

L'INDAGINE TECNOBORSA 2008: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

a cura di Alice Ciani

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

L'agente immobiliare spinge sempre più verso un'offerta multiprodotto

1. Introduzione

Il Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** continua ad analizzare da vicino le scelte, le motivazioni e gli atteggiamenti delle famiglie italiane nei confronti di due aspetti fondamentali del mercato immobiliare: l'intermediazione e la valutazione.

Nell'ultimo anno che il calo netto delle compravendite nell'immobiliare sia severo è noto a tutti e in modo particolare agli operatori del settore che per attuare le vendite si vedono costretti, più che in passato, ad avviare nuove politiche commerciali. L'agente immobiliare è sempre meno solo un mediatore, ossia colui che mette semplicemente in contatto due o più parti, ma spinge sempre più verso un'offerta multiprodotto facendo da cerniera tra servizi bancari, assicurativi e intermediazione professionale. Quindi, l'agente è sempre più un erogatore di servizi finalizzati alla conclusione di un contratto. I servizi offerti includono la stima del valore del bene, il suo posizionamento sul mercato, raccolta della documentazione necessaria, attività di marketing, fornitura del mutuo o delle polizze, il supporto in tutte le fasi della transazione ed in alcuni casi anche il trasloco, le ristrutturazioni e gli arredi.

In momento di stagnazione del mercato come quello che si sta vivendo stanno nascendo nuovi modi di fare agenzia, tra questi vi è l'esplosione di portali immobiliari. Da uno studio della Nielsen è emerso che, in poco più di due anni, il numero di utenti che hanno visitato siti di annunci immobiliari è salito del 250% arrivando a superare i 2,2 milioni di persone. Inoltre, Google Italia ha stimato che nel biennio futuro si raddoppieranno il numero delle persone che ricorrono ad Internet per cercare un immobile.

Quindi, come **Tecnoborsa** ha già evidenziato in passato, le agenzie dovranno puntare sulla professionalità e sulla competitività, fornendo sempre più servizi ad alto valore aggiunto per far fronte alla crisi che sta investendo il mercato.

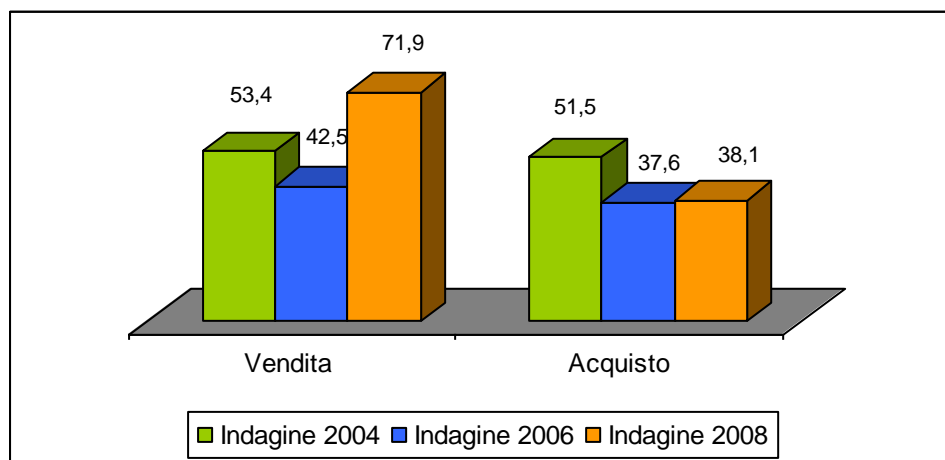
2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate sul campione di riferimento è emerso che, nel biennio 2006-2007, circa il 38,1% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile ed il 71,9% 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** 2004, 2006 e 2008 si può notare che si interrompe il *trend* negativo per i vari canali prescelti; infatti, c'è una lievissima ripresa per quanto riguarda l'acquisto e una forte ripresa per le vendite (*graf. 1*).

GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA 2004-2006-2008
(compravendite effettuate, val.%)



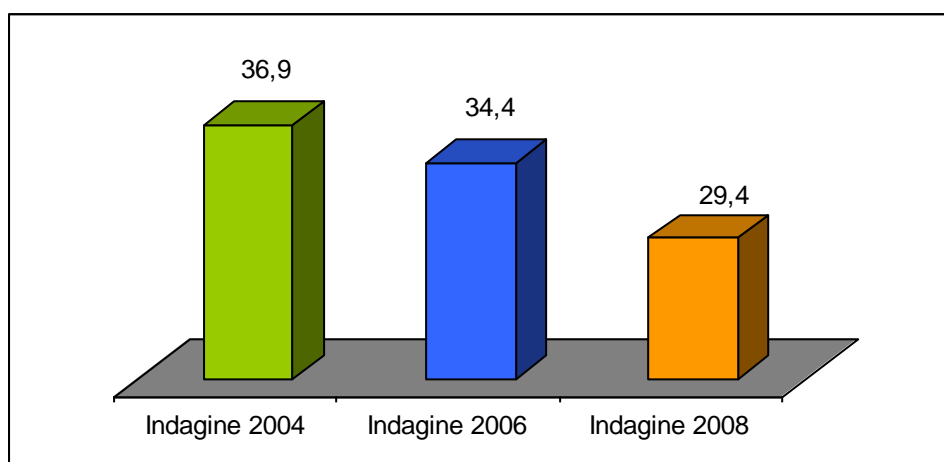
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che si sono serviti dei canali sopra indicati per acquistare un'abitazione prevalgono le persone con età compresa tra i 25 e i 34 anni e tra i 45 e i 54 anni e si tratta prevalentemente di artigiani e commercianti. Inoltre, geograficamente si evidenzia una maggiore concentrazione del fenomeno tra i residenti del Nord Ovest e tra coloro che vivono nelle città medio-grandi.

