

L'INDAGINE TECNOBORSA 2006: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE – **INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE**

a cura di Alice Ciani

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

L'agenzia immobiliare come fonte primaria di informazione e canale preferito per la valutazione

1. Introduzione

Il Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** presenta la terza parte dell'Indagine 2006 sulle famiglie italiane e il mercato immobiliare, dedicata all'intermediazione e alla valutazione.

L'agenzia immobiliare, coerentemente con quanto riscontrato nelle precedenti Indagini 2002 e 2004, rimane il canale più utilizzato sia da chi ha effettuato una compravendita sia da chi pensa di effettuarla, anche se tra le intenzioni e il comportamento effettivo si può notare un *trend* diverso. Infatti, è salita la quota di chi pensa di rivolgersi ad un'agenzia per vendere un immobile nel biennio preso in esame, mentre scendono di qualche punto percentuale coloro che vi si sono rivolti effettivamente per vendere e/o acquistare una proprietà.

Come già sottolineato in passato da **Tecnoborsa**, anche da questa Indagine emerge che, nei prossimi anni, saranno i servizi a fare la differenza sul piano della competitività e dell'efficienza del mercato. A tal fine, le Associazioni di categoria, ancorchè con obiettivi e strategie diverse, si sono attivate per promuovere e sviluppare modalità operative innovative che diano maggiori strumenti ai professionisti immobiliari al fine di definire nei prossimi anni *standard* qualitativi più elevati. I nuovi strumenti aumenteranno il grado di trasparenza del settore e ridurranno i costi con vantaggi sia per gli agenti immobiliari che per la loro clientela.

Del resto negli ultimi anni il peso dell'intero settore immobiliare è aumentato sia a livello nazionale che internazionale. Sono stati attratti capitali esteri per un ammontare stimato in 3,5 miliardi di euro investiti in Italia. E ciò nonostante la limitata operatività a livello internazionale da parte delle organizzazioni italiane di servizi immobiliari. La professione nel nostro Paese è regolamentata dallo Stato con la legge n.39 DEL 3 febbraio 1989 e successive modificazioni, incentrata sugli art. 1754 e ss. del Codice

Civile. Peraltro, i controlli periodici a cui sono soggetti gli iscritti al Ruolo costituisce un fattore di trasparenza operativa e di tutela del consumatore, come dimostra la recente sentenza della Cassazione¹ intervenuta per ribadire che solo i mediatori immobiliari regolarmente iscritti all'albo dopo aver sostenuto l'esame di abilitazione all'esercizio professionale hanno diritto al compenso.

Sul fronte della misurazione del valore degli immobili dobbiamo distinguere tra valore di mercato e valore fiscale o catastale. Nel nostro Paese il Catasto – il cui impianto logico risale al 1886² – si avvia alla riforma e il disegno di legge delega che accompagna la Finanziaria 2007 contiene, all'articolo 4, le indicazioni di massima sulla riforma degli estimi che si baserà sul valore patrimoniale, dal quale si deriverà la base reddituale. La rilevazione e la descrizione degli immobili, compito primo del Catasto per inventari *ad valorem*, devono essere svolte in funzione della valutazione, perché si tratta di beni complessi, spesso atipici e con un mercato ristretto, la cui stima è talvolta senza riferimenti. Gli attuali modi di accatastamento considerano numerosi parametri scelti con criterio burocratico, mentre i moderni metodi di valutazione su larga scala (*mass appraisal*) si basano più realisticamente su un numero minore di parametri significativi (*drivers*) per spiegare il valore dell'immobile. Tale progetto di riforma avrà come conseguenza finale anche l'equità fiscale e renderà il processo trasparente, coinvolgendo così l'opinione pubblica e i contribuenti. Ma la valutazione degli immobili è anche una questione sempre più internazionale in un mercato come il nostro in cui, nell'ultimo quadriennio, le compravendite di alloggi hanno registrato una media annuale superiore alle 800 mila unità, per questo **Tecnoborsa** ha provveduto alla terza edizione del suo **Codice delle Valutazioni Immobiliari** che introduce anche in Italia la conformità e la confrontabilità con gli *standard* internazionali, quali: gli *International Valuation Standards* (IVS), i Principi Contabili Internazionali (IAS/IFRS) e Basilea 2.

¹ *Sentenza della Corte di Cassazione n. 19066 del 5 settembre 2006 che si richiama alla sentenza della Corte di Giustizia Europea n.147 del 1992 secondo cui la direttiva Cee n. 43 del 1967, concernente la realizzazione delle libertà di prestazione dei servizi per le attività non salariate nel settore degli affari immobiliari, va interpretata nel senso che "non impedisce allo Stato membro di riservare determinate attività rilevanti nel settore degli affari immobiliari alle persone autorizzate ad esercitare la professione di agente immobiliare".*

² Con la Legge 3682/1886, la c.d. Legge Messedaglia (o legge della perequazione fondiaria), veniva istituito il Catasto Unico Italiano ovvero il Catasto Geometrico Particellare, che andava a sostituire:

- con il Nuovo Catasto Terreni (NCT) il vecchio Catasto preunitario;
- con il Catasto Edilizio Urbano, il Catasto Urbano del 1977.

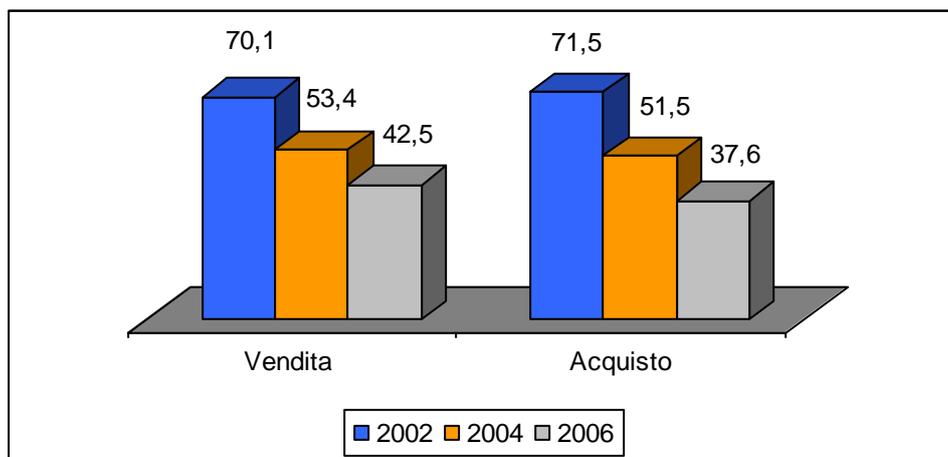
2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate al campione di riferimento è emerso che, nel biennio 2004-2005, circa il 37,6% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile ed il 42,5% di coloro che hanno venduto hanno fatto ricorso ad un canale di vendita formale (agenzia immobiliare e/o altri consulenti). Mettendo a confronto i risultati delle tre Indagini **Tecnoborsa** 2002, 2004 e 2006 si può notare che continua il *trend* negativo per i vari canali prescelti, infatti, non si è arrestata la discesa di coloro che si rivolgono a queste figure per effettuare una compravendita (graf. 1).

GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA 2002-2004-2006
(compravendite effettuate, val.%)



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

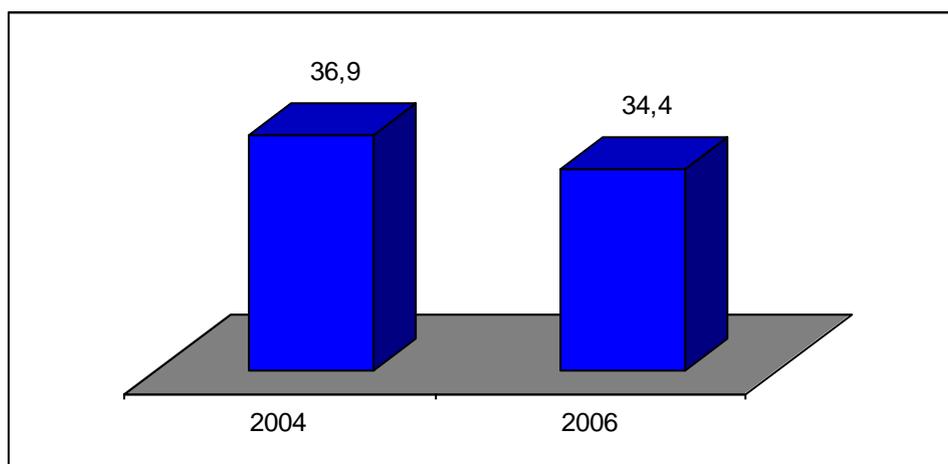
Tra coloro che si sono serviti dei canali sopra indicati per acquistare un'abitazione prevalgono le persone con età compresa tra i 35 e i 54 anni, sono imprenditori e liberi professionisti, impiegati od operai. Inoltre, si evidenzia una maggiore concentrazione del fenomeno tra i residenti del Nord Ovest.

Andando ad analizzare i canali prescelti, l'agenzia immobiliare, coerentemente con quanto riscontrato nell'Indagine 2002 e in quella 2004, è la più utilizzata (34,4% di chi

ha acquistato), seguita con un notevole distacco dal ricorso all'aiuto di altri consulenti (3,2%). Inoltre, il ricorso all'agenzia immobiliare tra le ultime due Indagini è sceso di 2,5 punti percentuali (*graf. 2*).

GRAFICO 2

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006
(acquisti effettuati, val.%)

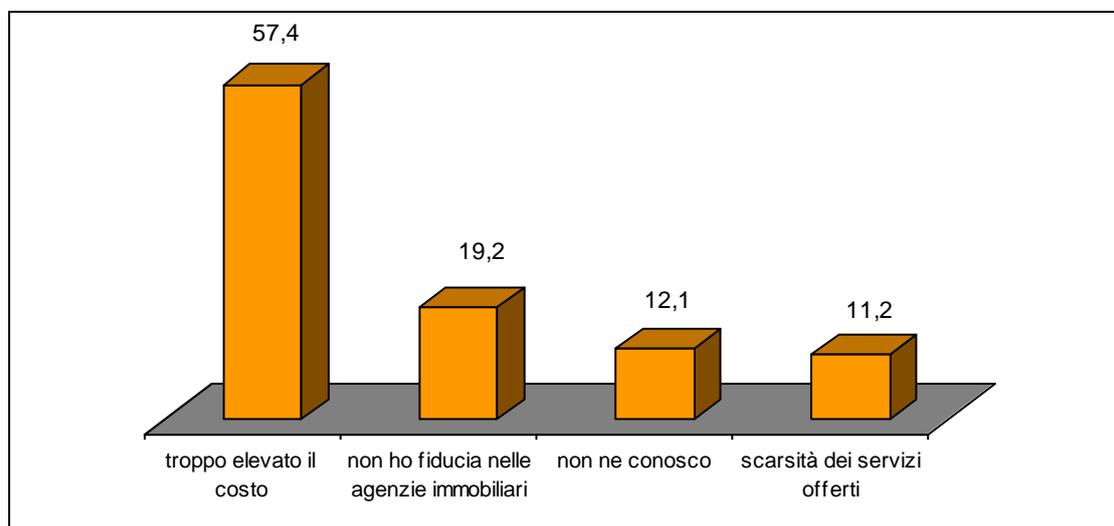


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Coloro che hanno utilizzato l'agenzia immobiliare per acquistare un'abitazione sono prevalentemente persone che risiedono nel Nord Ovest del Paese, individui con un basso titolo di istruzione, per lo più operai. Tra i principali motivi del mancato ricorso alle agenzie immobiliari da parte di chi ha acquistato un immobile troviamo, in ordine decrescente: il costo troppo elevato (57,4%); la mancanza di fiducia verso le agenzie (19,2%); la mancanza di conoscenza (12,1%); infine, la scarsità dei servizi offerti (11,2%) (*graf. 3*).

GRAFICO 3

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



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

Dal punto di vista socio-demografico la motivazione legata al costo troppo elevato è abbastanza trasversale, a differenza di quanto avveniva nella precedente Indagine nella quale questa ragione veniva indicata, in particolar modo, dalle fasce economicamente più deboli, ossia giovani (25-34 anni), impiegati/insegnanti e operai/comMESSI/agricoltori dipendenti.

Sempre dal confronto con l'Indagine 2004 è emerso che sono saliti di ben 18,4 punti percentuali coloro che hanno deciso di non ricorrere all'agenzia immobiliare, perché hanno ritenuto che i costi fossero troppo elevati e di 13,1 punti coloro che non l'hanno fatto per mancanza di fiducia; viceversa, si è ridotta di 7,4 punti la percentuale di coloro che non vi hanno fatto ricorso perché non conoscono nessuna agenzia.

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2004-2005 è stato chiesto, per la prima volta, anche tramite quali canali informativi, esclusa l'agenzia immobiliare, hanno trovato l'abitazione, ed è risultato che ben il 58,9% lo ha fatto attraverso un passa parola con gli amici, con i portieri, ecc....; il 15% ricorrendo agli annunci pubblicitari; il 13,8% consultando le riviste specializzate; il 10,4% attraverso altri canali; l'1,3% leggendo quotidiani e solo lo 0,5% utilizzando Internet.

