

## **L'INDAGINE TECNOBORSA 2002: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE**

a cura dell'ONMI – Osservatorio Nazionale sul Mercato Immobiliare,  
in collaborazione con Alice Ciani e Umberta Paola Fantoni

### **Transazioni, intermediazione, valutazione e informazione, per una nuova cultura di un mercato in espansione anche tra le famiglie italiane**

#### **1. Introduzione**

Il mercato immobiliare italiano ha attraversato negli ultimi anni un periodo di forte crescita. Una spinta significativa, per quanto riguarda le compravendite, continua a provenire dal settore residenziale, dove i principali attori sono le famiglie: nel triennio tra il 1999 ed il 2001 sono stati, infatti, scambiati circa 2 milioni di alloggi, con un tasso di crescita triennale del 3,4%. Tuttavia, va sottolineato che questo tasso “medio” tiene conto di una forte crescita tra il 1999 ed il 2000 (+7,6%), mentre nell'anno successivo si è assistito ad un discreto rallentamento (-3,9%)<sup>1</sup>. Le regioni più vivaci sono state la Lombardia ed il Lazio che da sole coprono circa il 30% del mercato, mentre le province più attive sono Milano, Roma, Torino, Napoli, Bari e Brescia. Il 49% delle unità trattate sono abitazioni di medie dimensioni, seguite da quelle di piccole dimensioni ed, infine, da quelle di grandi dimensioni.<sup>2</sup>

Per quanto riguarda invece i contratti di locazione, ne sono stati registrati più di 3 milioni nel 2001, in leggero aumento rispetto al 2000 (+0,5%), in controtendenza dopo un periodo di decrescita (del 2,6% tra il 1999 ed il 2000 e del 5,4% nell'anno precedente)<sup>3</sup>.

Tuttavia, l'impressione è che, a fronte di una tendenza di medio periodo favorevole dal punto di vista del numero delle transazioni e del livello delle quotazioni, ma anche di uno sviluppo strutturale dell'offerta (resosi evidente negli ultimi 10 anni con il moltiplicarsi del numero di operatori presenti), non ci sia stata una maturazione del mercato in termini di presenza di certezze e di trasparenza delle informazioni nonché di

---

<sup>1</sup> Elaborazioni **Tecnoborsa** su dati Ministero dell'Interno.

<sup>2</sup> Agenzia del Territorio: “Rapporto immobiliare 2001-2002”, Sole 24 Ore.

<sup>3</sup> Elaborazioni **Tecnoborsa** su dati Ministero dell'Interno.

sviluppo di un set adeguato di strumenti conoscitivi su tutti gli attori che in esso operano.

Ancora oggi la maggior parte dei dati su questo mercato ruotano intorno ai prezzi degli immobili e alle variazioni passate e future, anche se tutti gli esperti del settore sono consapevoli di quanto l'oggettività e l'attendibilità di queste grandezze sia tutta da dimostrare.

**Tecnoborsa**, che ha tra i suoi obiettivi quello di sviluppare il mercato immobiliare, offrendo strumenti di natura informativa e di regolazione e tutelando gli interessi delle parti coinvolte, ha deciso di ampliare la conoscenza degli operatori dal punto di vista delle famiglie, dedicando ad esse e a loro rapporto con il mercato immobiliare e con gli operatori del settore un'apposita analisi.

L'indagine, che è stata svolta su un campione rappresentativo delle famiglie italiane, ha approfondito quattro tematiche principali.

La prima riguarda le transazioni avvenute (acquisto, vendita o locazione di un'abitazione) nel triennio 1999-2001 e quelle previste nei dodici mesi successivi all'intervista. Da qui è emerso che il 26,4% delle famiglie italiane, pari a circa 5 milioni di nuclei, ha realizzato un'operazione immobiliare di varia natura. In questa sezione si sono analizzati anche i motivi che spingono gli individui ad acquistare un immobile (per abitazione principale, come seconda casa vacanze, come seconda casa per parenti prossimi, per investimento) oppure a venderlo (per acquistare un'altra abitazione, per liquidità, per altri investimenti).

La seconda sezione è quella relativa all'uso dell'intermediario immobiliare. La terza sezione approfondisce il ricorso allo specialista per far valutare l'immobile da vendere o da acquistare. Infine, l'ultima sezione è dedicata al modo di acquisire informazioni riguardanti il mercato in esame e alla valutazione sull'attendibilità delle stesse.

