

L'INDAGINE TECNOBORSA 2013: 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

I canali prescelti dalle famiglie nelle transazioni immobiliari effettuate e previste e l'utilizzo di uno specialista per far valutare un immobile oggetto di compravendita

1. Introduzione

In un periodo di crisi come quello attuale in cui il mercato immobiliare non evidenzia ancora segni di ripresa - sia per quanto riguarda i valori che per i volumi delle transazioni - l'attività degli operatori professionali assume connotati di maggiore complessità. Infatti, in un simile scenario l'attività di un agente immobiliare non si può limitare alla mediazione tra domanda e offerta, che oggi avviene anche *on-line*, ma deve soddisfare un complesso insieme di adempimenti d'impresa imposti dalla legge e richiesti dal mercato. Inoltre, l'accentuarsi della competizione è sempre più forte a causa della diminuzione delle transazioni e della concorrenza degli altri canali di vendita; pertanto, l'agente immobiliare deve sempre più specializzarsi in chiave professionale per essere in grado di offrire ai propri clienti una pluralità di servizi di alta qualità in tutti gli ambiti che riguardano la vendita, l'acquisto o la locazione di un immobile, al fine di coprire per quanto possibile tutta la filiera in modo di fornire alla clientela la tranquillità di portare a termine una transazione immobiliare in modo sicuro e trasparente.

Infatti, l'agente immobiliare professionalizzato già fornisce consulenze di tipo tecnico e legale su mutui, assicurazioni, *leasing* o servizi come indagini ipotecarie, relazioni sullo stato degli impianti tecnici dell'immobile (certificazione energetica), etc, poiché l'istanza di aumentare e migliorare la varietà dei servizi offerti viene sia dagli acquirenti che dai venditori.

Alla luce di ciò, anche la valutazione immobiliare - da tempo monitorata da **Tecnoborsa** - riveste una notevole rilevanza poiché concorre in maniera determinante a stabilire il valore di mercato di un immobile e, in una mediazione immobiliare, il valutatore è la figura che garantisce entrambe le parti in modo tale che i contraenti

vendano e/o comprino a un prezzo considerato ragionevole sul mercato, facendo sì che l'acquirente non paghi un prezzo più alto di quello richiesto dal mercato e il venditore sia motivato a vendere l'immobile al miglior prezzo ottenibile.

Pertanto, i clienti richiedono sempre più che a stabilire il valore di mercato degli immobili debba essere una figura specializzata, qualificata e certificata, in grado di applicare *standard* valutativi internazionali e nazionali e per questo motivo molti agenti immobiliari incrementano le proprie competenze attraverso appositi e periodici percorsi formativi.

2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

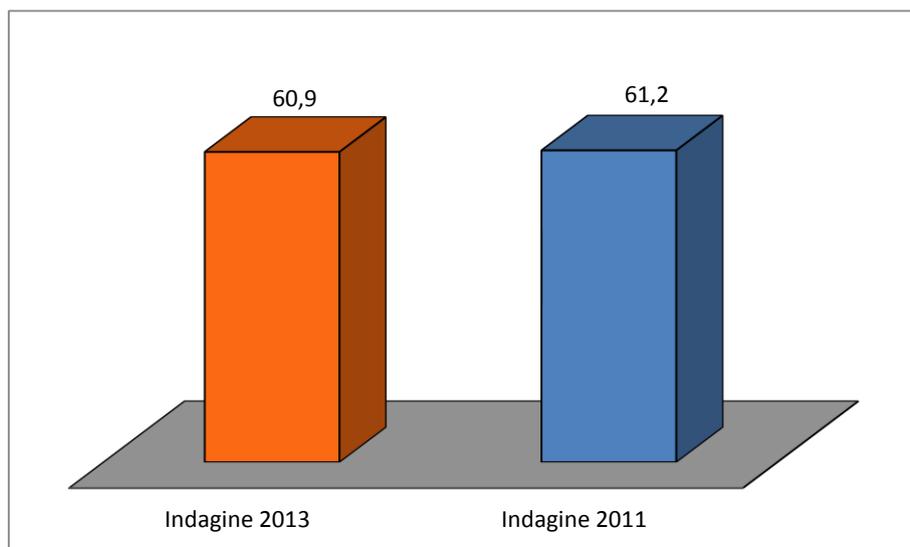
Il 60,9% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile, nel biennio 2011-2012, sono ricorse all'aiuto di un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti per effettuare la transazione.

Rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente effettuata da **Tecnoborsa** si è riscontrato che non c'è stata nessuna variazione sostanziale nell'utilizzo delle figure di intermediazione professionale (*graf. 1*).

GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI INTERMEDIAZIONE

(acquisti effettuati, val.%)



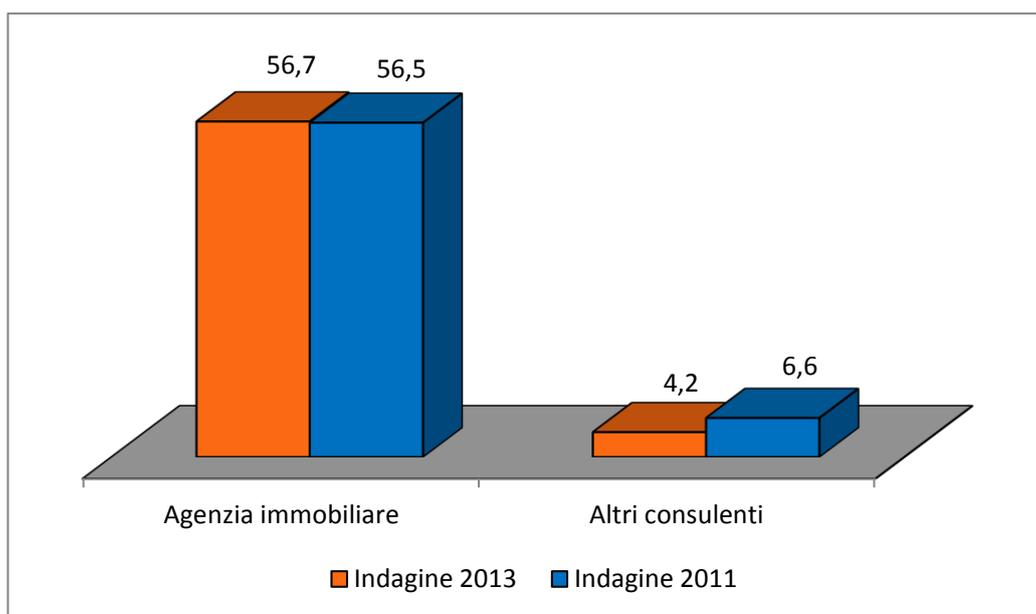
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra coloro che si sono serviti di una qualsiasi forma di intermediazione per acquistare un'abitazione, prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia ha fra i 35 e i 45 anni, con un titolo di studio medio-basso e che vivono a Roma, Milano e Genova.

Come sempre, l'agenzia immobiliare rimane il canale più utilizzato (56,7% di chi ha acquistato), seguita con un notevole distacco dal ricorso al supporto di altri consulenti (4,2%). Per quanto riguarda il confronto con l'Indagine 2011 non si riscontrano variazioni rilevanti (*graf.2*).

GRAFICO 2

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



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

L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da coppie giovani e la città in cui si è rilevata la quota più alta di utilizzo è stata Genova; rispetto alla professione e al titolo di studio il fenomeno è abbastanza trasversale.

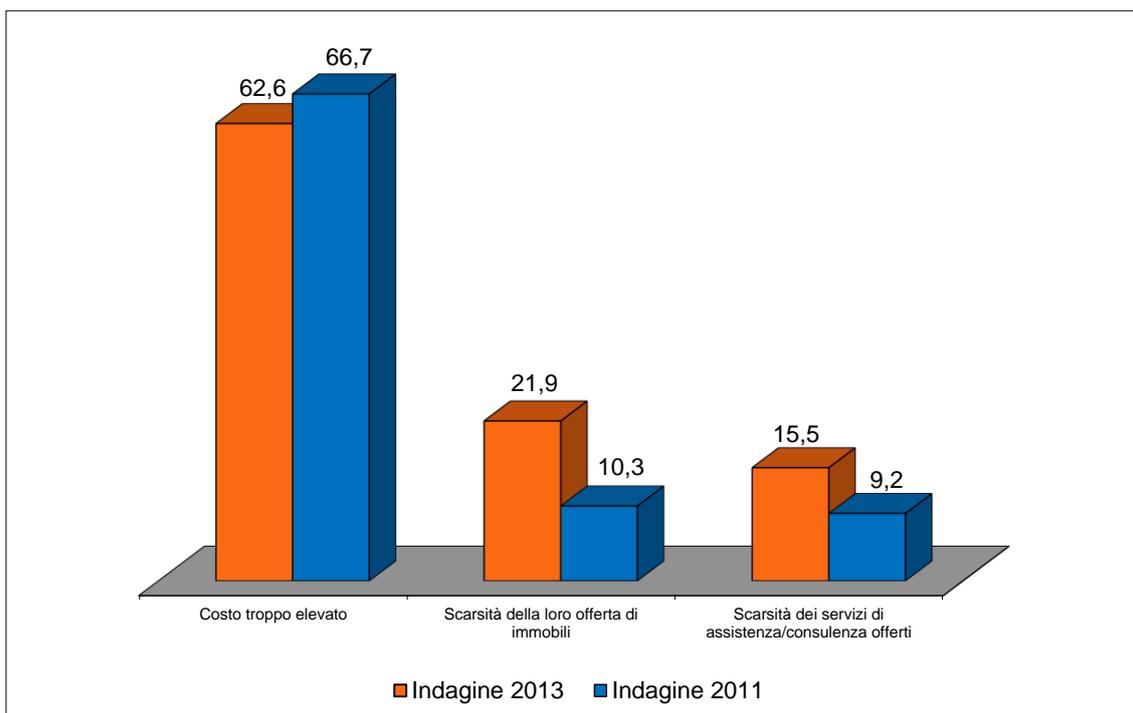
Tra i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile si trovano, in ordine decrescente: il costo troppo elevato (62,6%); la scarsità di offerte immobiliari (21,9%) e la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (15,5%).