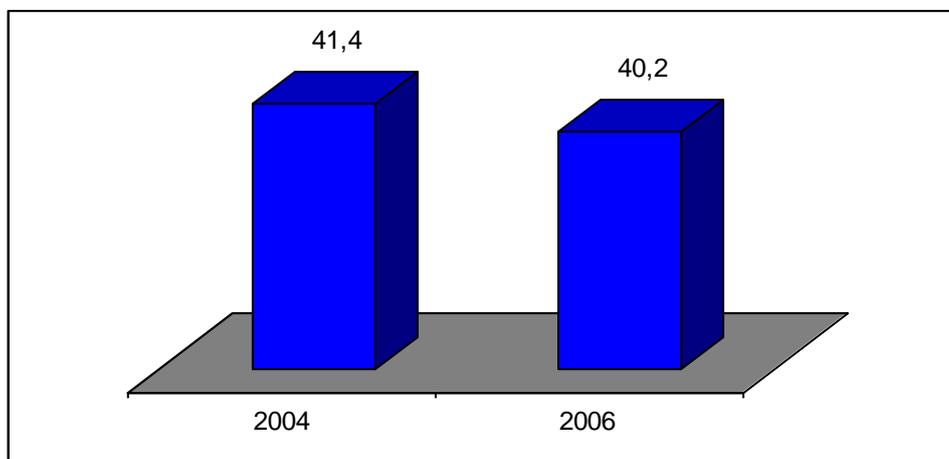
Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un qualsiasi canale per vendere un immobile nel biennio 2004-2005, prevalgono le famiglie monogenitore o le coppie con figli piccoli il cui capofamiglia è abbastanza giovane (25-34 anni) o anziano (65-74 anni). L'agenzie immobiliari e/o altri consulenti, inoltre, sono molto utilizzati da coloro che risiedono nel Centro Italia e in Comuni molto grandi (con oltre 250.000 persone residenti).

Il grado di preferenza nei confronti delle diverse figure di intermediari da parte delle famiglie che hanno venduto è molto simile a quello di coloro che hanno acquistato; infatti, al primo posto troviamo l'agenzia immobiliare (40,2%), seguita, anche in questo caso con un forte divario, dal ricorso all'aiuto di altri consulenti, ossia geometri, periti, commercialisti, notai, avvocati, ecc. (2,2%). Rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2004 è scesa di solo 1,2 punti percentuali la quota di chi ricorre all'aiuto dell'agenzia per vendere un bene (*graf.4*).

GRAFICO 4

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2002-2004-2006

(vendite effettuate, val.%)

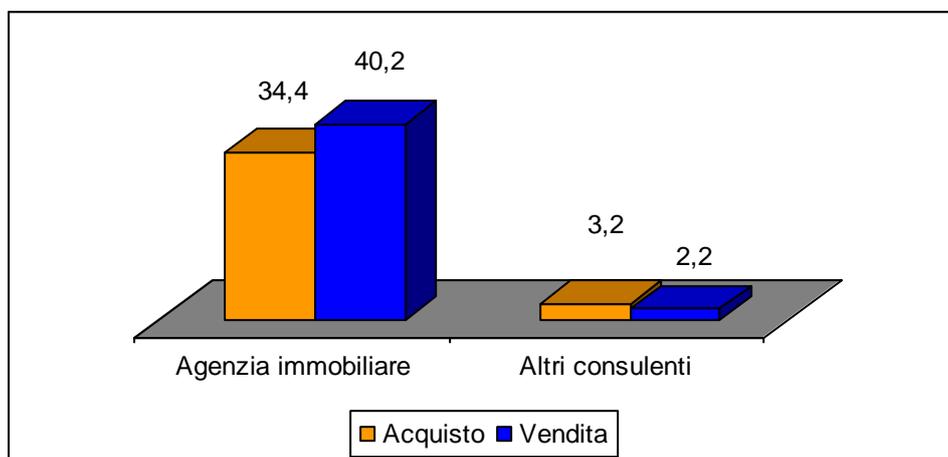


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tuttavia, va sottolineato che l'agenzia immobiliare è più utilizzata da chi vende, mentre gli altri consulenti sono più utilizzati da chi acquista (*graf.5*).

GRAFICO 5

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



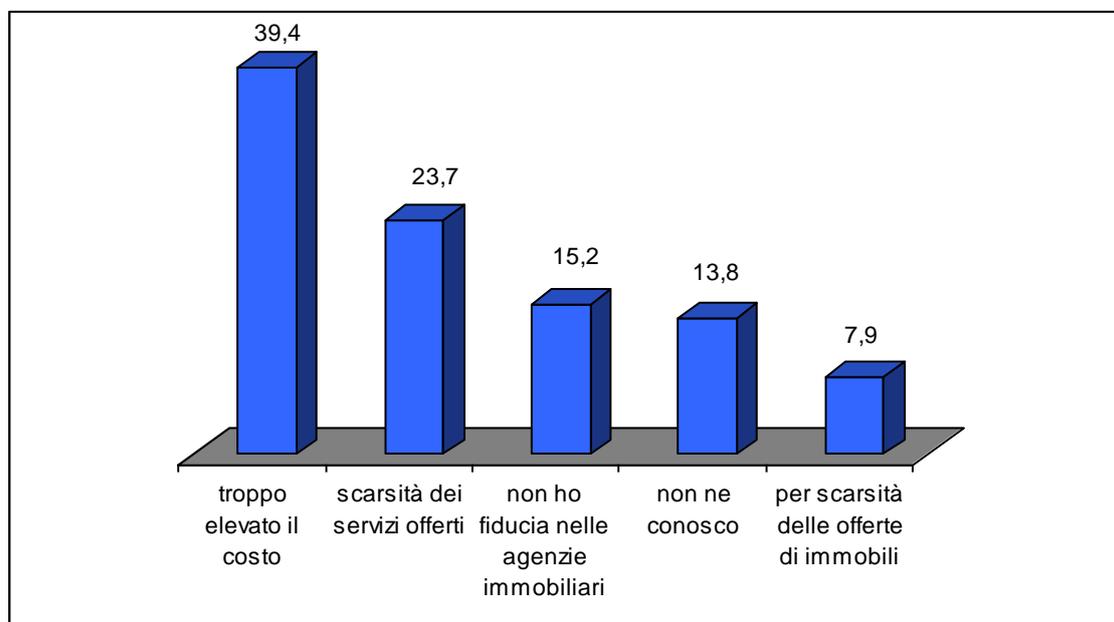
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Sono ricorsi all'agenzia immobiliare per vendere un immobile soprattutto coloro che vivono al Centro Italia in Comuni medio-grandi (oltre 40.000 abitanti), con un livello di istruzione medio (licenza media o diploma) e in età compresa tra i 65 e i 74 anni.

Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, emerge che il costo troppo elevato continua ad essere il motivo più ricorrente (39,4%); seguito dal fatto di ritenere scarsi i servizi offerti dalle agenzie (23,7%); al terzo posto troviamo la mancanza di fiducia verso questa figura di intermediazione (15,2%); al quarto la non conoscenza di agenzie (13,8%); infine, la scarsità delle offerte immobiliari (7,9%) (graf.6).