## **2. L'accesso al mercato**

Il periodo oggetto della presente rilevazione si inserisce nella fase di forte espansione del mercato immobiliare iniziata tra il 1997 ed il 1998 e tuttora perdurante<sup>4</sup>. Le ragioni che hanno provocato questa crescita sono legate principalmente al notevole calo dei tassi d'interesse (oggi attestati ai livelli più bassi degli ultimi 30 anni) e ad una forte contrazione del mercato azionario (dovuta, a sua volta, all'incertezza del quadro politico-economico).

Il primo aspetto ha avuto la conseguenza di rendere più conveniente l'indebitamento (ovvero l'accensione di mutui) e, quindi, di incentivare l'acquisto di immobili. Tra l'altro, si ricorda che proprio ad un livello elevato dei tassi d'interesse è dovuto il blocco delle compravendite avvenuto verso la metà degli anni '90, il cui effetto è stato il prodursi di un bacino di domanda insoddisfatto.

I due aspetti combinati rendono meno conveniente, rispetto a quella immobiliare, la destinazione obbligazionaria e azionaria del risparmio.

### **2.1. Le transazioni immobiliari negli ultimi tre anni**

Dall'indagine, svolta nel periodo maggio-giugno 2002, risulta che circa il 10% delle famiglie intervistate ha acquistato un'abitazione nel periodo in esame, mentre il 5,4% ha venduto<sup>5</sup>. Questo divario è dovuto evidentemente al fatto che la domanda delle famiglie è stata soddisfatta anche con immobili di proprietà di enti o di società immobiliari, nonché con nuove costruzioni.

Hanno comprato casa, come è naturale, soprattutto le fasce di popolazione economicamente più abbienti e più dinamiche, quindi professionisti, dirigenti ed

---

<sup>4</sup> Alcuni segnali di "crisi" vengono tuttavia segnalati da alcuni autorevoli istituti, tra cui il Cresme, che nel "Rapporto 2003" sul mercato delle costruzioni annuncia "l'arrivo della recessione", con una contrazione delle compravendite per l'anno in corso che dovrebbe attestarsi al 5%.

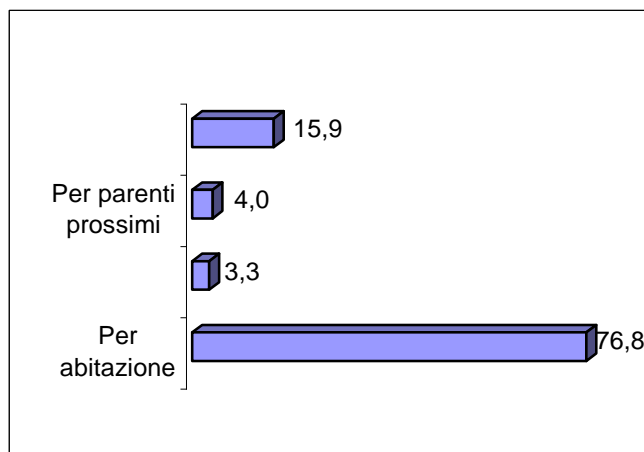
<sup>5</sup> Si nota peraltro che questa percentuale è coerente con i più recenti dati sul numero delle compravendite effettuate sul mercato italiano.

imprenditori, individui con età compresa tra i 25 ed i 44 anni ed appartenenti a nuclei familiari "in crescita".

Tra le motivazioni, prevale largamente l'acquisto dell'abitazione principale (76,8%). Al secondo posto, anche se di rilievo decisamente inferiore, la motivazione "per investimento" (15,9% della famiglie) e ciò è coerente con gli andamenti del mercato mobiliare. Il 4,0% degli acquisti sono stati motivati con necessità legate ad alcuni componenti familiari ed un ulteriore 3,3% delle famiglie ha acquistato case per vacanze (Graf. 1).

### GRAFICO 1

#### I PRINCIPALI MOTIVI D'ACQUISTO



Fonte: ONMI-Tecnoborsa

La quota più rilevante di coloro che acquistano l'abitazione principale è rappresentata dalle persone che cercano una sistemazione abitativa in autonomia rispetto alla famiglia di origine (giovani tra i 24 ed i 35 anni) o un'abitazione più adatta alle esigenze della famiglia (famiglie con più di quattro componenti). Questa motivazione all'acquisto è influenzata quindi da "esigenze di vita" che si manifestano in modo trasversale rispetto al tipo di professione svolta. Il territorio più dinamico da questo punto di vista è il Nord Est, dove peraltro negli ultimi dieci anni si è registrato un aumento consistente del numero delle famiglie, come rileva l'ultimo Censimento effettuato dall'Istat.