Rispetto all'Indagine 2011 si evidenzia un lieve calo della quota di coloro che hanno indicato come causa di non ricorso alle agenzie il costo troppo elevato; viceversa, è salita la percentuale di chi ha dichiarato come causa del non ricorso l'offerta di immobili piuttosto limitata e la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti dalle agenzie (graf. 3).

GRAFICO 3

MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI

(acquisti effettuati; val. %)



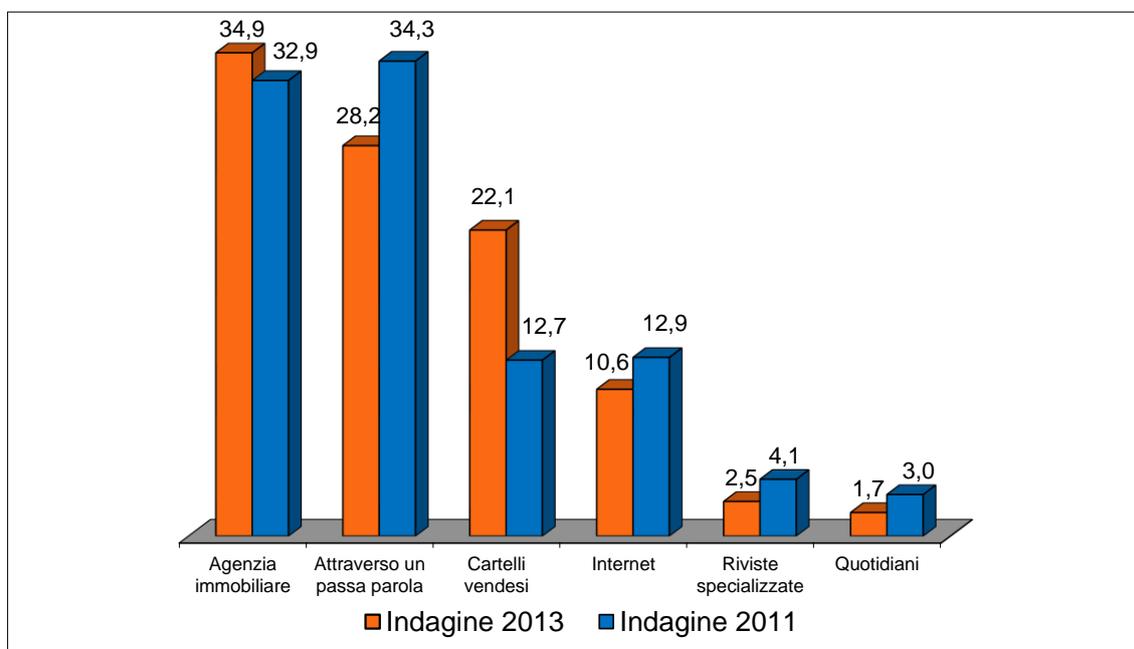
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che per il 34,9% c'è stato l'intervento delle agenzie immobiliari; per il 28,2% il passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; per il 22,1% hanno funzionato i cartelli vendesi; per il 10,6% Internet; per il 2,5% è valsa la consultazione di riviste specializzate e solo per l'1,7% l'individuazione del bene è avvenuta tramite la lettura di quotidiani (graf. 4).

GRAFICO 4

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA DEL BENE ACQUISTATO

(val. %)



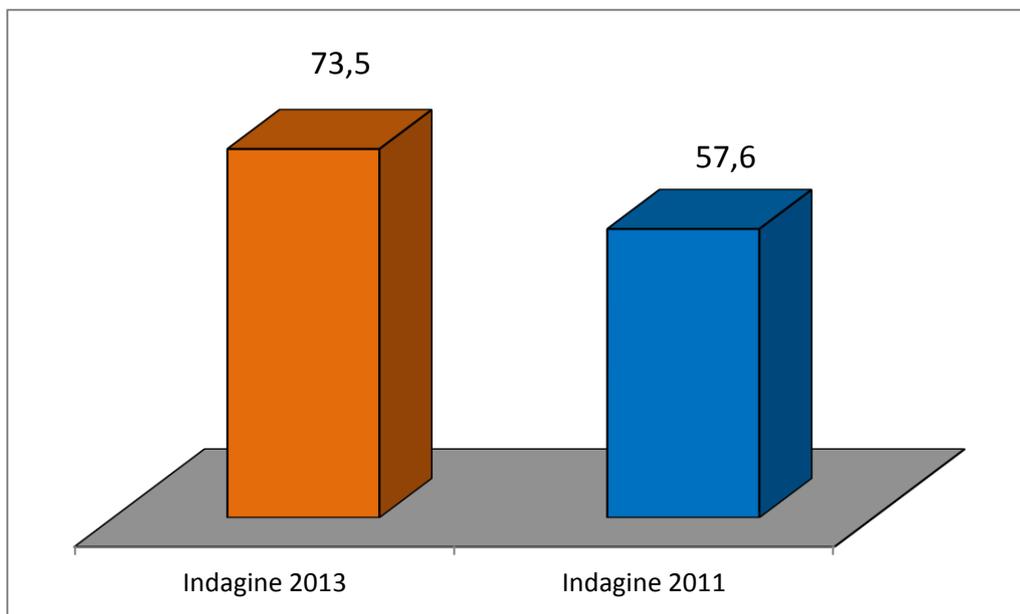
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* solo su coloro che hanno acquistato l'abitazione con il supporto di un'agenzia immobiliare è emerso che circa il 39,1% è venuto a conoscenza del bene attraverso altri canali ma poi di è stato costretto a 'passare' per un'agenzia perché la vendita dell'immobile era stata affidata a questa, e ciò spiega il divario che c'è tra chi ha acquistato un immobile con l'intermediazione di un agente e chi ne è venuto a conoscenza attraverso questo canale.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si nota che il 73,5% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito del servizio di un canale di vendita; tale valore è più alto di quello rilevato nel 2011 di 15,9 punti percentuali, a dimostrazione di come la pluralità di canali di vendita oggi abbia ormai sostanzialmente sostituito il più tradizionale 'fai da te' (*graf. 5*).