Andando ad analizzare i canali prescelti, l'agenzia immobiliare, coerentemente con quanto riscontrato nelle Indagini precedenti, è la più utilizzata (29,4% di chi ha acquistato), seguita con un notevole distacco dal ricorso all'aiuto di altri consulenti (8,2%). Tuttavia, il ricorso all'agenzia immobiliare è sceso del 7,5 punti percentuali rispetto al 2004 e di 5 punti rispetto al 2006 (*graf.2*). Viceversa, rispetto all'Indagine 2006, è salito di 5 punti il ricorso ad altri consulenti.

GRAFICO 2

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006-2008
(acquisti effettuati, val.%)



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

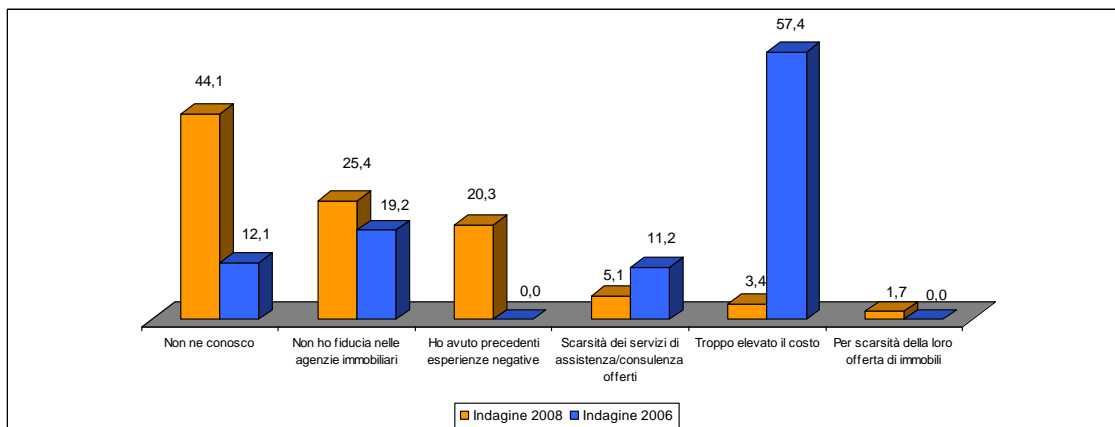
Coloro che hanno utilizzato l'agenzia immobiliare per acquistare un'abitazione sono prevalentemente persone che risiedono nel Nord Ovest del Paese, individui con un basso titolo di istruzione, per lo più operai. Tra i principali motivi del mancato ricorso alle agenzie immobiliari da parte di chi ha acquistato un immobile troviamo, in ordine decrescente: la mancanza di conoscenza (44,1%); la mancanza di fiducia verso le agenzie (25,4%); le precedenti esperienze negative (20,3%); la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (5,1%); il costo troppo elevato (3,4%); infine, la scarsità di offerte immobiliari (1,7%).

Dal confronto con l'Indagine 2006 è emerso che è notevolmente diminuita la quota di chi non ha fatto ricorso all'agenzia immobiliare perché riteneva il costo troppo elevato (-54,1 punti percentuali), viceversa è cresciuta la quota di coloro che hanno motivato il

non ricorso con il fatto di non conoscere agenzie (+31,9 punti) o con precedenti esperienze negative (+20,3 punti) (graf. 3).

GRAFICO 3

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



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – Tecnoborsa

Tali fenomeni si potrebbero imputare al fatto che oggi sempre più agenzie richiedono il pagamento della provvigione solo all'acquirente e con il fatto che, essendo molto alta la quota di chi opera abusivamente nel settore, le famiglie decidono di usufruire dei servizi di un'agenzia solo se si conosce chi vi opera.

A non aver fiducia nelle agenzie sono principalmente i nuclei il cui capofamiglia è un imprenditore e che risiedono nei Comuni di media dimensione del Nord-Est; mentre, tra coloro che non vi hanno fatto ricorso perché non ne conoscono, prevalgono le persone con un titolo di studio alto o medio-alto, imprenditori, liberi professionisti, dirigenti e quadri che risiedono al Centro o nel Sud e nelle Isole del Paese, mentre, il fenomeno è abbastanza trasversale rispetto alla dimensione del Comune.

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2006-2007 è stato chiesto anche, come nell'Indagine nazionale precedente, tramite quali canali informativi, esclusa l'agenzia immobiliare, hanno trovato l'abitazione, ed è risultato che ben il 40,5% lo ha fatto attraverso il passa parola con gli amici, con i portieri, ecc....; il 19% ha utilizzato Internet; a parità di punteggio il 14,3% ha consultato le riviste specializzate o è ricorso

agli annunci pubblicitari; il 7,1% attraverso altri canali e solo il 4,8% leggendo quotidiani.