Tra coloro che hanno acquistato un'abitazione al fine di effettuare un investimento, è rilevante la presenza di individui che, avendo già soddisfatto i loro bisogni abitativi e potendo contare su una certa disponibilità economica, decidono di investire nell'immobiliare: si tratta quindi di persone appartenenti ad una fascia di età più elevata (35 - 54 anni), caratterizzata dall'appartenenza alle categorie professionali alte, ossia dirigenti, imprenditori e liberi professionisti o comunque pienamente inserite in ambito lavorativo.

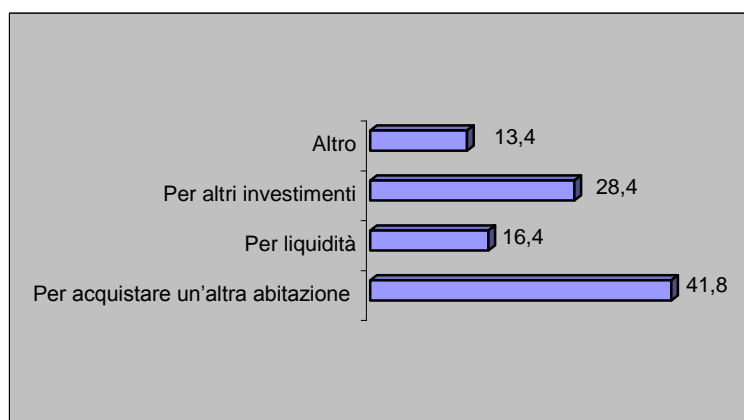
Le seconde case, essenzialmente ad uso di vacanza, vengono acquistate principalmente nel Centro e Sud Italia: in effetti, i dati del Censimento indicano che proprio in queste due aree negli ultimi dieci anni si è registrato l'incremento massimo di case non occupate dai residenti.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta, risulta che una maggiore concentrazione della vendita di immobili si rileva da una parte tra gli individui relativamente più anziani, che presumibilmente vendono per soddisfare le esigenze dei figli che vogliono rendersi autonomi o per mantenere il tenore di vita a cui erano abituati prima del pensionamento, e dall'altra tra gli appartenenti alle fasce di età centrali (tra i 45 ed i 54 anni): si tratta in quest'ultimo caso di persone che si trovano in una fase della vita in cui le disponibilità economiche sono relativamente più elevate e quindi si cerca una sistemazione più soddisfacente o ci si permette una seconda casa. Analizzando il fenomeno geograficamente si riscontra il valore massimo al Centro Italia (6,8%), mentre quello minimo si ha nel Sud e nelle Isole (4,2%).

I motivi di vendita si ripartiscono nel seguente modo: il 41,8% per l'acquisto di un'altra abitazione, il 28,4% per effettuare altri investimenti, il 16,4% per bisogno di liquidità ed il 13,4% per altri motivi (*Graf.2*).

## GRAFICO 2

### I PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA



Fonte: ONMI-**Tecnoborsa**

Analizzando il profilo demografico di chi ha venduto l'abitazione per acquistarne un'altra, si evidenzia una forte analogia con coloro che hanno acquistato l'abitazione principale: si tratta, infatti, prevalentemente di giovani tra i 25 ed i 34 anni, che hanno venduto o per acquistare una casa migliore in termini di spazio e qualità o per avvicinarsi al luogo di lavoro, oppure di individui con più di 55 anni, che hanno venduto per comprare una casa per i figli.

Hanno venduto, invece, per bisogno di liquidità le persone tra i 45 e 54 anni, quelli che vivono in famiglie composte da quattro persone e coloro che risiedono nel Centro e Sud Italia, dove i problemi legati al ciclo economico e all'occupazione sono più sentiti.

Per quanto riguarda coloro che hanno venduto per effettuare altri investimenti i valori massimi si riscontrano tra gli appartenenti alla fascia di età compresa tra i 55 e i 64 anni e tra i residenti nel Nord-Est del Paese. Anche in questo caso, come si è già evidenziato per coloro che acquistano un'abitazione per investire, prevalgono coloro che appartengono alle categorie con più alta disponibilità economica.