GRAFICO 6

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



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

Mettendo a confronto l'Indagine 2004 con quella attuale, rispetto ai motivi di non ricorso alle agenzie immobiliari, si è riscontrato che è cresciuta di circa 15 punti percentuali la quota di coloro che non lo hanno fatto perché hanno ritenuto scarsi i servizi offerti da questa figura di intermediario e di 6,4 punti quella di coloro che non hanno fiducia nelle agenzie; mentre, sono scesi di 4,7 punti coloro che hanno ritenuto il costo troppo elevato.

Confrontando le motivazioni di non utilizzo dell'agenzia immobiliare da parte di chi ha effettuato una compravendita negli ultimi due anni emerge che la causa di non ricorso più indicata, così come nella precedente Indagine, è il costo troppo elevato, anche se il *trend* delle motivazioni di non ricorso sono decisamente differenti tra chi acquista e chi vende.

Andando ad analizzare quali canali informativi, esclusa l'agenzia immobiliare, hanno utilizzato coloro che hanno venduto, ben il 61,4% è riuscito a trovare l'acquirente attraverso il passa parola, il 20,9% attraverso Internet, l'8,7% attraverso altri canali, il

4,5% leggendo i quotidiani, il 2,7% attraverso le inserzioni pubblicitarie e solo l'1,8% ha consultato le riviste specializzate.

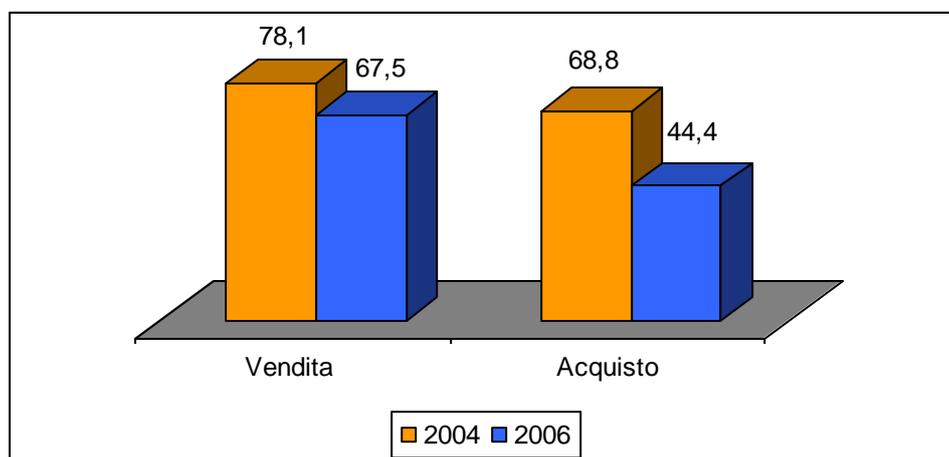
E' da sottolineare la differenza dei canali usati da parte di chi vende e di chi acquista; infatti, anche se in entrambi i casi al primo posto si trova il passa parola, tuttavia, mentre da parte di chi acquista è alto il ricorso alle riviste specializzate ed è bassa la ricerca attraverso Internet, viceversa, chi vende usa poco le riviste specializzate e molto Internet.

2.2. . I canali prescelti nelle transazioni immobiliari previste

Il 44,4% di chi pensa di acquistare un immobile, nel biennio 2006-2007, e il 67,5% di chi suppone di vendere ritengono che faranno ricorso ad un canale di vendita. Si tratta di valori decisamente inferiori a quelli riscontrati nell'Indagine 2004, infatti, l'intenzione al ricorso è scesa di 10,6 punti percentuali nell'offerta futura e di 24,4 nella domanda (graf. 7).

GRAFICO 7

UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA 2004-2006
(compravendite previste, val. %)



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

Se si mettono a confronto questi dati con quelli di chi ha già effettuato lo stesso tipo di transazione nei due anni precedenti l'Indagine si evidenzia che il ricorso effettivo ad un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti ovvero operatori abusivi e/o senza specifico

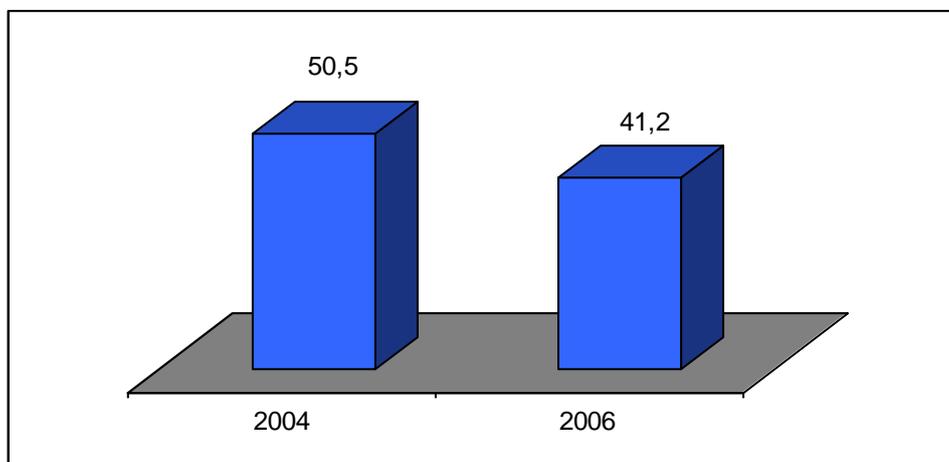
titolo³ è decisamente inferiore a quello previsto⁴: scende di 6,8 punti percentuali per la domanda e di 25 punti per l'offerta.

Andando ad analizzare il profilo di chi pensa di rivolgersi ad una di queste figure per l'acquisto futuro di un immobile si riscontra che sono prevalentemente coppie giovani senza figli o monogenitori che risiedono nel Nord del Paese, pensionati e artigiani/esercenti/commercianti/agricoltori autonomi. Inoltre, la percentuale più bassa si ha tra gli imprenditori e i liberi professionisti.

Non c'è dubbio che, comunque, il canale a cui ricorreranno maggiormente le famiglie che pensano di acquistare un immobile nei prossimi due anni sarà l'agenzia immobiliare (41,2%), seguita, con un distacco notevolissimo, dagli altri consulenti (8,3%). Tuttavia, la quota di coloro che intendono rivolgersi ad un'agenzia, rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2004, è scesa di 9,3 punti percentuali, mentre è rimasta stabile quella di chi pensa di preferire il libero professionista (*graf. 8*).