GRAFICO 5

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



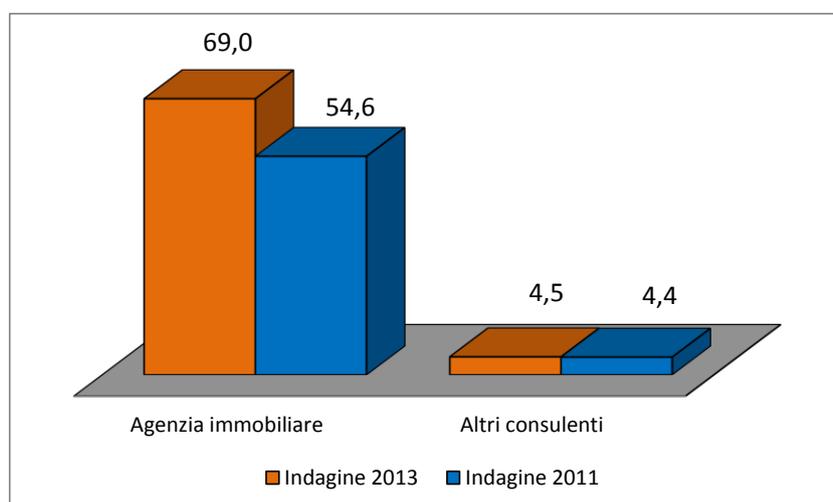
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Il profilo demografico di chi ha utilizzato un qualsiasi canale per vendere un immobile denota che il fenomeno è abbastanza trasversale.

C'è da notare che il grado di preferenza nei confronti delle diverse figure di intermediari da parte delle famiglie che hanno venduto è cambiato rispetto agli anni passati; infatti, il canale preferito rimane l'agenzia immobiliare (69%), e la quota di famiglie che l'hanno scelta è cresciuta di 14,4 punti percentuali rispetto al 2011. Le altre figure professionali sono state utilizzate solo dal 4,5% di coloro che hanno ceduto un immobile e, in questo caso, la quota di coloro che vi hanno fatto ricorso è rimasta stabile rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente (*graf.6*).

GRAFICO 6

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



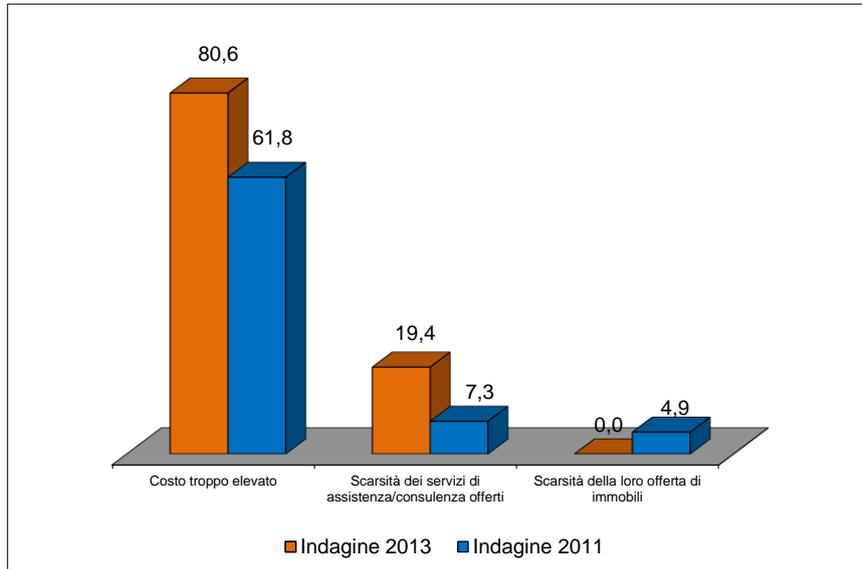
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

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 (80,6%), così come è avvenuto per chi ha acquistato; a seguire, ma con un fortissimo divario, vi sono coloro che hanno motivato la scelta affermando che la causa del non ricorso è stata la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (19,4%), mentre nessuno ha indicato la scarsità delle offerte immobiliari.