Spostando l'analisi sul mercato delle locazioni, è risultato che l'11% degli intervistati ha preso in affitto un immobile mentre il 5,5% lo ha dato in affitto. Tra coloro che hanno preso in affitto un'abitazione, è forte la presenza di individui giovani, di residenti nel Nord-Ovest o nel Centro Italia, e di persone che vivono da soli o in famiglie con 5 componenti. Tali risultati sono in linea con quelli ottenuti dall'indagine sui bilanci delle

famiglie italiane condotta dalla Banca d'Italia, per ciò che concerne il titolo di godimento dell'abitazione di residenza. In particolare, la significativa presenza di "giovani single" in questa categoria è coerente con una tipologia abitativa adatta a chi, per condizione di vita e probabilmente di disponibilità economica, non si trova ancora in una situazione di stabilità e quindi di disponibilità ad effettuare scelte "vincolanti" come l'acquisto di una casa.

## **2.2. Le transazioni previste**

Dall'indagine risulta che complessivamente il 25,5% degli intervistati prevede di effettuare una transazione immobiliare nell'anno successivo a quello della rilevazione: l'11% prevede di acquistare un immobile, l'1,9% di vendere, il 2% di prendere in affitto, l'1,2% di dare in affitto. E' bene ricordare che, in qualsiasi indagine, l'intenzione è una misura della propensione della popolazione di riferimento a tenere un certo comportamento e può essere considerato un indicatore solo parziale dell'effettivo tradursi in atto dei fenomeni in esame.

Considerando gli individui che prevedono di acquistare un'immobile, l'analisi socio-demografica mette in luce una sostanziale omogeneità di profili con coloro che nel triennio precedente hanno effettivamente concluso la medesima operazione, quindi età giovani e "centrali" e nuclei familiari in crescita.

Per quanto riguarda l'offerta futura nelle vendite, anche in questo caso chi intende vendere appartiene ad una classe di età superiore rispetto a chi intende acquistare e comunque presenta un profilo professionale elevato. Tra coloro che prevedono di prendere in affitto una abitazione prevalgono ancora una volta i giovani, gli studenti e le persone che vivono in famiglie numerose.

## **2. L'intermediazione**

### **3.1. L'intermediario immobiliare**

Il 71,5% di coloro che hanno acquistato o tentato di acquistare un'abitazione ha fatto ricorso ad una figura, propria o impropria, di intermediazione. Analizzando il fenomeno

geograficamente, si evidenzia una minore concentrazione del fenomeno per i residenti nel Sud Italia, probabilmente anche per un'oggettiva minore capillarità dell'offerta di servizi immobiliari sul territorio (almeno per ciò che concerne la parte "professionale" dell'intermediazione). In effetti, una recente analisi effettuata dall'Ufficio Studi di Gabetti evidenzia una presenza di agenzie immobiliari nelle principali tre città del Sud che, non solo in valori assoluti, ma anche in rapporto alla popolazione, è sensibilmente inferiore a quella registrata nelle principali città del Centro-Nord, con un distacco particolarmente significativo rispetto a Milano<sup>6</sup>.

Anche tra chi ha venduto è consistente la percentuale di coloro che si sono serviti dell'intermediazione (circa il 70%). Molto alta è la percentuale di ricorso all'intermediario da parte di chi ha intenzione di effettuare una qualsiasi transazione in futuro (circa il 91% degli intervistati). Andando ad analizzare la forma di intermediazione, emerge che l'Agenzia immobiliare è la più utilizzata: dal 50,3% di coloro che hanno acquistato e dal 53,7% di chi ha venduto.

Ma il dato più interessante emerge quando si raffronta la percentuale "effettiva" di utilizzo dell'Agenzia con quella derivata dalle intenzioni, poiché si scopre che quest'ultima è sensibilmente inferiore: "solo" il 30,5% di chi ha intenzione di effettuare una transazione immobiliare tramite agenzia vi fa poi ricorso. Questo divario può essere spiegato con una certa "presa di distanza" nei confronti delle Agenzie immobiliari, di cui si conosce esattamente l'onerosità dei costi ma di cui si fatica a comprendere la gamma e la qualità dei servizi offerti, anche se poi nei fatti vi si ricorre per comodità e per garantirsi un accesso diretto alle (scarse) informazioni sul mercato.