GRAFICO 8

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006
(acquisti previsti, val.%)



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

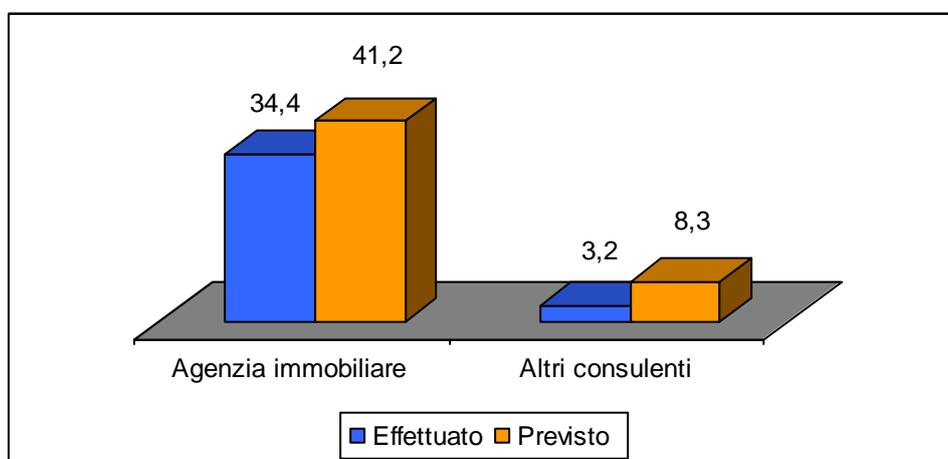
³ L'art. 8 della richiamata legge 39/1989 prevede che l'esecutivo abusivo dell'intermediazione immobiliare, quindi senza iscrizione nel Ruolo, comporta la restituzione alle parti contraenti delle provvigioni percepite oltre a sanzioni amministrative e, nel caso di recidiva, si applicano le pene previste dall'art. 348 del Codice Penale, nonché l'articolo 2231 del Codice Civile.

⁴ *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 considerata un indicatore solo parziale dell'effettivo tradursi in atto dei fenomeni in esame.*

Inoltre, come già riscontrato nelle due Indagini nazionali precedenti, le percentuali delle intenzioni di ricorso alle diverse figure sono più elevate di quelle relative all'utilizzo effettivo (*graf.9*).

GRAFICO 9

TIPOLOGIA DI CANALI PRESCELTI (acquisti effettuati e previsti, val. %)



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

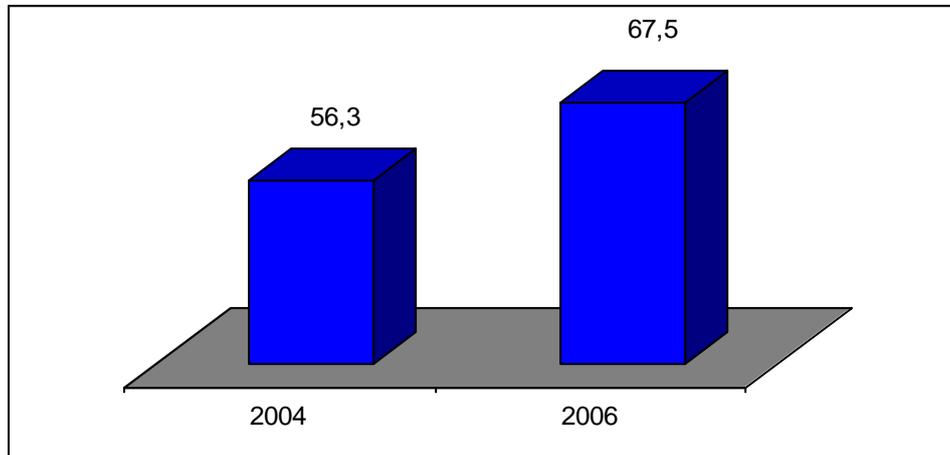
Dall'analisi sul profilo socio-demografico degli intervistati che prevedono di rivolgersi a uno dei canali suddetti per vendere una proprietà emerge che, a differenza di quanto evidenziato per chi ha già venduto, è alta l'intenzione di farvi ricorso tra i residenti nei Comuni medi e medio-grandi (da 5.000 a 250.000 persone residenti) del Nord.

Se si analizza la forma di intermediazione che si intende utilizzare chi pensa di vendere nel biennio 2006-2007 si registra che il 67,5% prevede di utilizzare l'agenzia immobiliare e solo il 4,2% altri consulenti.

Confrontando le intenzioni di ricorso all'agenzia immobiliare con quanto rilevato nell'Indagine 2004 si è riscontrata una crescita nelle intenzioni di circa 11 punti percentuali (*graf. 10*), mentre scendono di 6,7 punti coloro che pensano di rivolgersi ad un libero professionista.

GRAFICO 10

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006
(vendite previste, val.%)

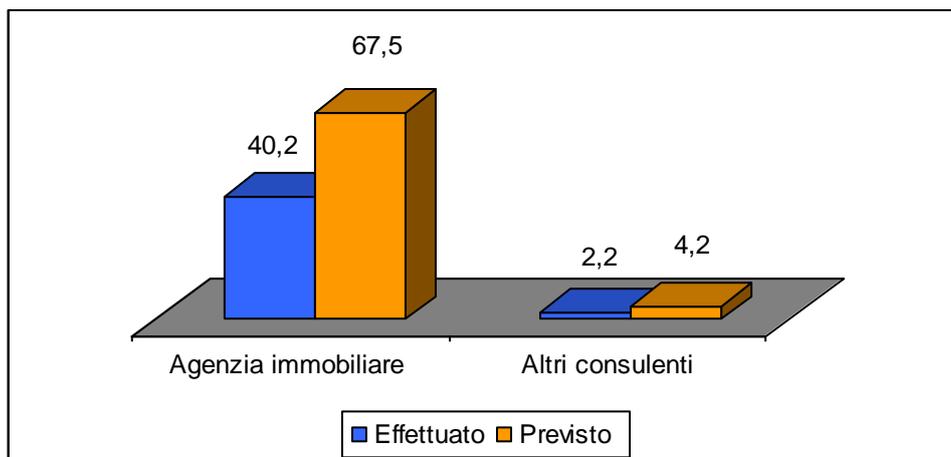


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Per tutte e due le figure evidenziate, come è avvenuto sul fronte della domanda, la quota di chi intende rivolgersi a un'agenzia o piuttosto ad altri consulenti è più alta di quella di coloro che vi si è effettivamente rivolta (graf. 11).

GRAFICO 11

TIPOLOGIA DI CANALI PRESCELTI
(vendite effettuate e previste, val. %)

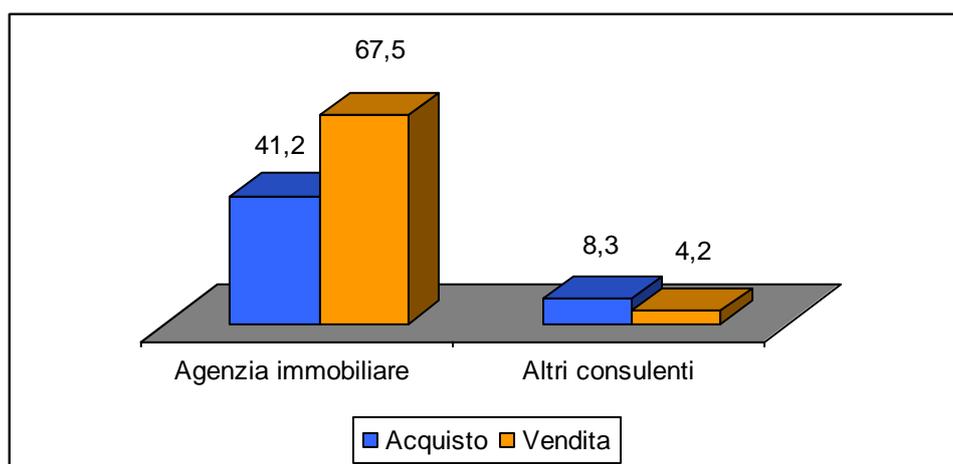


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Mettendo, invece, a confronto la domanda e l'offerta previste rispetto ai diversi canali risulta che l'agenzia immobiliare è quello preferito (*graf. 12*).