Dal confronto con l'Indagine 2011 è emerso che, rispetto ai motivi di non ricorso alle agenzie immobiliari, sono cresciute le percentuali di coloro che hanno dichiarato di non essere ricorsi all'agenzia per vendere perché hanno ritenuto che i costi fossero troppo elevati (+18,8 punti), o che la rosa dei servizi offerti fosse scarsa (+12,1 punti) (graf. 7).

GRAFICO 7

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

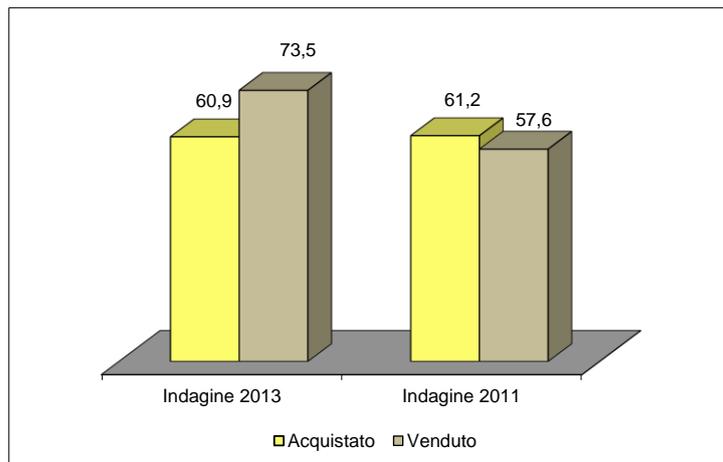


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che il ricorso all'aiuto di un intermediario è risultato essere, al contrario di quanto rilevato nella precedente Indagine, più basso tra chi ha acquistato rispetto a chi ha venduto con una differenza di quasi 13 punti percentuali (*graf.8*).

GRAFICO 8

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

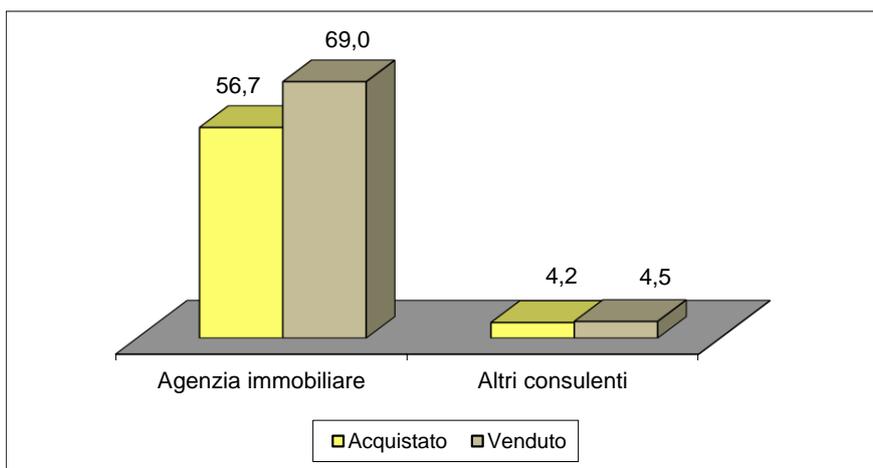


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Analizzando i singoli canali di intermediazione emerge che l'agenzia immobiliare viene preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se vi ricorre maggiormente chi ha ceduto un immobile con una differenza di circa 12 punti percentuali *raf.9*).

GRAFICO 9

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



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

3. La valutazione

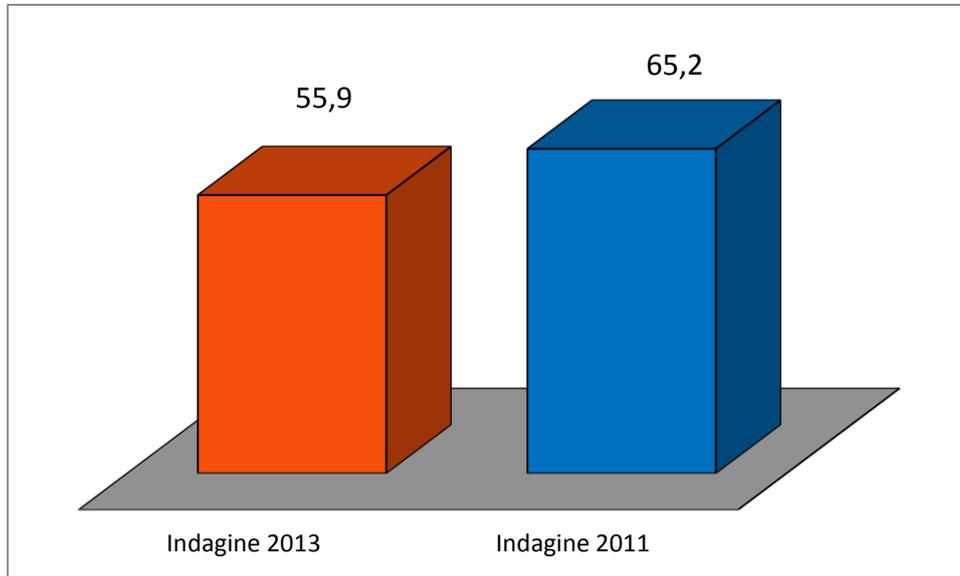
3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'Indagine 2013 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 55,9% di coloro che hanno acquistato, valore inferiore di 9,3 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2011 (*graf. 10*).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