Coerentemente con il fatto che il ricorso all'Agenzia immobiliare è piuttosto oneroso, si evidenzia un uso maggiore tra le categorie con maggiori disponibilità economiche: lavoratori in proprio, dirigenti, liberi professionisti ed imprenditori. Geograficamente la percentuale massima si ha, sia nelle transazioni già avvenute che in quelle future, tra coloro che vivono nel Nord-Ovest.

---

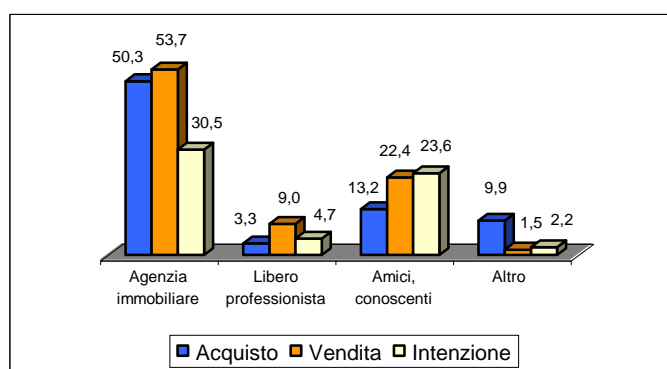
<sup>6</sup> In particolare a Milano, Torino e Roma si registra un numero di agenzie immobiliari ogni 1.000 abitanti rispettivamente di 1,35, 0,78 e 0,71, mentre a Bari, Napoli e Palermo lo stesso dato assume valore di 0,38, 0,28 e 0,26.



Abbastanza rilevante è il ricorso all'aiuto di amici e conoscenti, quindi a forme non professionali di intermediazione: infatti, vi ricorre il 13,2% di chi ha acquistato, il 22,4% di chi ha venduto ed il 23,6% di chi ha intenzione di effettuare una transazione in futuro. Si avvalgono dell'aiuto del libero professionista il 3,3% di chi acquista, il 9% di chi vende, mentre ha intenzione di utilizzarlo il 4,4% di chi pensa di effettuare una transazione in futuro (*Graf.3*).

### GRAFICO 3

#### TIPOLOGIA DI INTERMEDIARIO IMMOBILIARE



Fonte: ONMI-**Tecnoborsa**

### 3.2. La valutazione

Fino al 2000, anno in cui è stata pubblicata la prima edizione del **Codice delle Valutazioni Immobiliari-Italian Property valuation Standard**<sup>7</sup> da parte di **Tecnoborsa**, nel nostro paese non era stata prodotta una sistematizzazione unitaria e condivisa di parametri standard per poter valutare in modo oggettivo gli immobili. Per la stesura del **Codice Tecnoborsa** ha coinvolto i maggiori soggetti del mercato immobiliare italiano, istituzioni comprese. Il **Codice** si basa su una metodologia di valutazione condivisa, aggiornata sulla base degli standard internazionali, univoca e agevolmente applicabile: l'obiettivo è quello di stabilire una serie di principi che governano l'attività del valutatore, al fine di aumentarne l'oggettività e la professionalità. Il **Codice Tecnoborsa** racchiude, inoltre, una sintesi dei manuali del Regno Unito - il *Red Book* - e della Francia - la *Charte de l'expertise en valuation*

<sup>7</sup> Cfr. Seconda edizione, maggio 2002.

*immobilière* -: il primo, è stato scelto in quanto l'organizzazione britannica è la più stimolante e la più strutturata in Europa; il secondo, perché il sistema normativo francese è più simile a quello italiano.

