

## L'INDAGINE TECNOBORSA 2011:

### LE FAMIGLIE ITALIANE

### E IL MERCATO IMMOBILIARE

### NELLE SEI GRANDI CITTA'

## INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

a cura di Alice Ciani

Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** - CSEI

**In uno scenario profondamente mutato, come si collocano attualmente i professionisti del settore immobiliare cui si chiede di offrire servizi non solo di intermediazione ma anche di consulenza immobiliare globale**

### 1. Introduzione

Il Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** analizza per la prima volta le scelte, le motivazioni e gli atteggiamenti delle famiglie residenti nei sei grandi comuni italiani con oltre 500.000 abitanti (Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo).

In un periodo di crisi come quello attuale, l'analisi economica e finanziaria di un investimento immobiliare, che coinvolge per molti i risparmi di una vita, rappresenta il momento più importante per comprendere la validità e la correttezza delle scelte che stanno per essere intraprese o che sono già state assunte. Per questo motivo il mercato richiede professionisti del settore sempre più seri e capaci di offrire servizi non solo di intermediazione ma anche di consulenza immobiliare globale. L'interdisciplinarietà è la parola chiave nel processo di sviluppo immobiliare e l'operatore deve essere in grado di confrontarsi con professionalità e soggetti differenti, siano essi architetti o ingegneri, banche, pubblica amministrazione, *advisor*. Anche se l'agenzia immobiliare rimane il canale preferito per la ricerca di un immobile, oggi giorno ci sono altri canali come il passaparola, gli annunci, i cartelli e, soprattutto, le banche dati immobiliari on-line. Infatti, il mercato immobiliare su Internet in Italia nell'ultimo anno è cresciuto del 39% e una buona fetta di persone cerca casa anche sui *social network* come Facebook<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Indagine Immobiliare.it.

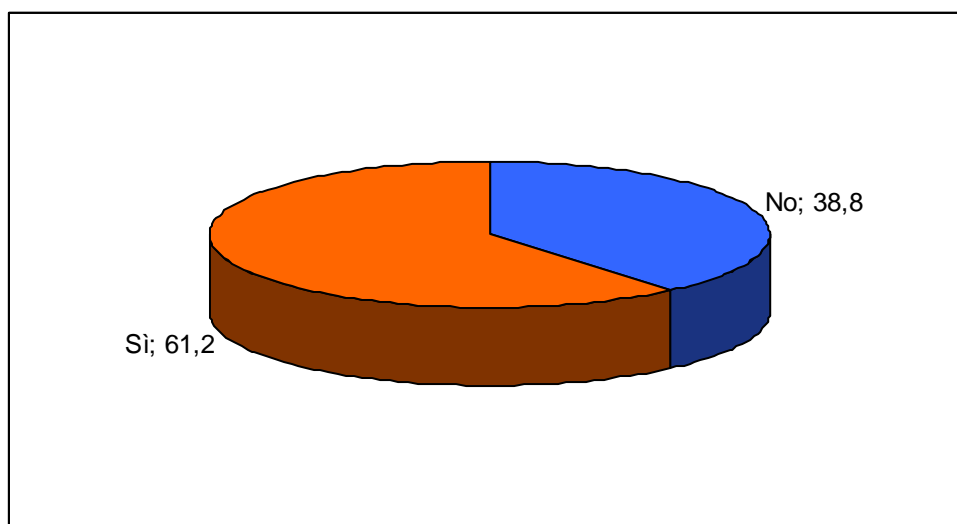
## 2. L'intermediazione

### 2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate è emerso che, nel biennio 2009-2010, circa il 61,2% delle famiglie che hanno acquistato un immobile hanno fatto ricorso a un canale di intermediazione formale, ovvero un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti (*graf. 1*).

#### GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI INTERMEDIAZIONE FORMALI  
(acquisti effettuati, val.%)



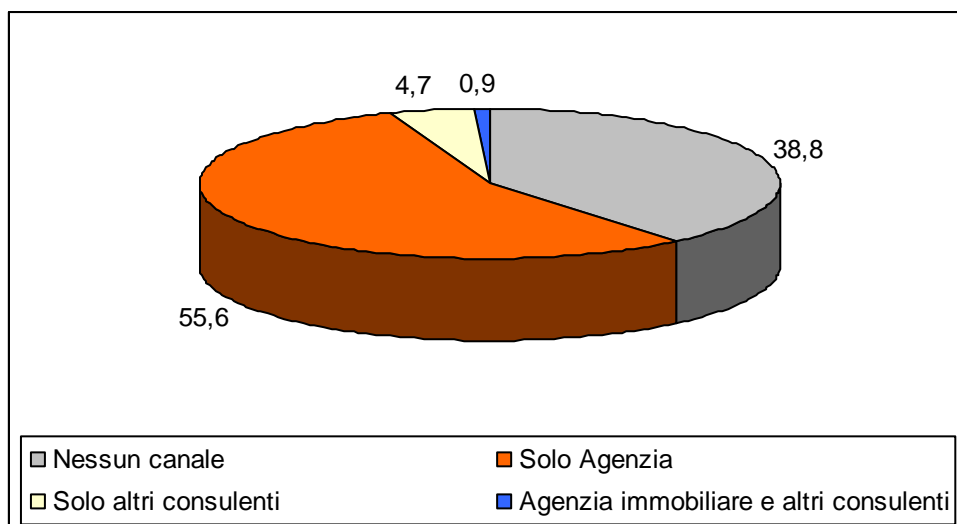
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che si sono serviti di una qualsiasi forma di intermediazione per acquistare un'abitazione prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia ha più di 55 anni, con un titolo di studio medio o medio-basso; il maggiore ricorso lo si riscontra, proporzionalmente, nelle città di Torino e Genova.