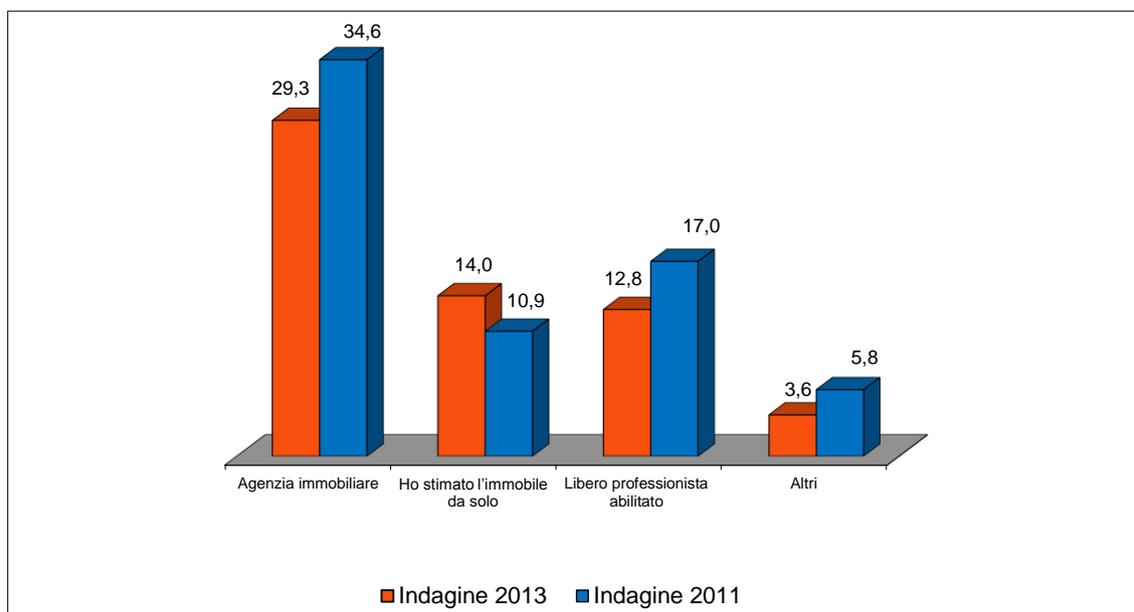
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene dopo averlo fatto valutare prevalgono gli intervistati il cui capofamiglia è una persona matura, con età compresa tra i 55 e i 64 anni.

Andando ad analizzare, nello specifico, i canali utilizzati per valutare il bene, si evidenzia che le famiglie che acquistano un bene preferiscono perlopiù l'agenzia immobiliare (29,3%), seguita, con un notevole divario, dal libero professionista (12,8%), e da altri canali non meglio specificati (3,6%); mentre il 12,8% ha dichiarato di aver stimato il bene da solo con l'aiuto di listini, ricerche di mercato e altro. Rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine effettuata nel 2011, si è riscontrato un importante calo nel ricorso all'agenzia immobiliare (-5,3 punti); è da segnalare anche il calo del ricorso al libero professionista (-4,2 punti); mentre è salita la quota di chi ha affermato di aver stimato l'immobile da solo (+3,1 punti percentuali) (*graf. 11*).

GRAFICO 11

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE:
(acquisti effettuati, val. %)



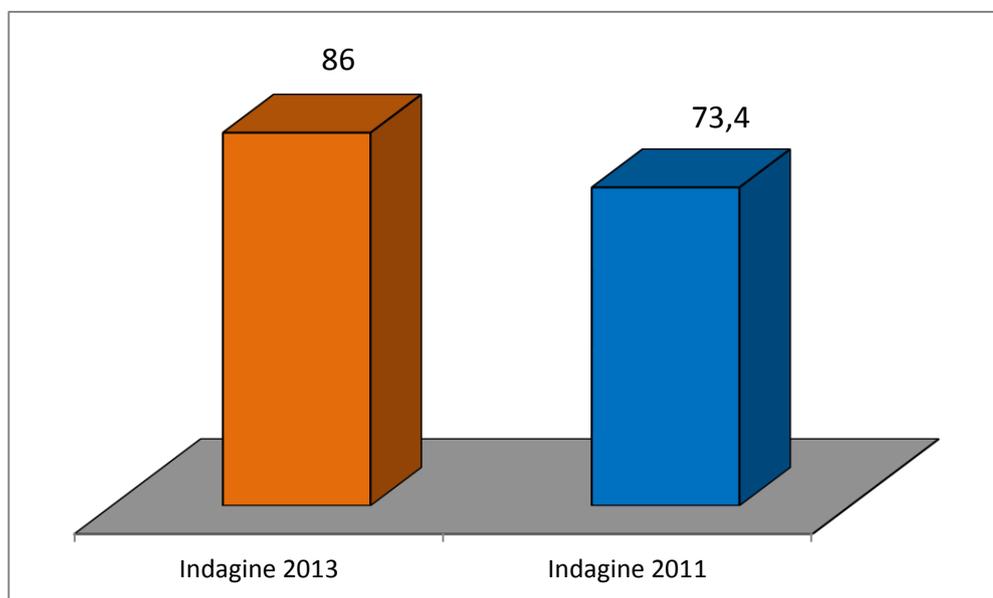
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'86% di chi è riuscito a vendere un immobile, nel biennio preso in esame, lo ha fatto valutare prima di immetterlo sul mercato e, rispetto alla rilevazione precedente - ma contrariamente a quanto rilevato per la domanda - c'è stato un incremento di ben 12,6 punti percentuali (*graf. 12*).

