiare nello spiegare al cliente che è prevista una procedura di gestione dei reclami.

8.2.2 Ricevere il reclamo

Alcuni reclami all'inizio possono essere inoltrati verbalmente. Si deve indicare al reclamante la procedura di gestione dei reclami in base alla quale il reclamo ufficiale deve essere formulato per iscritto (via e-mail, lettera o fax). Si deve rispondere al reclamo per tempo, generalmente entro tre giorni lavorativi.

8.2.3 Esaminare il reclamo

Si deve cercare di risolvere internamente ogni reclamo per mezzo della procedura di gestione dei reclami. Si deve fornire un esito ufficiale scritto della presa in esame al reclamante entro quindici giorni lavorativi. Se il reclamante è ancora insoddisfatto gli si deve spiegare come può portare

avanti il reclamo nei confronti dell'organizzazione. Si deve assicurare che si occupi del reclamo personale dello staff non coinvolto nella trattativa su cui il reclamo si basa o, idealmente, che ci sia una persona incaricata solo della gestione dei reclami. In seguito a questa presa in esame si dovrebbe mandare al reclamante una dichiarazione ufficiale scritta che riassume le considerazioni finali e che includa le offerte effettuate. Questa dichiarazione deve anche informare il reclamante se l'oggetto del reclamo sia compatibile con lo schema di risarcimento ed eventuali scadenze a esso relative.

8.2.4 Tenere un registro dei reclami

I reclami, verbali o scritti devono essere registrati non appena si ricevono.

8.3 Gestire il denaro del cliente

Possono esserci casi in cui si richiama al professionista di trattenere il denaro del cliente. Questa sezione offre suggerimenti su come tutelarsi dal riciclaggio di denaro e come rendere conto del denaro del cliente.

8.3.1 Tutelarsi dal riciclaggio di denaro

Il riciclaggio di denaro è il modo in cui i criminali nascondono l'origine e il possesso del ricavato delle proprie attività criminali in modo che sembri provenire da fondi legittimi, quindi cambiando il ricavato da denaro "sporco" a denaro "pulito". È molto importante che si mettano in pratica delle procedure per prevenire e identificare il riciclaggio di denaro nella società del professionista. Si devono mettere in pratica dei controlli anti riciclaggio per evitare che l'attività del professionista sia usata da criminali per riciclare denaro o finanziare il terrorismo. Per ulteriori informazioni, si deve fare riferimento alla Linea Guida RICS "Proteggersi dal riciclaggio di denaro".

8.3.2 Conti dei clienti

Il denaro dei clienti deve essere tenuto separatamente da altro denaro e gli agenti devono essere in grado di rendere immediatamente conto per tutti i fondi che conservano. Nessun prelievo può essere fatto senza un permesso scritto del cliente. Ci si deve inoltre assicurare di ottenere il consenso del cliente al momento di eseguire un prelievo o di consegnare al cliente un preavviso sufficiente prima del prelievo così che possa opporsi a esso. Si deve essere in grado di rendere conto di qualsiasi somma di denaro che si detiene per conto del cliente.

Si deve avvisare per iscritto il cliente che non esiste l'obbligo di ripagare il denaro perso in caso di fallimento della banca. Il denaro può essere prelevato dal conto del cliente soltanto nei casi seguenti:

- a) se sia richiesto per un pagamento a, o da parte di, una persona con il diritto di richiedere tale pagamento
- b) per il pagamento di una remunerazione o rimborso delle spese per servizi d'agenzia immobiliare a cui l'agente ha diritto, con l'accordo del cliente. Tale accordo deve essere evidenziato per iscritto
- c) nell'esercizio di ogni credito cui l'agente ha diritto
- d) per il trasferimento al conto di un altro cliente
- e) quando del denaro non di proprietà del cliente è stato utilizzato per aprire o mantenere il conto.

Le spese bancarie non dovrebbero essere addebitate sul conto del cliente, ma dovrebbero essere addebitate al conto dell'ufficio.