Andando ad analizzare i canali di vendita prescelti è emerso che il 55,6% di chi ha acquistato un immobile si è rivolto esclusivamente a un'agenzia immobiliare, il 4,7% è ricorso solo ad altri consulenti, lo 0,9% si è rivolto sia ad un'agenzia immobiliare che ad altri consulenti, mentre il 38,8% ha scelto la formula del fai da te (*graf.2*).

## GRAFICO 2

### TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO (acquisti effettuati, val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

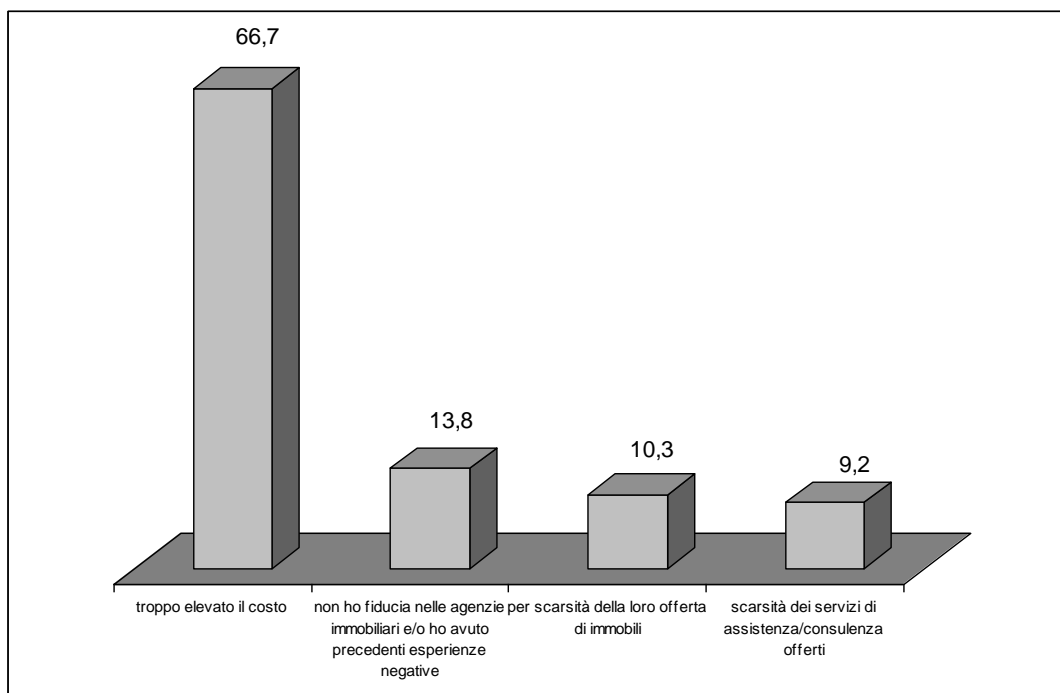
L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da persone più anziane (con più di 65 anni) con una prevalenza spiccata tra i cittadini di Genova e Torino, mentre sono ricorsi all'aiuto di altri consulenti<sup>2</sup> i nuclei familiari più giovani; invece, rispetto alla professione e al titolo di studio, il fenomeno è abbastanza trasversale.

Tra i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile è certamente il fattore prezzo a essere determinante; troviamo infatti, in ordine decrescente: il costo troppo elevato (66,7%); una scarsa fiducia verso le agenzie (13,8%); la scarsità di offerte immobiliari (10,3%); infine, la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (9,2%). L'alta percentuale di coloro che hanno indicato nel costo troppo elevato la causa di non ricorso alle agenzie denota che le famiglie in un periodo di crisi come quello attuale rivolgono una particolare attenzione alle spese e preferiscono risparmiare sui costi di agenzia (*graf.3*).

<sup>2</sup> La figura del consulente è controversa in quanto, sovente, nasconde l'esercizio abusivo di attività di intermediazione riservata agli iscritti nello specifico Registro previsto per legge.