GRAFICO 12

TIPOLOGIA DI CANALI PRESCELTI
(compravendite previste, val. %)



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

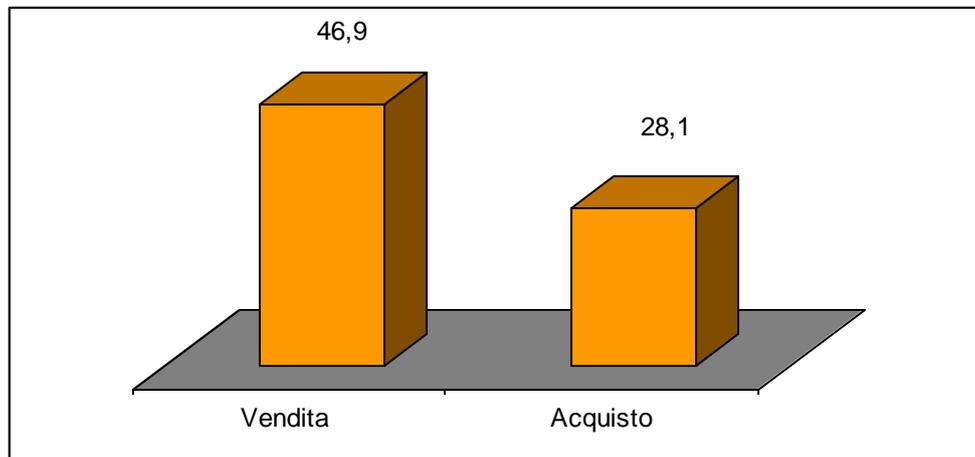
3. La valutazione

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

Dall'indagine 2006 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 28,1% di coloro che hanno acquistato e il 46,9% di chi ha venduto (*graf. 13*).

GRAFICO 13

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE (compravendite effettuate, val. %)



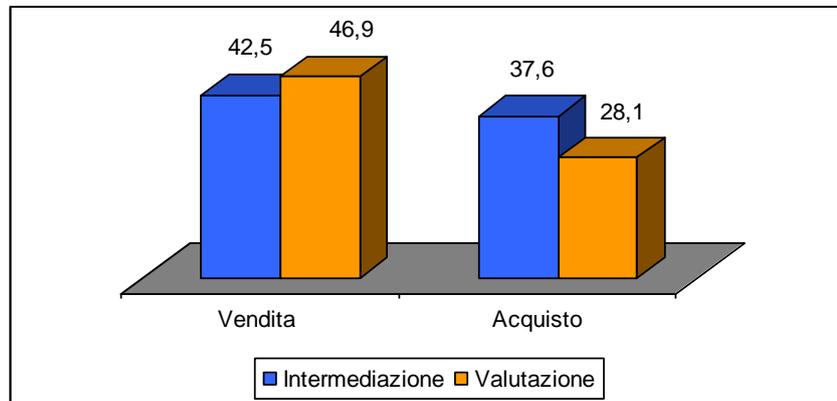
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

In linea con quanto si è riscontrato per l'utilizzo dei canali di compravendita immobiliare, anche per quanto riguarda il valutatore esperto è emerso che vi fanno più ricorso coloro che vendono rispetto a coloro che acquistano.

Tuttavia, per la domanda è più alto il ricorso alla figura dell'intermediario rispetto all'utilizzo del valutatore; mentre, per l'offerta è maggiore la quota di chi si rivolge al valutatore rispetto ai canali di compravendita (graf. 14).

GRAFICO 14

IL RICORSO AI CANALI DI COMPRAVENDITA E ALLA VALUTAZIONE (compravendite effettuate, val. %)

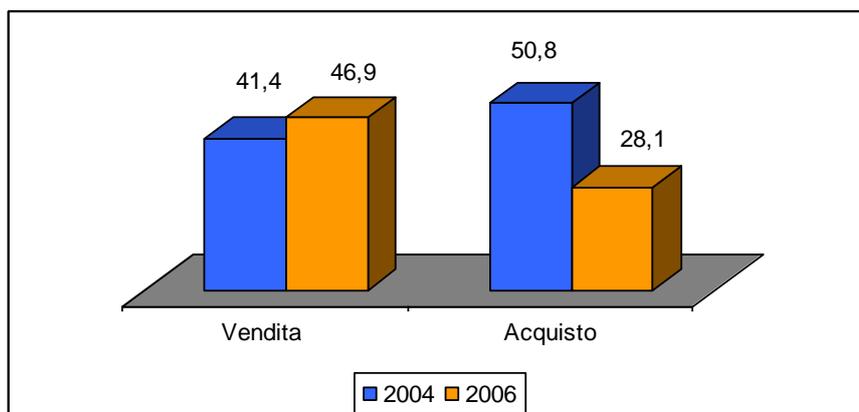


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Viceversa, nell'Indagine 2004 il ricorso al valutatore era più alto tra coloro che acquistavano; infatti, sempre dal confronto delle due Indagini si è riscontrato che il ricorso al valutatore tra chi ha acquistato è sceso di ben 22,7 punti percentuali mentre è salito di 5,5 punti la quota di chi ha fatto valutare la casa prima di venderla o tentare di venderla (graf. 15).