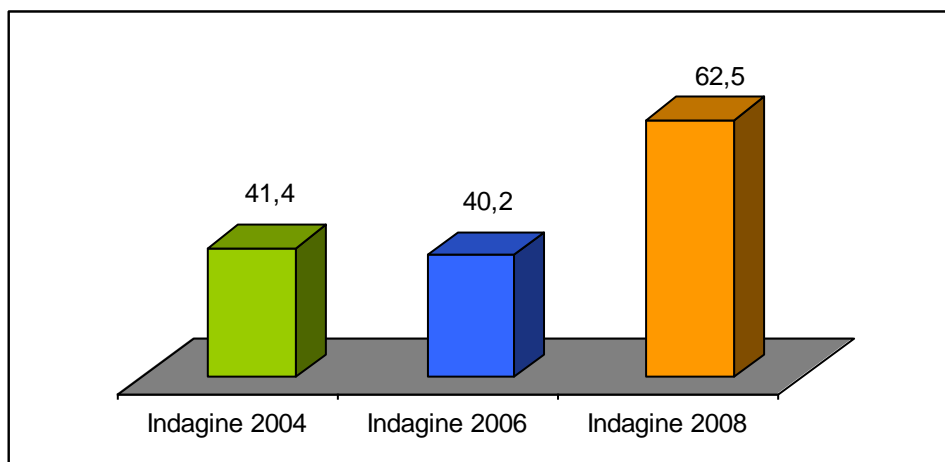
Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un qualsiasi canale per vendere un immobile nel biennio 2004-2005, prevalgono le famiglie monogenitore o le coppie con figli piccoli il cui capofamiglia è abbastanza giovane (25-34 anni) o anziano (65-74 anni). Le agenzie immobiliari e/o 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 (62,5%), seguita, anche in questo caso con un forte divario, dal ricorso all'aiuto di altri consulenti, ossia geometri, periti, commercialisti, notai, avvocati, ecc. (9,4%). Rispetto a quanto riscontrato nelle Indagini precedenti, è salita di più di 20 punti percentuali la quota di chi ricorre all'aiuto dell'agenzia per vendere un bene (*graf.4*).

GRAFICO 4

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006-2008

(vendite effettuate, val.%)

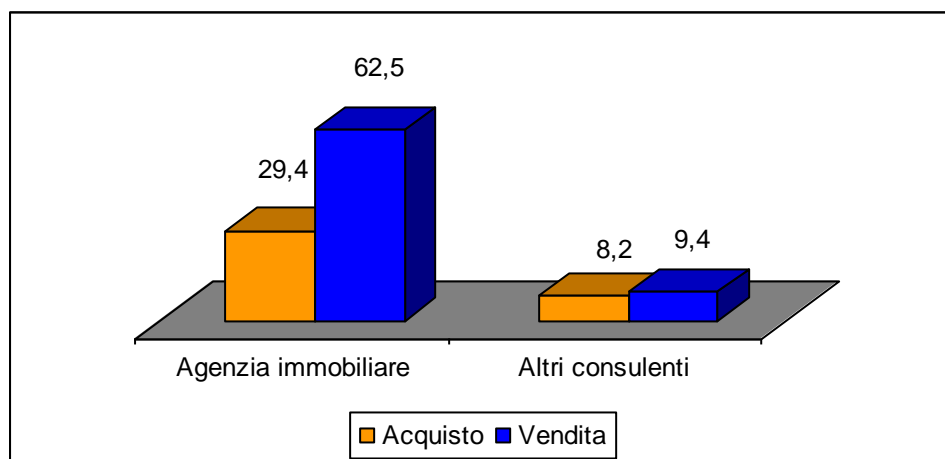


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

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

GRAFICO 5

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



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

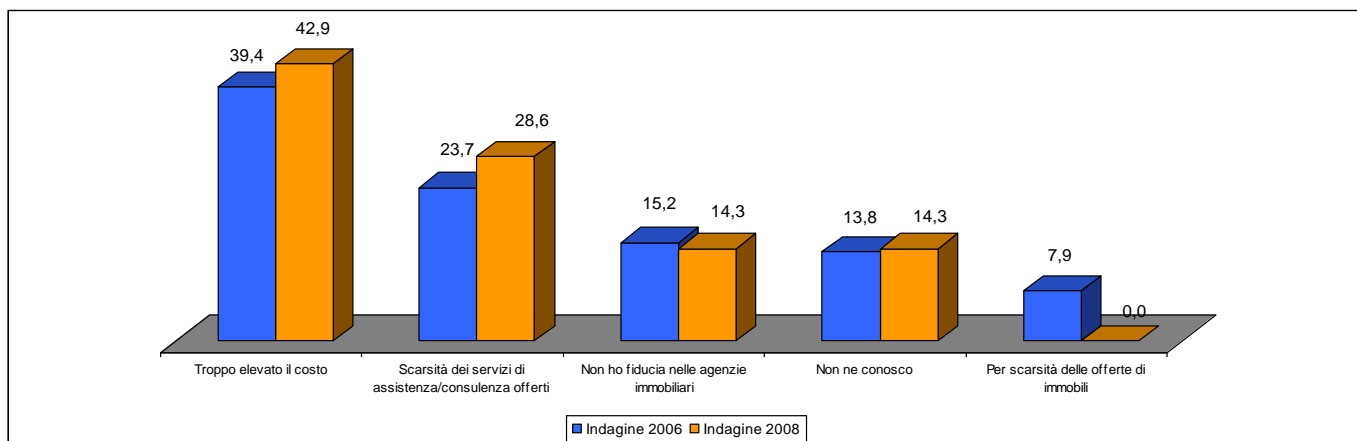
Sono ricorsi all'agenzia immobiliare per vendere un immobile soprattutto coloro che vivono al Centro Italia in Comuni medio-grandi (oltre 40.000 abitanti), con un livello di istruzione medio (licenza media o diploma) e in età compresa tra i 65 e i 74 anni.

Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, emerge che il costo troppo elevato è il motivo più ricorrente (42,9%); seguito dal fatto di ritenere scarsi i servizi di consulenza/assistenza offerti dalle agenzie (28,6%); al terzo posto troviamo, a parità di punteggio, la non conoscenza di agenzie e la mancanza di fiducia verso questa forma di intermediazione (14,3%); nessuno ha indicato come motivazione di non ricorso la scarsità delle offerte immobiliari.

Mettendo a confronto l'Indagine 2006 con quella attuale, rispetto ai motivi di non ricorso alle agenzie immobiliari, si è riscontrato che è cresciuta di 4,8 punti percentuali la quota di coloro che non lo hanno fatto perché hanno ritenuto scarsi i servizi offerti da questa e di 3,5 punti quelli di coloro che hanno ritenuto il costo troppo elevato (graf.6).

GRAFICO 6

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



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

Confrontando le motivazioni di non utilizzo dell'agenzia immobiliare da parte di chi ha acquistato e di chi ha venduto negli ultimi due anni queste sono ora differenti, mentre nelle Indagini precedenti era, in entrambi i casi, il costo troppo elevato.

Andando ad analizzare quali canali informativi, esclusa l'agenzia immobiliare, hanno utilizzato coloro che hanno venduto, ben il 45,2% è riuscito a trovare l'acquirente attraverso il passaparola, il 16,1% attraverso Internet, il 12,9% attraverso le inserzioni pubblicitarie, il 9,7% leggendo i quotidiani e il 6,5% ha consultato le riviste specializzate.

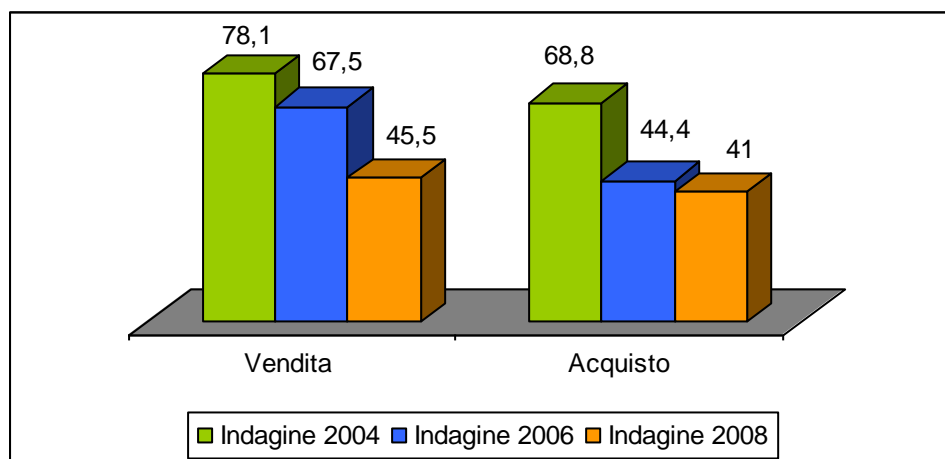
E' da sottolineare la similitudine dei canali usati da parte di chi vende e di chi acquista; infatti, in entrambi i casi, al primo posto si trova il passaparola, al secondo Internet e al terzo le affissioni.

2.2. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari previste

Il 41% di chi pensa di acquistare un immobile, nel biennio 2006-2007, e il 45,5% di chi suppone di vendere ritengono che faranno ricorso ad un canale di intermediazione. Si tratta di valori decisamente inferiori a quelli riscontrati nelle Indagini 2004 e 2006. Infatti, l'intenzione al ricorso è scesa rispettivamente di 27,8 e di 3,4 punti percentuali nella domanda futura, di 32,6 e di 22 nell'offerta (graf. 7).

GRAFICO 7

UTILIZZO DEI CANALI DI VENDITA 2004-2006-2008
(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 transazioni nei due anni precedenti l'Indagine, si evidenzia che il ricorso effettivo ad un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti è decisamente superiore a quello previsto¹ per ciò che riguarda la vendita, viceversa è leggermente inferiore, di 2,9 punti, la quota di chi si è rivolta ad un qualsiasi canale per acquistare, rispetto a chi pensa di farvi ricorso nel prossimo.

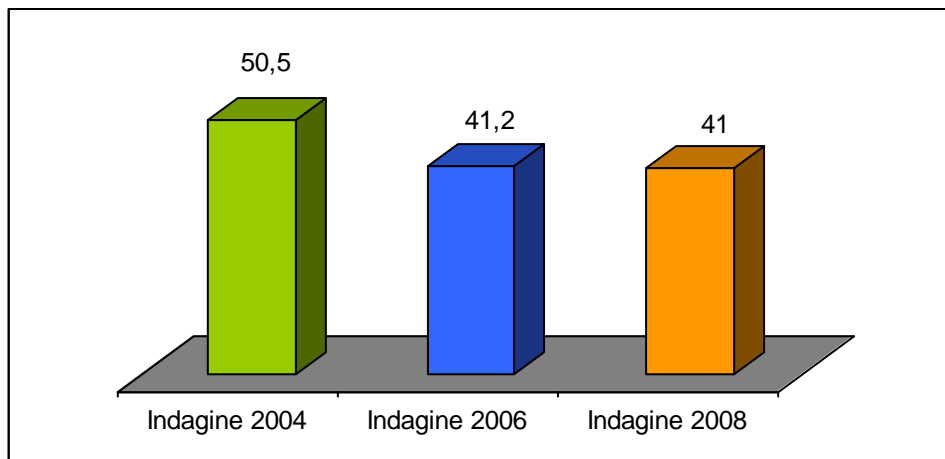
Andando ad analizzare il profilo di chi pensa di rivolgersi ad una di queste figure per l'acquisto futuro di un immobile, si riscontra che sono prevalentemente coppie giovani o mature che risiedono nel Nord Ovest del Paese, liberi professionisti e artigiani/esercenti/commercianti/agricoltori autonomi.