### GRAFICO 3

#### MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI (acquisti effettuati; val. %)



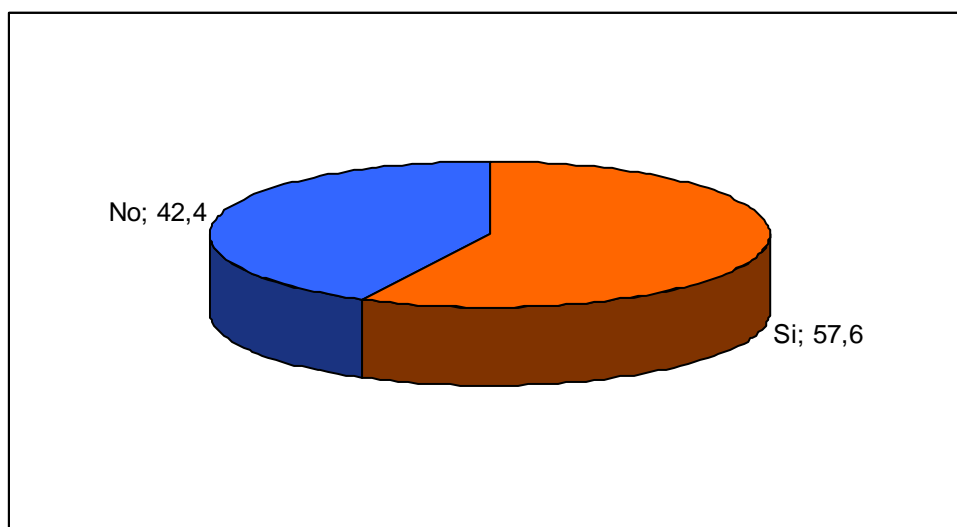
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2009-2010 è stato chiesto anche tramite quali canali informativi sono venuti a conoscenza dell'immobile ed è risultato che per ben il 34,3% ciò è avvenuto attraverso il passa parola con gli amici e conoscenti o i portieri e i custodi degli immobili, che da sempre rappresentano un punto di riferimento del mercato informale; per il 32,9% tramite un'agenzia immobiliare; per il 12,9% attraverso Internet; per il 12,7% dalla lettura di cartelli vendesi; per il 4,1% tramite la consultazione di riviste specializzate; infine, per il 3% attraverso i quotidiani. La differenza tra il 56,5% che ha dichiarato di essere ricorso all'agenzia immobiliare per acquistare l'immobile e il 32,9% che ne è venuto a conoscenza attraverso questa figura professionale potrebbe essere dovuta anche alla circostanza che molte persone vengono a conoscenza dell'immobile attraverso canali informali ma, dal momento che la vendita dell'immobile trovato era stata affidata a un'agenzia immobiliare dal proprietario, hanno usufruito di questo canale per concludere l'acquisto.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta è emerso che il 57,6% delle famiglie residenti nei sei grandi Comuni italiani che hanno ceduto un'abitazione si sono avvalsi del servizio di un canale di vendita (*graf. 4*).

#### GRAFICO 4

UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA  
(vendite effettuate, val.%)



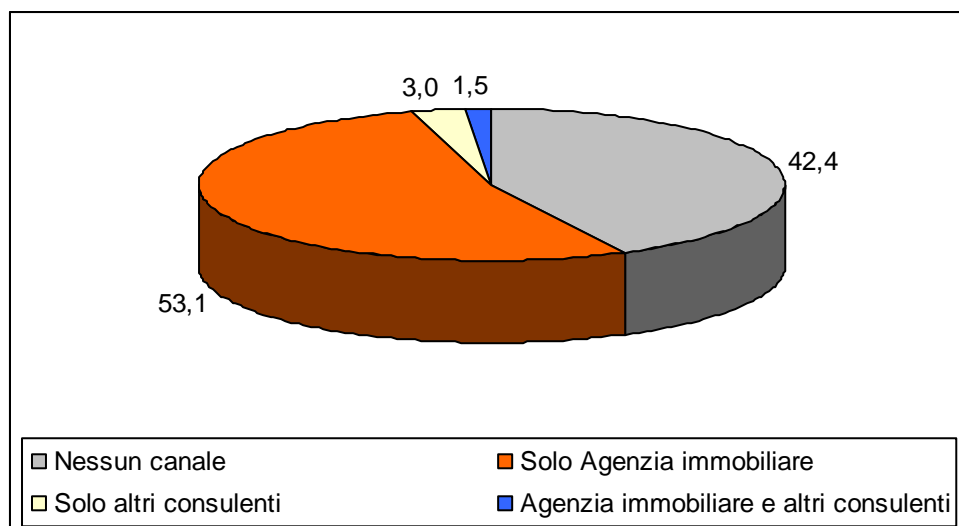
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un canale per vendere un immobile nel biennio 2009-2010, prevalgono le famiglie con figli grandi con una maggiore propensione tra i residenti di Roma, Palermo o Torino il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 45 e i 65 anni.