GRAFICO 15

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE 2004-2006 (compravendite effettuate, val. %)



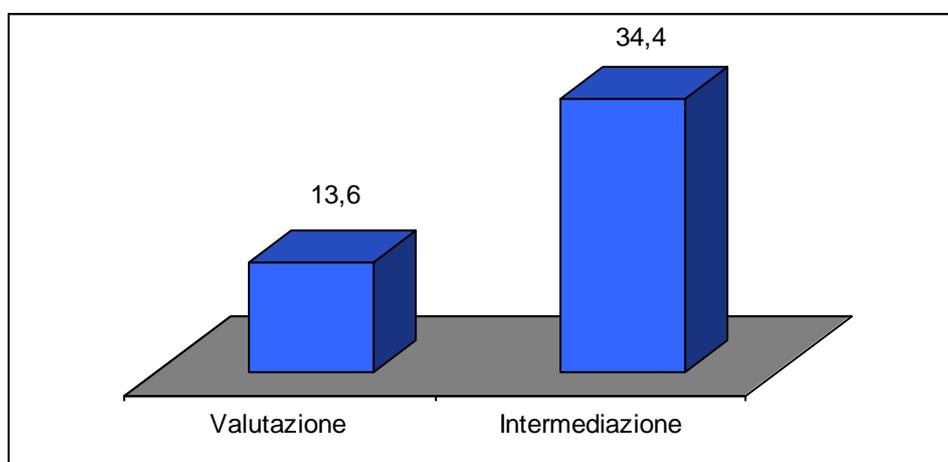
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene senza servirsi di un valutatore prevalgono gli intervistati con un titolo di studio alto o medio-alto che vivono in Comuni medio-piccoli del Nord Ovest e del Centro Italia.

Andando ad analizzare la figura del valutatore utilizzata da parte di chi ha acquistato è emerso che il 13,6% di coloro che hanno acquistato negli ultimi due anni si è rivolto all'agenzia immobiliare per far valutare l'immobile, il 13,5% si è rivolto direttamente al valutatore libero professionista (architetto, ingegnere, geometra, agente immobiliare valutatore, perito edile) e solo l'1% ad altre figure. Dall'analisi si è riscontrato che è molto più alta la quota di coloro che ricorrono all'agenzia per venire a conoscenza delle opportunità che offre il mercato, mentre è molto più bassa la quota di chi la utilizza per far valutare il bene da acquistare (ci sono ben 20,8 punti percentuali di differenza) (*graf. 16*).

GRAFICO 16

IL RICORSO ALL'AGENZIA IMMOBILIARE: INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE (acquisti effettuati, val. %)

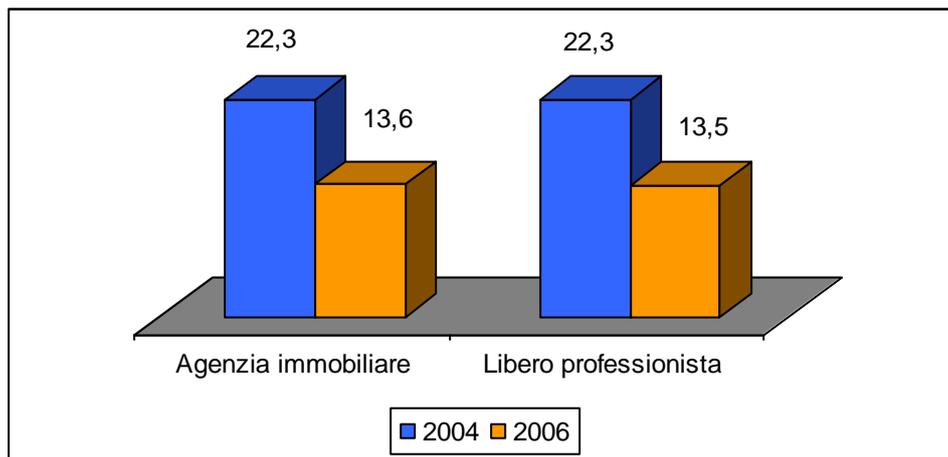


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Dal confronto con l'Indagine 2004 si riscontra che è scesa di circa 9 punti percentuali sia la quota di coloro che si sono rivolti all'agenzia immobiliare sia quella di chi ha utilizzato il libero professionista per far valutare il bene prima di acquistarlo (*graf. 17*).

GRAFICO 17

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE:
CONFRONTO 2004-2006
(acquisti effettuati, val. %)



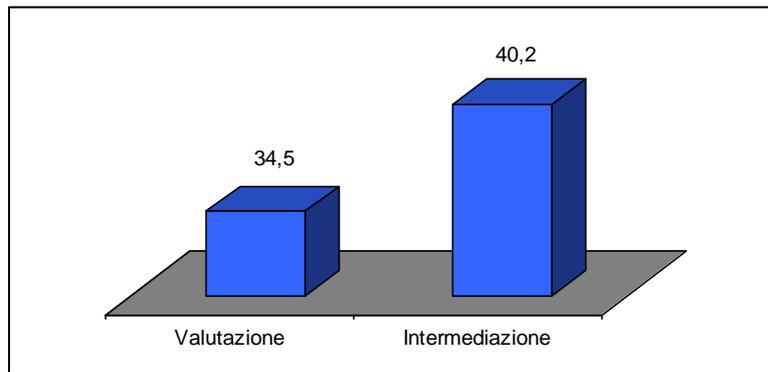
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si rileva che sono ricorsi all'aiuto di un valutatore prevalentemente coppie giovani con o senza figli e famiglie monogenitore che vivono nei grandi Comuni del Nord Ovest e del Centro.

La figura professionale preferita per far valutare l'immobile da chi ha venduto è l'agenzia immobiliare/l'agente immobiliare valutatore (34,5%), seguita da altri professionisti abilitati (18,2%), mentre solo l'1,7% si è rivolto ad altri consulenti. Anche nel caso di chi vende l'agenzia immobiliare viene scelta soprattutto come intermediaria e un po' meno come figura professionale a cui rivolgersi per far valutare il bene (anche se la differenza in questo caso è di soli 5,7 punti percentuali) (*graf. 18*).

GRAFICO 18

IL RICORSO ALL'AGENZIA IMMOBILIARE: INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE (vendite effettuate, val. %)

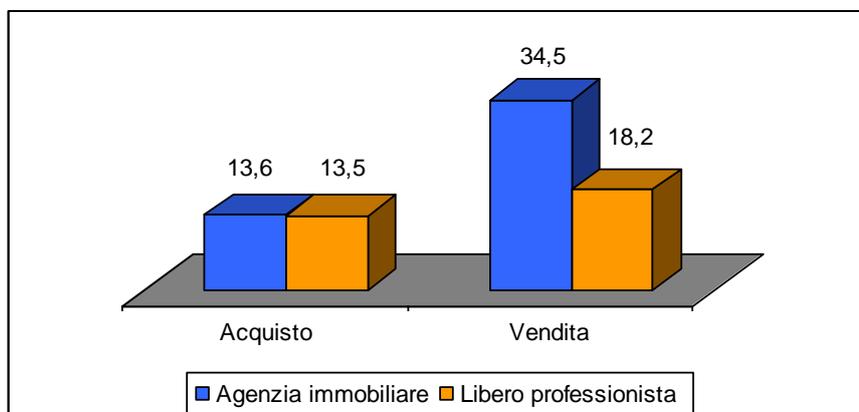


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dei diversi canali rispetto alla domanda e all'offerta risulta che il canale preferito per far valutare il bene da vendere è l'agenzia immobiliare, seguita con un notevole *gap* dal libero professionista (ci sono ben 16,3 punti percentuali di differenza), mentre chi acquista si avvale in egual misura del libero professionista e dell'agenzia (*graf. 19*).