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%), seguita, con un distacco notevolissimo, dagli altri consulenti (5%). Tuttavia, la quota di coloro che intendono rivolgersi ad un'agenzia, rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2004, è scesa di 9,5 punti percentuali ma è rimasta stabile rispetto all'indagine 2006 (graf. 8).

¹ 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.

GRAFICO 8

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006-2008
(acquisti previsti, val.%)

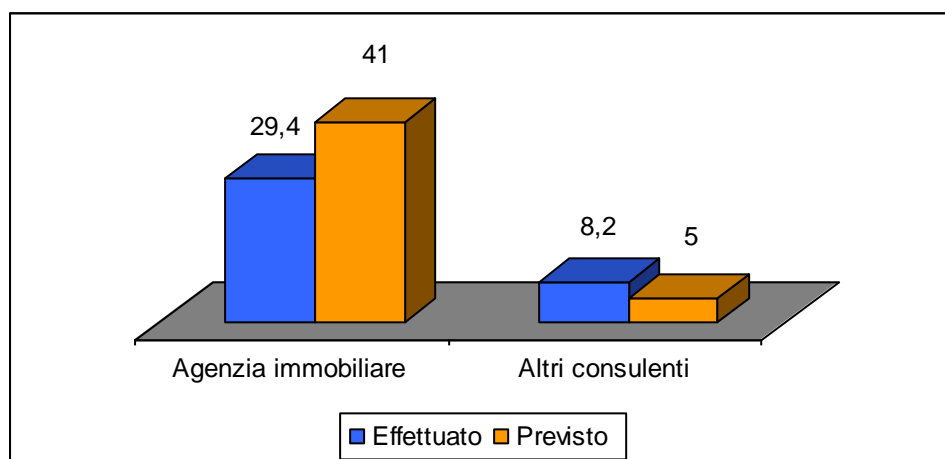


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Inoltre, la percentuale delle intenzioni di ricorso alle agenzie da parte di chi acquista, è più elevata di quelle relative all'utilizzo effettivo; viceversa, per quanto riguarda gli altri consulenti, ci si dovrebbe aspettare un leggero calo nel prossimo biennio (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 piccoli (meno di 40.000 persone residenti) del Nord-Ovest e del Sud e Isole con un buon livello culturale.

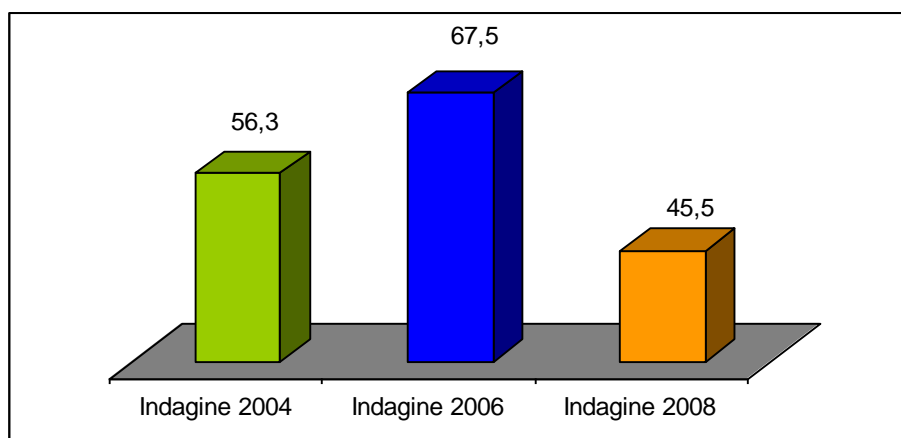
Se si analizza la forma di intermediazione che si intende utilizzare chi pensa di vendere nel biennio 2006-2007, si registra che il 45,5% prevede di utilizzare l'agenzia immobiliare e solo il 9,1% altri consulenti.

Confrontando le intenzioni di ricorso all'agenzia immobiliare con quanto rilevato nelle Indagini 2004 e 2006 si è riscontrato un calo nelle intenzioni di circa 11 punti percentuali rispetto alla prima e addirittura di 22 punti rispetto alla seconda (*graf. 10*).