Dall'analisi del grado di preferenza nei confronti delle diverse figure di intermediazione è emerso che il 53,1% delle famiglie che hanno venduto, hanno utilizzato solo l'agenzia immobiliare, il 3% è ricorso solo ad altri consulenti e l'1,5% si è rivolto sia ad un'agenzia immobiliare che a un altro consulente (*graf.5*).

## GRAFICO 5

### TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO (vendite effettuate, val.%)



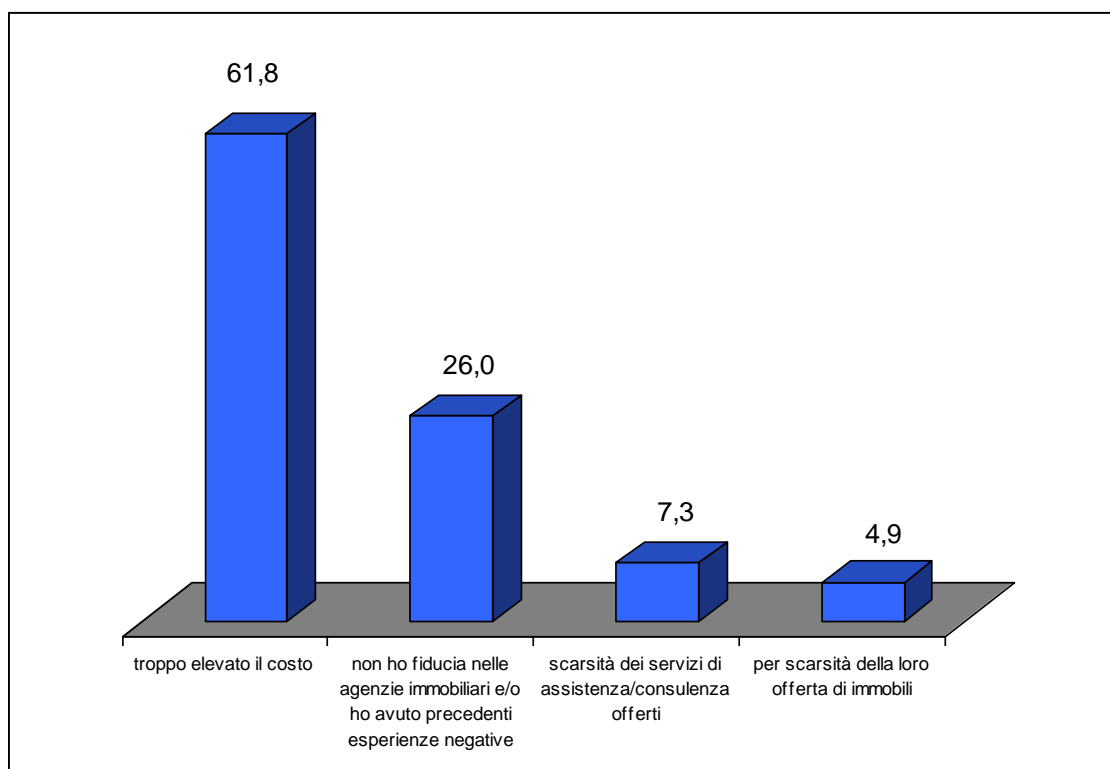
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

L'agenzia immobiliare è preferita in particolar modo da persone tra i 45 e i 54 anni con un buon livello di istruzione che vivono a Palermo; viceversa scelgono altri consulenti le famiglie più anziane, con un basso titolo di studio.

Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, al primo posto si trova il costo troppo elevato (61,8%), ed è la spiegazione più indicata anche da parte di chi ha acquistato un bene senza l'aiuto di questa figura professionale; al secondo posto c'è la mancanza di fiducia verso questa forma di intermediazione (26%); al terzo viene segnalata la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (7,3%); infine c'è la carenza delle offerte immobiliari (4,9%). Quindi, da queste indicazioni emerge che le agenzie dovrebbero migliorare la loro comunicazione e aumentare i servizi offerti per giustificare un costo ritenuto comunque elevato dal cliente (*graf.6*).