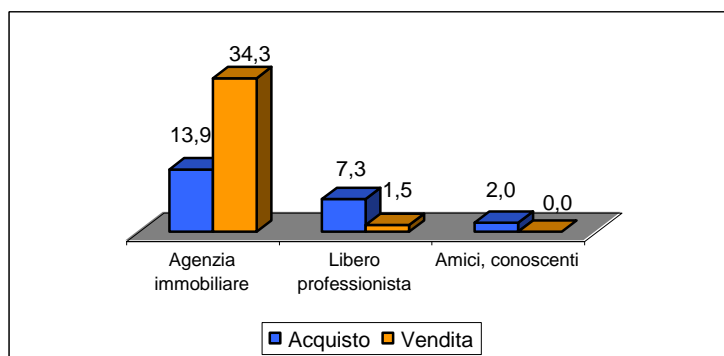
E' probabilmente proprio a causa di questa scarsa formalizzazione di regole e garanzie condivise che ha contraddistinto per lungo tempo il nostro paese, che si registra dall'indagine una scarsa percezione dell'oggettiva utilità del servizio degli specialisti. Infatti, è piuttosto contenuta la percentuale di coloro che si rivolgono al professionista del settore per far valutare un'abitazione: solamente il 30% di chi ha acquistato ed il 37,3% di chi ha venduto.

Dall'analisi è emerso, inoltre, che anche chi si avvale dell'Agenzia per effettuare le compravendite non fa valutare l'immobile: vi ricorre infatti solamente il 13,9% di chi acquista ed il 34,3% di chi vende, valori molto bassi se confrontati con quelli di chi utilizza l'intermediario per le transazioni immobiliari. Si conferma in questo modo che i servizi offerti dalle Agenzie tendono mediamente a coincidere con la gestione degli annunci e delle visite e con la chiusura degli accordi preliminari, mentre nei fatti le prestazioni aggiuntive (e ad elevato valore aggiunto) sono piuttosto limitate.

Solo il 7,3% di chi acquista e l'1,5% di chi vende si avvale del libero professionista. Bassissimo o quasi nullo il ricorso al parere degli amici o conoscenti (Graf.4).

#### GRAFICO 4

##### TIPOLOGIA DI SOGGETTI UTILIZZATI PER LA VALUTAZIONE DEGLI IMMOBILI



Fonte: ONMI-Tecnoborsa

### 3. Le modalità di conoscenza del mercato

#### 4.1. L'acquisizione dell'informazione

Più della metà degli intervistati (57,5%) si è dichiarata interessata ad acquisire informazioni sul mercato immobiliare. Le categorie più attente all'informazione sono proprio quelle più dinamiche e che operano maggiormente nel mercato immobiliare, i liberi professionisti, gli imprenditori, i dirigenti ed i "giovani adulti", mentre una minore sensibilità al fenomeno si riscontra al Sud.

L'Agenzia immobiliare, analogamente a quanto si è riscontrato per l'intermediazione e la valutazione, resta il canale prevalente (29,1% degli intervistati). I quotidiani, essendo letti da circa il 60% della popolazione italiana, sono uno dei canali più utilizzati per acquisire informazioni sul mercato immobiliare (26,9% degli intervistati): il profilo socio-anagrafico di chi vi ricorre è analogo a quello "medio" dei lettori di quotidiani, così come descritto dalle indagini Istat. Abbastanza significativo l'utilizzo delle riviste specializzate (24,3%).

Tra i giovani, che tendono a coinvolgere fortemente il "gruppo dei pari" nel processo di determinazione delle scelte, continua ad avere una certa importanza il parere degli amici o dei conoscenti, così come già segnalato per ciò che concerne l'intermediazione. Inoltre, quest'ultimo canale è molto utilizzato da chi, grazie principalmente al lavoro, ha maggiori possibilità di relazionarsi con gli altri: prevalgono, per esempio, gli occupati rispetto ai non occupati.

Il 14,6% degli intervistati acquisisce informazioni tramite i notiziari delle agenzie ed il 10% tramite Internet. Merita un approfondimento quest'ultimo dato, considerando che in tutto i "navigatori" italiani rappresentano il 18,5% della popolazione<sup>8</sup>. In generale, Internet è un fenomeno caratterizzato da un forte divario generazionale a favore dei giovani (18-24 anni) e da un maggiore utilizzo in nuclei familiari con 4-5 componenti (ovvero coppie con figli). Presenta, inoltre, notevoli differenze legate al territorio: infatti, al Nord la percentuale di persone che lo utilizzano è nettamente superiore a quella del Mezzogiorno.

---

<sup>8</sup> Istat: "Indagine sui consumi delle famiglie", 2000.