GRAFICO 12

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)

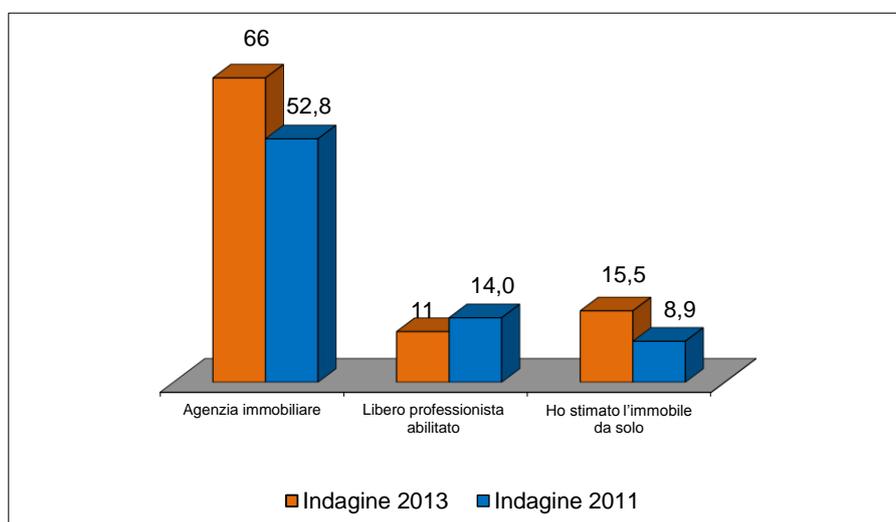


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando a studiare le figure professionali, è stato riscontrato che anche in questo caso la più utilizzata è stata quella dell'agente immobiliare (66%); l'11% ha fatto ricorso all'aiuto di un libero professionista e ben il 15,5% ha stimato da solo il bene. Rispetto a quanto visto in passato va sottolineato un incremento rilevante del ricorso alle agenzie immobiliari (+13,2 punti percentuali), e di chi ha scelto di valutare da solo il bene venduto (+6,6 punti), mentre è sceso l'utilizzo dei liberi professionisti (-3 punti) (graf. 13).

GRAFICO 13

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

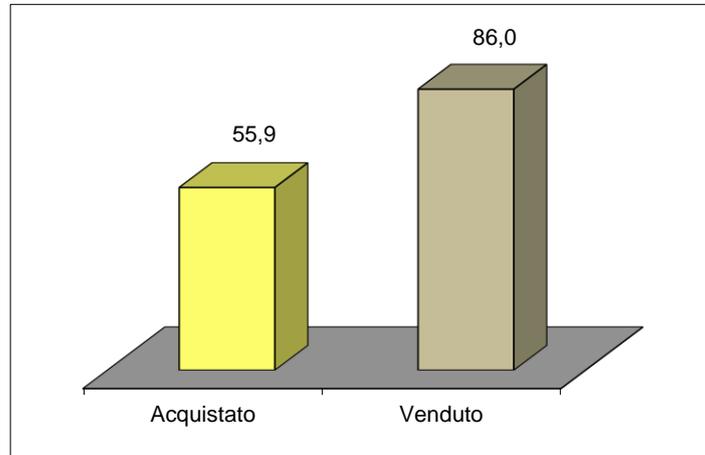


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare nella domanda e nell'offerta emerge che - come nel 2011 - ricorrono di più alla valutazione coloro che vendono rispetto a chi acquista; un fenomeno che dipende molto probabilmente dal fatto che una famiglia prima di vendere deve essere sicura del valore del bene che si accinge a immettere sul mercato; chi acquista, viceversa, conosce in partenza il *budget* che ha a disposizione e, in secondo luogo, prima di acquistare una casa sicuramente ne ha visitate molte altre e, quindi, ha dei termini di confronto che gli permettono di stabilire se quella determinata casa vale il prezzo richiesto (*graf. 14*).