## GRAFICO 6

### MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI (vendite effettuate, val. %)



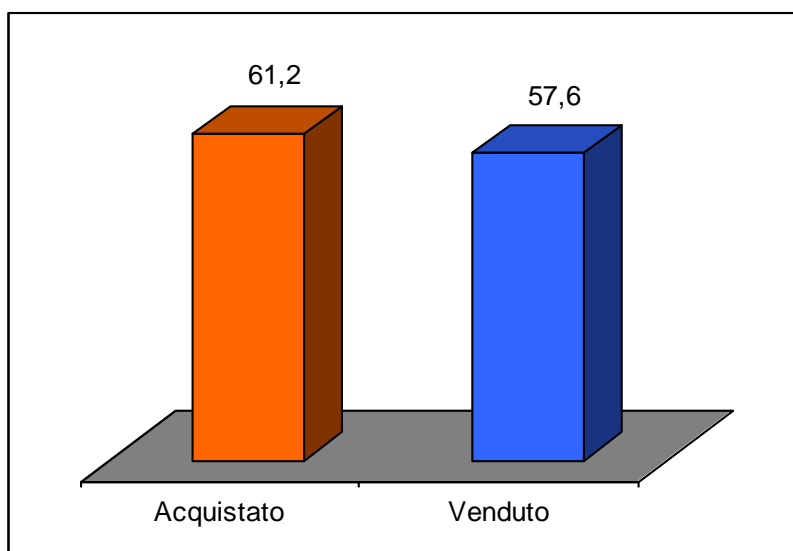
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Inoltre, a chi non si è rivolto a nessun professionista per vendere l'immobile è stato chiesto quali canali informativi sono stati utilizzati per promuovere il bene oggetto della transazione ed è emerso che il 72,2% è ricorso al passaparola, il 34,8% a Internet, il 17,4% ha utilizzato i cartelli "vendesì" e il 12,2% ha messo annunci su riviste specializzate e/o quotidiani.

Mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che il ricorso all'aiuto di un intermediari è più alto da parte di chi ha acquistato rispetto a chi ha venduto nel periodo analizzato (3,6 punti percentuali) (graf. 7).

## GRAFICO 7

### UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA (compravendite effettuate, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

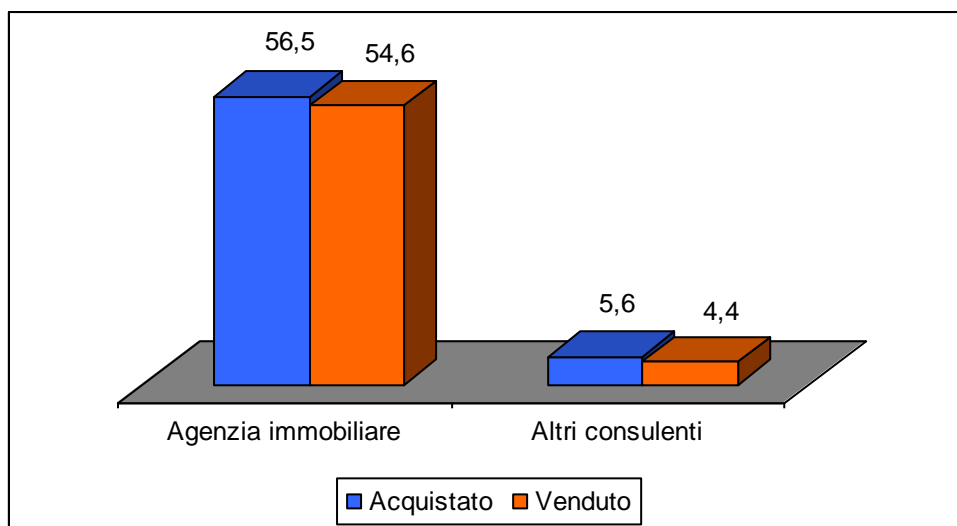
Da un *focus* sul ricorso ai canali di intermediazione da parte di chi, nel biennio 2009-2010, ha effettuato una doppia transazione – acquistare e vendere – è emerso che il 54,6% degli intervistati ha utilizzato un intermediario in entrambi i casi; il 23,8% vi ha fatto ricorso solo per acquistare, il 7,7% solo per vendere e il 13,8% in nessuno dei due casi.

Dall'analisi del ricorso ai singoli canali di intermediazione emerge che l'agenzia immobiliare è preferita sia da parte di chi ha acquistato che di chi ha venduto (*graf.8*).



## GRAFICO 8

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO  
(compravendite effettuate, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

### 3. La valutazione

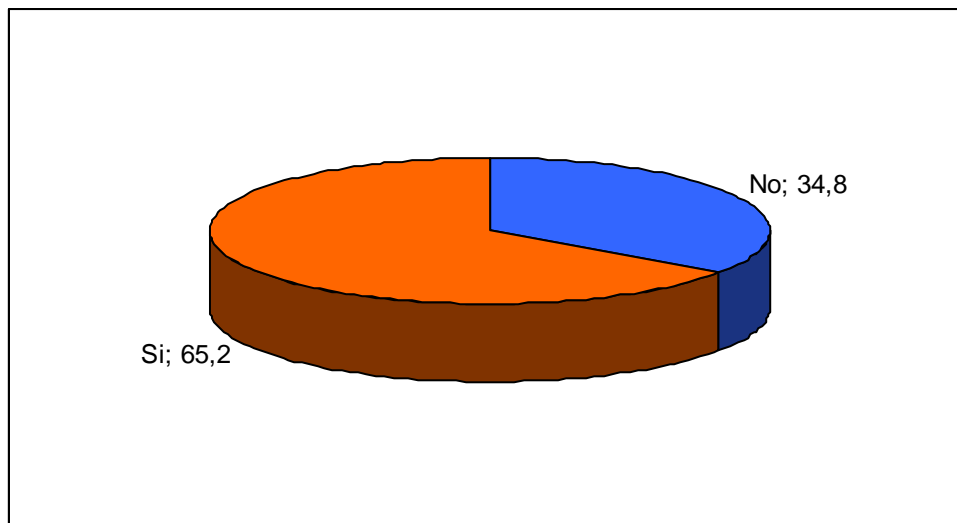
#### 3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'indagine **Tecnoborsa** 2011 sulle sei grandi città è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 65,2% di coloro che hanno acquistato (*graf. 9*), una cifra molto elevata e congrua con la rilevanza economica dell'acquisto che viene effettuato.