GRAFICO 10

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE 2004-2006-2008

(vendite previste, val.%)

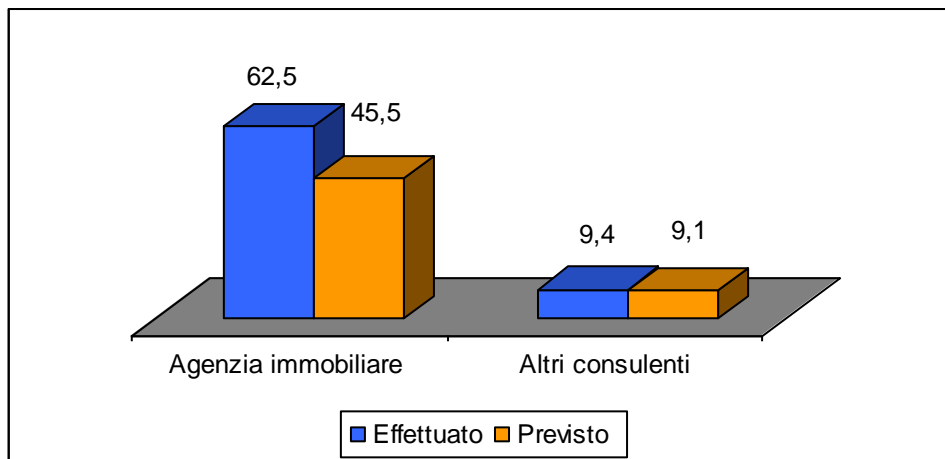


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Per quanto riguarda l'agenzia immobiliare, a differenza di come è avvenuto sul fronte della domanda, la quota di chi intende rivolgersi è più bassa di quella di coloro che vi si sono effettivamente rivolti. Per quanto riguarda gli altri consulenti, i valori sono allineati (*graf. 11*).

GRAFICO 11

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

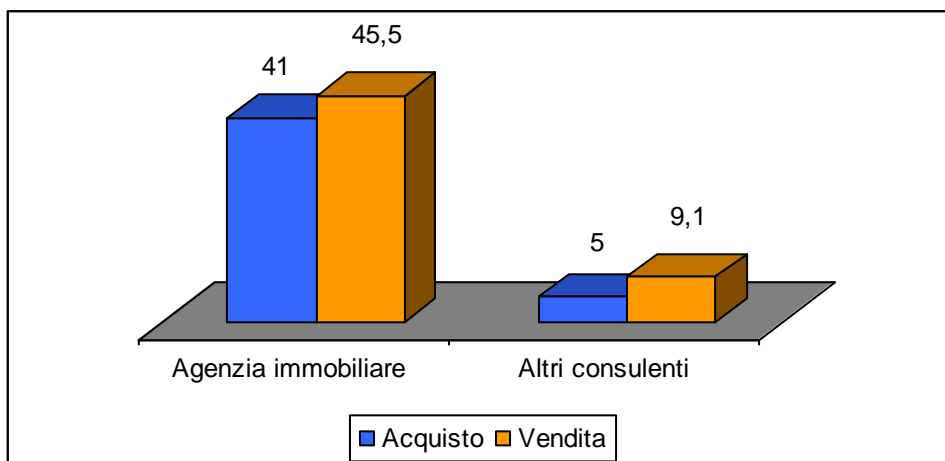


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

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**

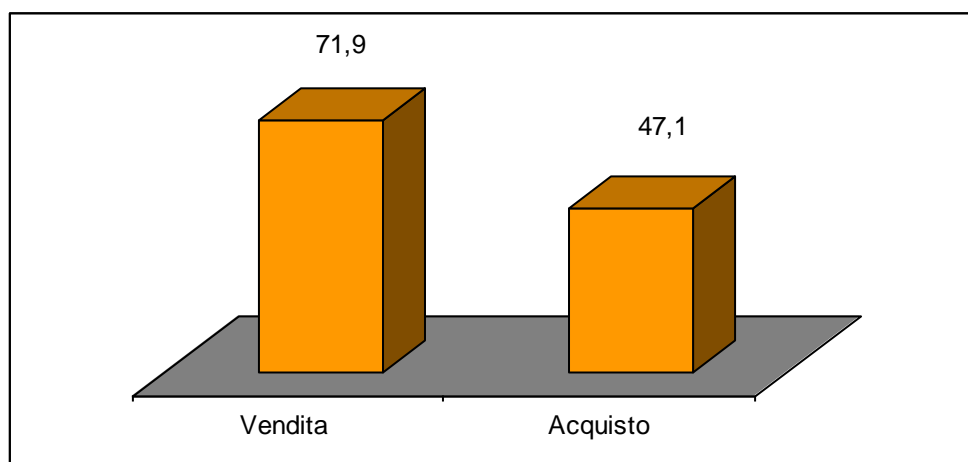
3. La valutazione

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

Dall'indagine 2008 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 47,1% di coloro che hanno acquistato e il 71,9% di chi ha venduto (*graf. 13*).

GRAFICO 13

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



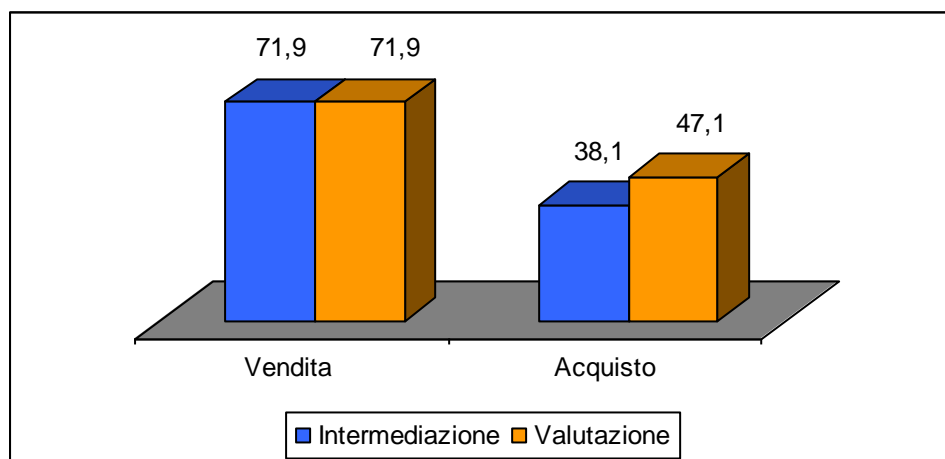
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

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 i due valori sono allineati (*graf. 14*).