GRAFICO 19

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

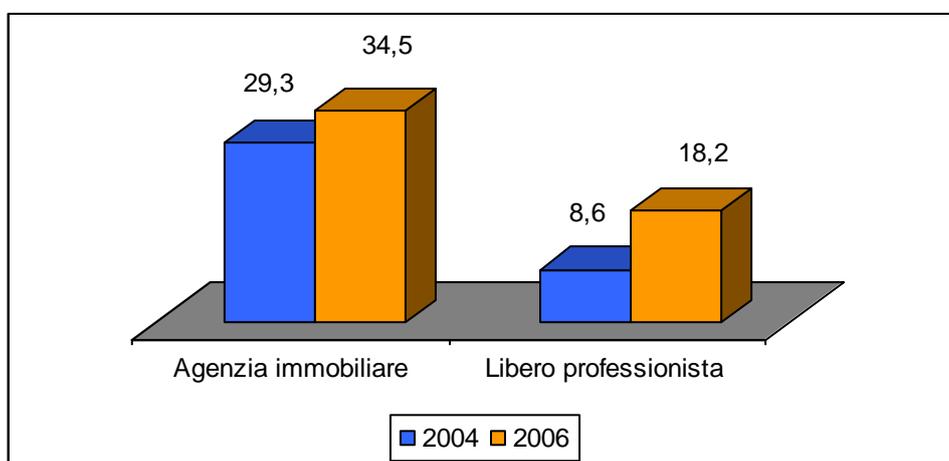


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Infine, mettendo a confronto i risultati delle due Indagini 2004 e 2006 rispetto alla tipologia di valutatore esperto utilizzata da parte di coloro che hanno venduto si è riscontrato che c'è stata una crescita generale e trasversale delle quote di coloro che sono ricorsi alle diverse figure. Infatti, la quota di coloro che si sono rivolti alle agenzie/agenti immobiliari valutatori è salita di 5,2 punti percentuali, quella di coloro che hanno utilizzato un altro professionista di 9,6 punti (graf. 20).

GRAFICO 20

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE 2004-2006
(vendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Così come riscontrato nelle precedenti Indagini **Tecnoborsa** sull'intermediazione e la valutazione in ambito immobiliare, si evidenzia ancora come sia il costo del servizio, ritenuto molto elevato in correlazione con lo standard qualitativo del medesimo, la causa principale per cui le famiglie italiane usufruiscono dei servizi dell'agenzia immobiliare in caso di compravendite in misura inferiore che in altri Paesi dell'Unione Europea. C'è, però, una differenza di tendenza tra chi acquista e chi vende; infatti, come già evidenziato precedentemente, tra coloro che hanno acquistato sono saliti quelli che hanno deciso di non ricorrere all'agenzia immobiliare perché hanno ritenuto che i costi erano troppo elevati (+18,4 punti percentuali) e/o per mancanza di fiducia

(+13,1 punti); mentre, invece, si è ridotta la percentuale di coloro che non vi hanno fatto ricorso perché non conoscono nessuna agenzia (-7,4 punti). Tra chi ha venduto, invece, è cresciuta la quota di coloro che non lo hanno fatto perché hanno ritenuto scarsi i servizi offerti dalle agenzie (+15 punti percentuali) e la quota di coloro che non hanno fiducia in queste (+6,4 punti); mentre, sono scesi coloro che hanno ritenuto il costo troppo elevato (-4,7 punti).

E' da sottolineare la differenza dei canali usati da parte di chi vende e di chi acquista, esclusa l'agenzia immobiliare; infatti, anche se in entrambi i casi si fa un massiccio uso del passa parola, tuttavia, mentre da parte di chi acquista c'è un alto ricorso alle riviste specializzate ma è scarsa la ricerca attraverso Internet, viceversa, chi vende usa poco le riviste specializzate e molto Internet.

In questo contesto, come richiamato in apertura, non viene ancora percepito in maniera adeguata dal consumatore il ruolo propulsivo svolto dalle Associazioni di categoria degli Agenti Immobiliari, e in particolare la sistematica attività formativa e di aggiornamento professionale posta in essere da alcune di queste organizzazioni per contribuire ad elevare la qualità dello *standard* dei servizi dei relativi associati al fine di uniformarli alle *best practices* riscontrabili in altri virtuosi Paesi dell'UE.

Passando alla valutazione, ma in linea con quanto riscontrato per l'intermediazione, anche per quanto riguarda il valutatore esperto vi fanno più ricorso coloro che vendono rispetto a coloro che acquistano.

Tuttavia, per la domanda è più alto il ricorso all'agenzia immobiliare rispetto all'utilizzo di altri valutatori qualificati; mentre, per l'offerta, è esattamente il contrario. Viceversa, nell'Indagine 2004 il ricorso al valutatore era più alto tra coloro che acquistavano ed era in crescita sia per la domanda che per l'offerta rispetto all'Indagine 2002; invece, dal confronto delle due Indagini 2004 e 2006, si è riscontrato che è salita la quota di chi ha fatto valutare la casa prima di venderla o tentare di venderla, ma è sceso il ricorso al valutatore tra chi ha acquistato.

Concludendo dall'analisi dei dati è emerso che sia nel caso di chi acquista che in quello di chi vende tramite agenzia immobiliare è molto più alta la quota di coloro che vi ricorrono per venire a conoscenza delle opportunità che offre il mercato (34,4% per la domanda e 40,2% per l'offerta), mentre è molto più bassa la quota di chi la utilizza per far valutare il bene (13,6% tra chi acquista e 34,5% tra chi vende). Dunque l'agenzia è

percepita principalmente come una buona fonte di informazioni⁵ ancor più che un luogo di riferimento per ottenere una consulenza valutativa del valore di mercato di un determinato bene immobiliare. Tuttavia, da parte di chi vende l'agenzia immobiliare rimane pur sempre il canale preferito per la valutazione del bene, seguita con un notevole distacco dagli altri liberi professionisti abilitati, mentre chi acquista si avvale in egual misura di entrambi i canali.

⁵ A riguardo, è opportuno sottolineare che si sta registrando sempre più un divario crescente tra quelle agenzie immobiliari che forniscono informazioni e servizi scarsi, rispetto a coloro che offrono un servizio completo (tecnico, ipotecario, catastale, sino all'assistenza per il finanziamento dell'immobile e altri servizi specialistici), anche a costi particolarmente competitivi.

Sovente è il cliente-consumatore che non si informa sufficientemente e/o non si attiva in maniera critica. In particolare, spesso non effettua preventive ricerche o specifiche indagini circa il profilo professionale e le caratteristiche dei servizi offerti dall'agenzia immobiliare prescelta, anche ricorrendo all'aiuto della Borsa Immobiliare Italiana e/o delle Associazioni di categoria, ormai disponibili pure on-line.