### GRAFICO 9

#### IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



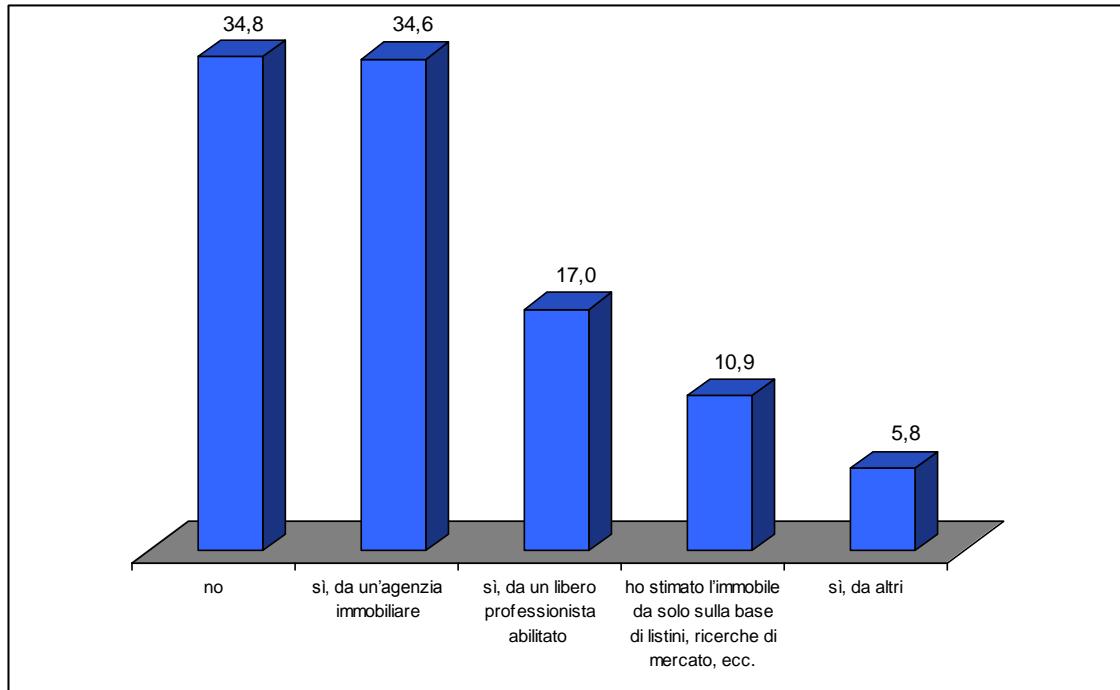
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene servendosi di un valutatore prevalgono gli intervistati il cui capofamiglia o è molto giovane o ha più di 65 anni; alta la percentuale di ricorso a questa figura professionale in particolare tra i residenti di Torino e Palermo. Andando ad analizzare nello specifico da chi è stato valutato il bene acquistato si evidenzia che il 34,6% è ricorso all'agenzia immobiliare, il 17% a un libero professionista, il 10,9% ha stimato l'immobile da solo sulla base di listini e/o ricerche di mercato; infine, il 5,8% ha utilizzato altre tipologie non specificate (graf. 10).