GRAFICO 14

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

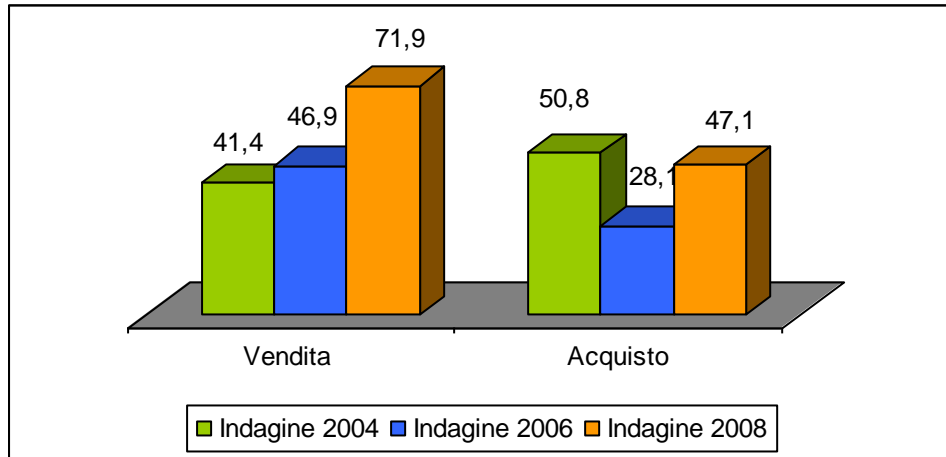


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Viceversa, nell'Indagine 2004 il ricorso al valutatore era più alto tra coloro che acquistavano. Sempre dal confronto delle tre Indagini si è riscontrato che il ricorso al valutatore tra chi ha acquistato è sceso di 3,7 punti percentuali rispetto al 2004 ed è salito di ben 19 punti rispetto al 2006; mentre, per quanto riguarda le vendite, si sono registrati degli incrementi considerevoli, infatti, la quota di chi ha fatto valutare la casa prima di venderla o tentare di venderla è salita di 30,5 punti percentuali rispetto a quattro anni fa e di 25 rispetto a due anni fa (*graf. 15*).

GRAFICO 15

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE 2004-2006-2008
(compravendite effettuate, val. %)



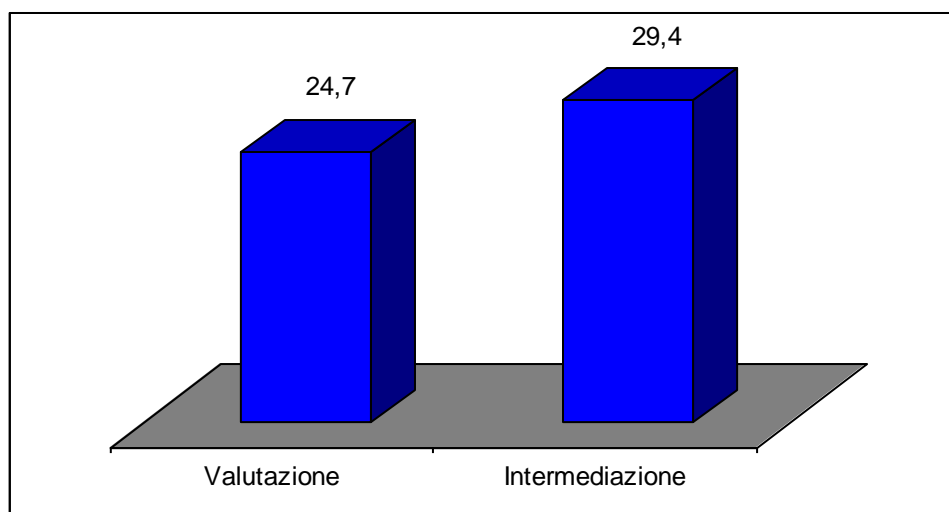
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene servendosi di un valutatore prevalgono gli intervistati con un titolo di studio basso o medio-basso che vivono in Comuni grandi; basso è il ricorso a questa figura professionale tra i residenti del Sud e delle Isole.

Andando ad analizzare la figura del valutatore utilizzata da parte di chi ha acquistato, è emerso che il 24,7% di coloro che hanno acquistato negli ultimi due anni si è rivolto all'agenzia immobiliare per far valutare l'immobile, il 18,8% si è rivolto direttamente al valutatore libero professionista (architetto, ingegnere, geometra, agente immobiliare valutatore, perito edile) e solo il 3,5% 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 4,7 punti percentuali di differenza) (*graf. 16*).