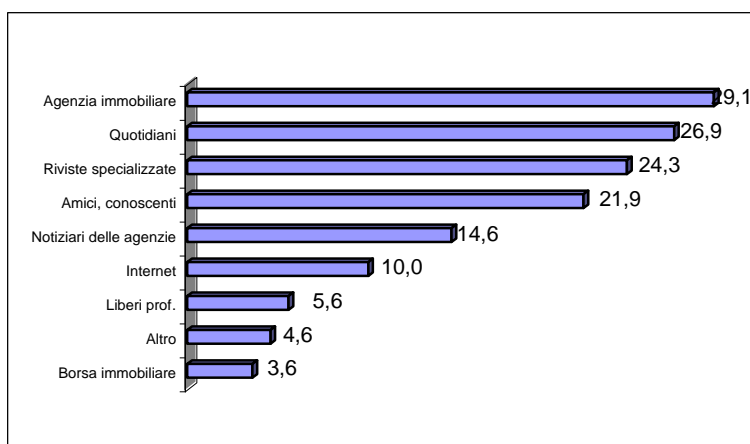
Anche in questo caso, come già segnalato per il ricorso ai quotidiani, i risultati dell'indagine indicano che l'utilizzo di Internet per acquisire informazioni sul mercato immobiliare avviene in base a caratteristiche socio-demografiche "allineate" con il profilo dell'utente medio.

Analisi comparative internazionali mettono in luce che nel nostro Paese l'utilizzo di tale mezzo nel settore specifico comunque può essere ulteriormente sviluppato. Un monitoraggio completo delle quindici principali categorie merceologiche presenti sulla rete, effettuato a partire dal 1990 da AC Nielsen, evidenzia che nel Regno Unito ed in Francia l'utilizzo dei siti immobiliari è molto più diffuso. Tale divario può dipendere da una minore dimensione del mercato immobiliare, oltre che da una minore pressione pubblicitaria sui contenuti di tali siti. Dall'analisi appena citata emerge, inoltre, che prevalgono coloro che sono alla ricerca della prima casa ma merita di essere segnalata anche la quota delle persone che cercano una seconda abitazione.

Tornando all'indagine **Tecnoborsa**, risulta che i canali meno usati sono i liberi professionisti (5,6%) e la Borsa Immobiliare (3,6%) (Graf.5). Quest'ultimo dato deve far riflettere su quanto sia strategico che le Borse Immobiliari comunichino in modo più efficace il loro ruolo, i loro obiettivi ed i loro servizi agli utenti finali, ovvero alle famiglie.

### GRAFICO 5

#### CANALI DI ACQUISIZIONE DELLE INFORMAZIONI SUL MERCATO IMMOBILIARE



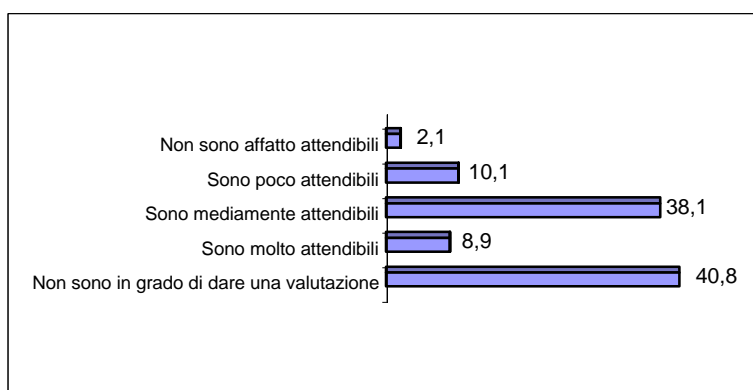
Fonte: ONMI-**Tecnoborsa**

#### 4.2. L'attendibilità dell'informazione

Per quanto riguarda l'attendibilità dell'informazione, circa il 41% degli individui si dichiara non in grado di esprimere un giudizio: tale fenomeno si evidenzia maggiormente tra le categorie comunque non interessate ad acquisire informazioni sul mercato immobiliare, in quanto di fatto non interessate al mercato "tout court". In generale si riscontra un giudizio che è abbastanza "medio", dove appunto la massima concentrazione delle risposte (fatto salvo per i non interessati) si ha proprio su un giudizio di informazioni "mediamente attendibili", dove però i giudizi negativi (in tutto o in parte) prevalgono su quelli totalmente positivi. (12,2% vs. 8,9%), (Graf.6).

#### GRAFICO 6

##### L'ATTENDIBILITÀ DELL'INFORMAZIONE SUL MERCATO IMMOBILIARE



Fonte: ONMI-**Tecnoborsa**