## GRAFICO 10

### CANALI PER LA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

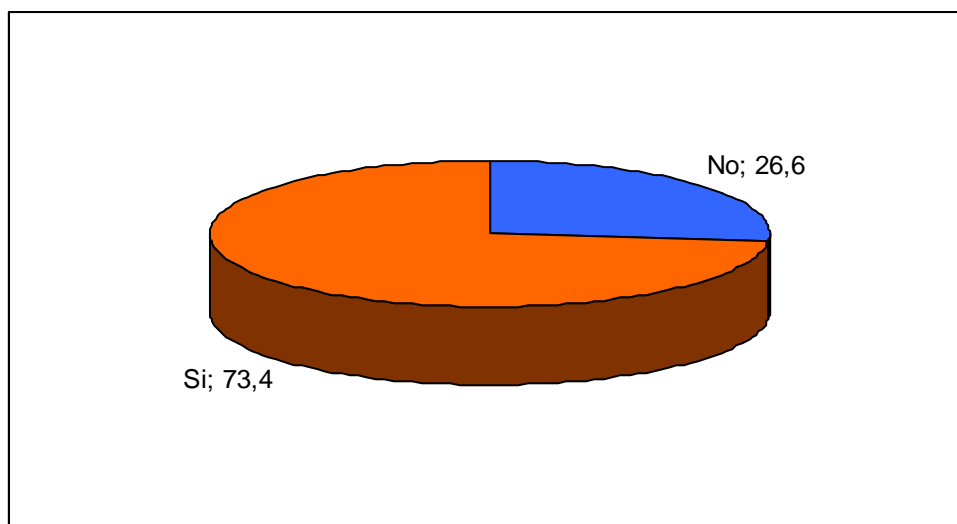
Geograficamente l'agenzia immobiliare è preferita da coloro che risiedono nei Comuni di Palermo e Torino, mentre Palermo è superiore al valore medio nazionale per il ricorso ai liberi professionisti e Napoli e Roma per il fai da te.

Dall'analisi dell'offerta è emerso che il 73,4% ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo nel mercato (*graf. 11*) e le città in cui è più alto il ricorso alle valutazione sono Roma e Genova.

### GRAFICO 11

#### IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)

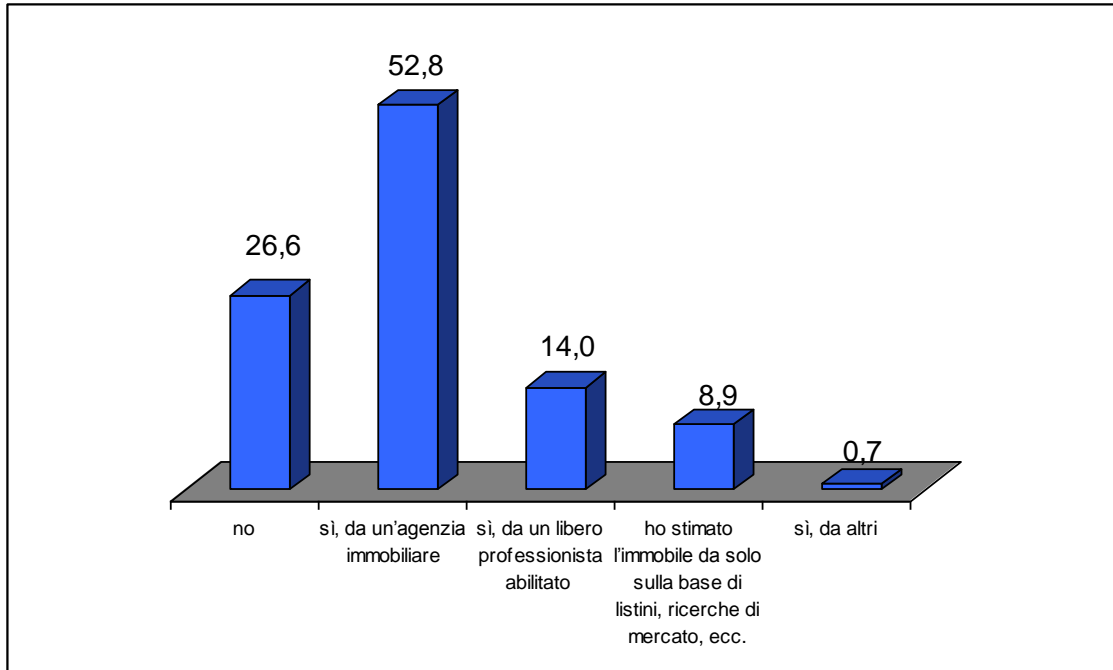


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

La figura professionale preferita per ottenere una valutazione commerciale dell'immobile da parte di chi ha venduto è l'agenzia immobiliare (52,8%), seguita dai liberi professionisti abilitati (14%); l'8,9% ha stimato approssimativamente l'immobile da solo, mentre solo lo 0,7% si è rivolto ad altre figure non meglio specificate (*graf. 12*).

## GRAFICO 12

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE  
(vendite effettuate, val. %)



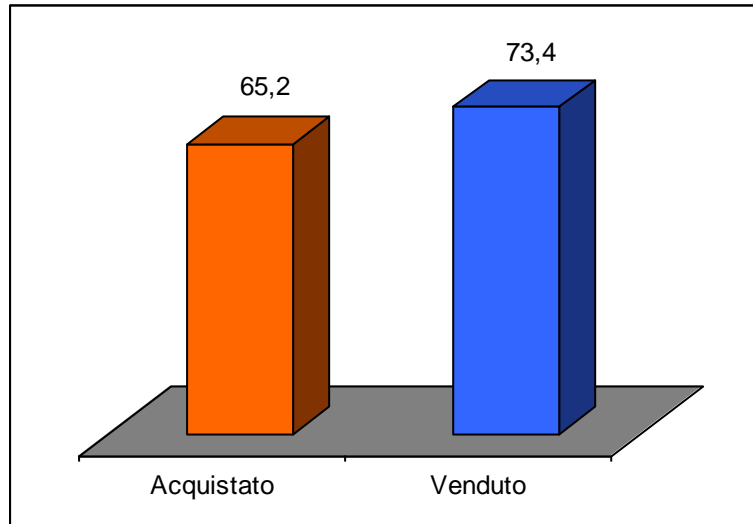
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Dall'analisi territoriale è emerso che il fai da te viene preferito dalle famiglie residenti a Torino e Genova; alto è il ricorso all'agenzia immobiliare a Palermo e Genova; mentre a Roma e Torino è elevato l'utilizzo del libero professionista.