GRAFICO 14

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

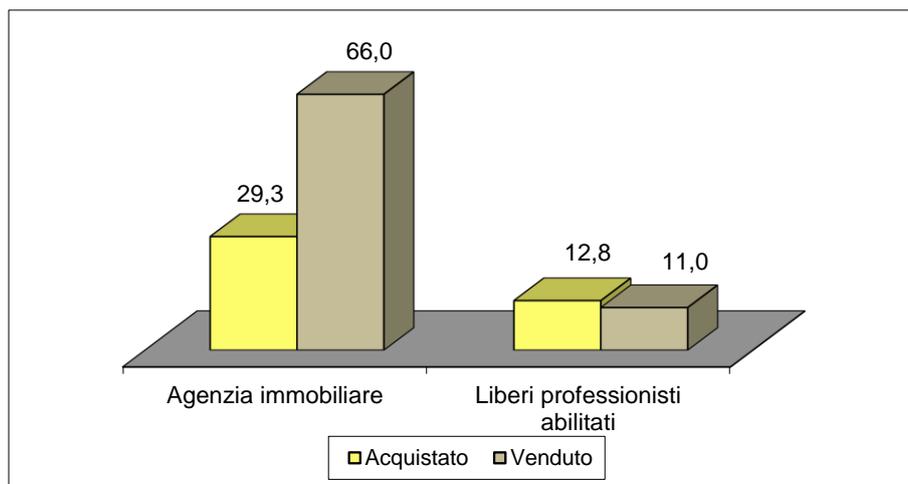


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, nell'Indagine 2013 emerge che l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi acquista che da chi vende e, tra questi ultimi, il divario tra le due figure di valutatori prese in esame è molto più sensibile (36,7 punti percentuali) (graf. 15).

GRAFICO 15

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



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

4. Conclusioni

Più della metà degli acquirenti residenti nelle sei maggiori città italiane ha fatto ricorso a un intermediario per una transazione immobiliare, e la percentuale è rimasta pressoché immutata rispetto a quanto rilevato nel 2011. Come sempre l'agenzia immobiliare rimane il canale più utilizzato; tuttavia, circa il 40% di chi vi ha fatto ricorso ha dichiarato che è venuto a conoscenza dell'immobile attraverso altri canali.

Dall'analisi su coloro che non hanno usufruito delle agenzie immobiliari è emerso che la causa prevalente è il costo troppo elevato, pur se rispetto all'indagine precedente sono salite le quote di chi ha indicato come causa del mancato ricorso anche la scarsità dei servizi e degli immobili offerti.

Il ricorso a un canale di intermediazione è molto più alto tra coloro che hanno venduto, con uno scarto di quasi 13 punti percentuali. Anche in questo caso il canale preferito rimane l'agenzia immobiliare ma va evidenziato che, a differenza di quanto rilevato per la domanda, c'è stato un aumento di coloro che vi hanno fatto ricorso. Tuttavia, la motivazione prevalente del mancato ricorso è sempre la stessa: il costo troppo elevato, pur se una discreta percentuale ha indicato espressamente anche la scarsità dei servizi offerti.

Il ricorso alla figura professionale di un valutatore da parte di chi ha acquistato è diminuito rispetto al 2011 di quasi 10 punti percentuali e l'agenzia immobiliare rimane il canale più utilizzato, anche se c'è stato un decremento della quota di famiglie che vi hanno fatto ricorso.

Dall'analisi dell'offerta è emerso un incremento di chi ha fatto valutare il bene prima di venderlo, mentre, diversamente da quanto riscontrato per la domanda, è salito il numero di famiglie che sono ricorse all'aiuto degli agenti immobiliari ed è scesa la quota di quelle che hanno utilizzato un libero professionista.

Infine, dal confronto tra domanda e offerta è emerso che il ricorso alla valutazione è molto più alto tra chi vende, infatti c'è un *gap* di quasi 30 punti percentuali.

Concludendo, l'utilizzazione dell'agenzia sia per la professionalità dell'intermediatore che di quella del valutatore è più alta tra chi vende, e la stessa situazione emerge considerando il ricorso all'agenzia immobiliare.

Nota metodologica

L'indagine è stata basata su un campione proporzionale statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse, stratificato secondo i seguenti criteri: Comuni con oltre 500.000 abitanti (Roma, Milano, Torino, Genova, Napoli, Palermo); caratteristiche del nucleo familiare (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli).

Numerosità campionaria complessiva: 2.200 interviste (1.724 interviste + 476 interviste a coloro che per certo hanno acquistato/venduto almeno un'abitazione).

Anagrafiche: "non reperibili" 1.012 (24,3%); "rifiuti" 897 (21,5%); "sostituzioni" 1.909 (45,8%).

Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,1\%$).

Fonte delle anagrafiche delle famiglie: abbonati agli elenchi telefonici. I dati dell'indagine sono stati successivamente riportati all'universo della popolazione italiana residente nei sei Grandi Comuni (N/n) con calibrazione dei risultati campionari in funzione di una "grandezza nota", nella fattispecie il Numero delle Transazioni Normalizzate (NTN).

Metodo di contatto: tecnica delle interviste telefoniche con sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

Periodo di effettuazione delle interviste: dal 29 aprile al 14 maggio 2013.