Nel caso di un conto dedicato di proprietà del cliente è pratica comune addebitare le spese bancarie ed è consigliabile ottenere il permesso scritto del cliente in anticipo e fare in modo di assicurarsi che il conto non sia scoperto a seguito delle trattenute.

Il conto di un cliente dovrebbe sempre essere a credito. Non possono esserci dei prestiti dal fondo del cliente per pagare un altro cliente o coloro autorizzati a ricevere soldi dal conto del primo.

Se si ricevono soldi del cliente nel corso di un incarico immobiliare, si devono avere conti e registri sufficienti per mostrare che si è trasferito quel denaro verso un conto ufficiale del cliente e mostrare e spiegare prontamente in qualsiasi momento tutti i movimenti effettuati con quel denaro. Si devono tenere conti e registri appropriati.

8.4 Recupero crediti

La trattenuta diretta di spese dal conto di un cliente o dai ricavati di una vendita da parte di un avvocato è il modo più facile di evitare problemi riguardanti un pagamento. Questo non deve comunque essere fatto senza il permesso del cliente.

Se non si riceve il pagamento di una fattura emessa al cliente entro il periodo specificato nelle clausole d'incarico e sulla fattura, il primo passo da fare è quello di scrivere al cliente per rammentarglielo e concedergli un ulteriore periodo di tempo ragionevole per pagare. Se si intende addebitare un interesse se ne deve fare menzione nella lettera.

Se tuttavia non si riceve il pagamento, questo processo deve essere seguito da una telefonata per assicurarsi che il cliente abbia ricevuto la fattura e per concordare una data di pagamento. Se, ciononostante, non si ottiene il pagamento, si può prendere in considerazione di rivolgersi a un legale. In alternativa, si possono prendere in considerazione le seguenti opzioni:

- negoziazione – questo può includere di concordare un pagamento a rate se il cliente si trova in difficoltà economiche
- mediazione
- conciliazione
- arbitrato

Qualunque sia il metodo scelto per recuperare i crediti, si deve continuare a sollecitare il pagamento con ripetute telefonate e mantenendosi in contatto con il cliente. Se si è al corrente di eventuali difficoltà economiche, si deve ricorrere al consiglio del consulente legale.

8.5 Assicurazione

Ci si deve assicurare di avere in regola tutte le assicurazioni necessarie all'attività. Le assicurazioni necessarie dipendono dalla nazione in cui si opera. Alcune assicurazioni sono obbligatorie in certe nazioni. Si devono controllare i requisiti di legge specifici.

8.5.1 Indennità professionale / assicurazione su errori e omissioni

Se si è un agente in proprio o il senior manager di un'azienda che offre servizi di agenzia immobiliare ci si deve assicurare che tutto il lavoro professionale e quello del personale dell'agenzia sia coperto da un'adeguata assicurazione sull'indennità professionale. L'assicurazione proteggerà dalle conseguenze dell'obbligo di ripagare i danni a una terza parte in merito al mancato rispetto degli obblighi professionali commesso nel corso di un'attività professionale. Proteggerà anche i clienti dal subire perdite economiche che il professionista o la sua società non siano in grado di affrontare.

8.6 Formazione e aggiornamento

Si deve avere la necessaria competenza nella propria sfera di attività e nel mercato immobiliare e ci si deve mantenere aggiornati sulle questioni che possono avere un impatto sulla professione. Queste possono comprendere:

- legislazioni
- normative
- polizze
- mercato immobiliare
- condizioni economiche generali
- valore delle proprietà
- tassi di interesse e di prestito laddove applicabile

Qualora si gestiscano altri agenti, ci si deve assicurare che sia fornito loro un supporto di modo da permettere anche a loro di mantenersi aggiornati e di frequentare corsi di formazione. Si deve anche organizzare un tutoraggio per i nuovi assunti e assicurarsi che siano descritti loro i principi internazionali e locali applicabili al mercato locale.