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare tra domanda e offerta emerge che vi ricorre più chi vende rispetto a chi acquista, situazione opposta a quella rilevata per l'intermediazione (*graf. 13*). Questo dipende dal fatto che una famiglia prima di immettere un bene sul mercato vuole accertarsi del corretto valore commerciale del bene.

### GRAFICO 13

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE  
(compravendite effettuate, val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Andando a vedere il ricorso alla valutazione da parte di chi nel biennio 2009-2010 ha venduto per poi riacquistare, si è evidenziato che il 66,2% ha fatto valutare entrambi i beni, il 13,8% solo quello acquistato, il 5,4% solo quello venduto e il 14,6% nessuno dei due.

#### 4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2011 è emerso che più della metà di coloro che hanno acquistato e/o venduto un bene nel biennio 2009-2010 si sono rivolti a un canale di intermediazione, anche se vi ha fatto maggiormente ricorso chi ha comprato. Inoltre, esaminando i diversi canali a cui si sono rivolte le famiglie per farsi supportare nella ricerca del bene e/o dell'acquirente, è emerso che la quota di mercato è fortemente sbilanciata verso l'agenzia immobiliare rispetto agli altri canali. Infatti, sia per quanto concerne la domanda che per quanto riguarda l'offerta ci sono circa 50 punti percentuali di differenza. Quindi, si può affermare che il canale di intermediazione preferito dalle famiglie che risiedono nei sei maggiori Comuni italiani è, senza dubbio, l'agenzia immobiliare. Andando a studiare i motivi che sono a monte della decisione di non utilizzare l'agenzia immobiliare nelle transazioni immobiliari si è evidenziato che

sia da parte degli acquirenti che dei venditori la spiegazione maggiormente indicata risiede nel costo troppo elevato, seguita con un notevole divario dalla mancanza di fiducia verso questo tipo di operatore del mercato dovuta a precedenti esperienze negative.

Anche il ricorso a un valutatore esperto da parte delle famiglie che hanno affrontato l'acquisto e/o la vendita di un immobile nel biennio 2009-2010 è risultato essere molto alto, benché vi è ricorso di più chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato. Inoltre, sia per la domanda che per l'offerta la quota delle famiglie che hanno fatto valutare il bene oggetto della transazione è maggiore di quelle che hanno usufruito dell'aiuto di un intermediario, quindi molti intervistati hanno dichiarato di aver fatto stimare il bene da una figura professionale prima di comprarlo o venderlo, ma poi non hanno usufruito di nessun operatore del settore per effettuare la transazione.

Per quanto riguarda la tipologia di figura professionale utilizzata per far valutare il bene, si è visto che anche in questo caso, come per l'intermediazione, la quota di mercato più grande è detenuta dalle agenzie immobiliari, anche se vi è ricorso molto più chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato (18,2 punti percentuali di differenza).

Concludendo, dai risultati emersi dall'Indagine si può affermare che è abbastanza rilevante la quota di famiglie che utilizzano figure professionali specializzate per farsi aiutare a valutare e/o vendere gli immobili, anche se c'è una quota non trascurabile di intervistati che è venuto a conoscenza del bene acquistato o che ha promosso il bene venduto attraverso la vecchia formula del passaparola e/o nuove opportunità offerte da Internet.

Infine, per quanto riguarda la valutazione non è trascurabile la percentuale di chi ha dichiarato di aver deciso di stimare approssimativamente da solo il bene da acquistare e/o da vendere ricorrendo al supporto di listini, indagini di mercato, ecc. in funzione del "fai da te".

#### **Nota metodologica**

Campione proporzionale stratificato per grandi Comuni di residenza delle famiglie (Comuni con oltre 500.000 abitanti): Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo.

Domini di studio del campione nello strato:

- Comuni: n. 6 classi (Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo);

- Tipologia di famiglia n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli).

Numerosità campionaria complessiva 1.780 casi (1.780 interviste a buon fine), 1.981 cadute (52,7%).

Intervallo di confidenza 95% (Errore  $\pm 2,4\%$ ).

Fonte delle anagrafiche: elenco degli abbonati al servizio telefonico nazionale.

Metodo di contatto: interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).