GRAFICO 16

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

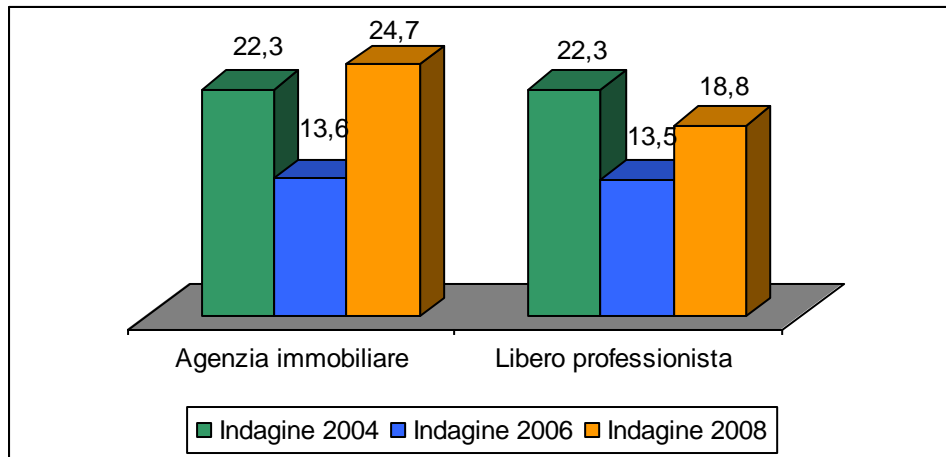


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Dal confronto con le Indagini 2004 e 2006 si riscontra che c'è un incremento di coloro che si sono rivolti all'agenzia immobiliare per far valutare il bene da acquistare. Per quanto riguarda il ricorso al libero professionista, la situazione è più altalenante e, dopo il brusco calo registrato nel 2006, si assiste ad una certa ripresa (*graf. 17*).

GRAFICO 17

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE:
CONFRONTO 2004-2006-2008
(acquisti effettuati, val. %)



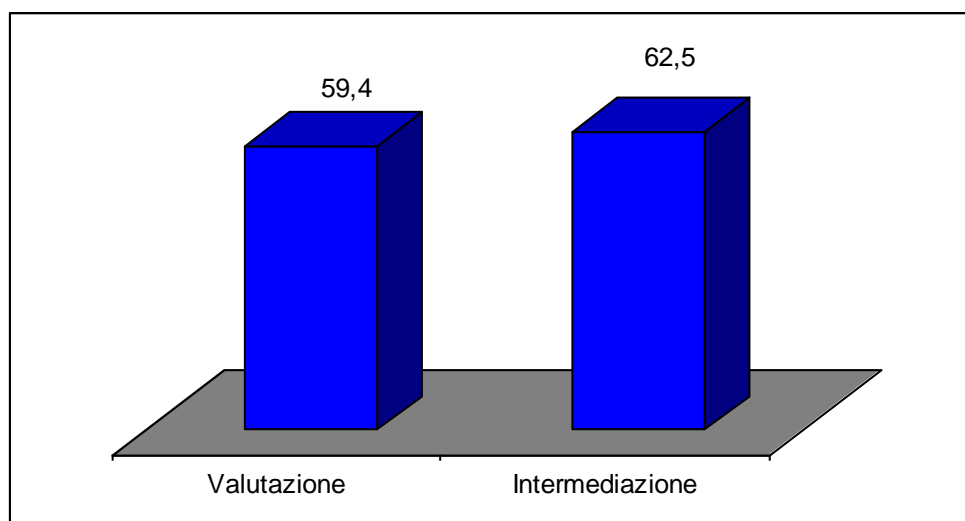
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta, si rileva che sono ricorsi all'aiuto di un valutatore prevalentemente coppie mature con o senza figli, i cui capofamiglia sono imprenditori o liberi professionisti con un titolo di studio alto o medio-alto, che vivono nei Comuni di media dimensione del Nord-Est e del Centro.

La figura professionale preferita per far valutare l'immobile da chi ha venduto è l'agenzia immobiliare/l'agente immobiliare valutatore (59,4%), seguita da liberi professionisti abilitati (15,6%), mentre nessuno 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 3,1 punti percentuali), (*graf. 18*).

GRAFICO 18

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

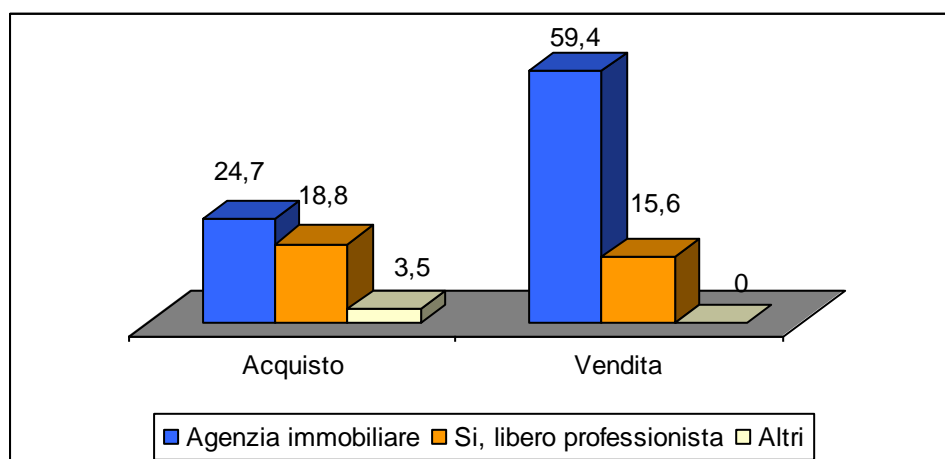


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dei diversi canali rispetto alla domanda e all'offerta risulta che sempre di più il canale preferito per far valutare il bene è l'agenzia immobiliare in particolar modo per quanto riguarda la vendita, dove il *gap*, rispetto al libero professionista è di ben 43,8 punti percentuali (*graf. 19*).

GRAFICO 19

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

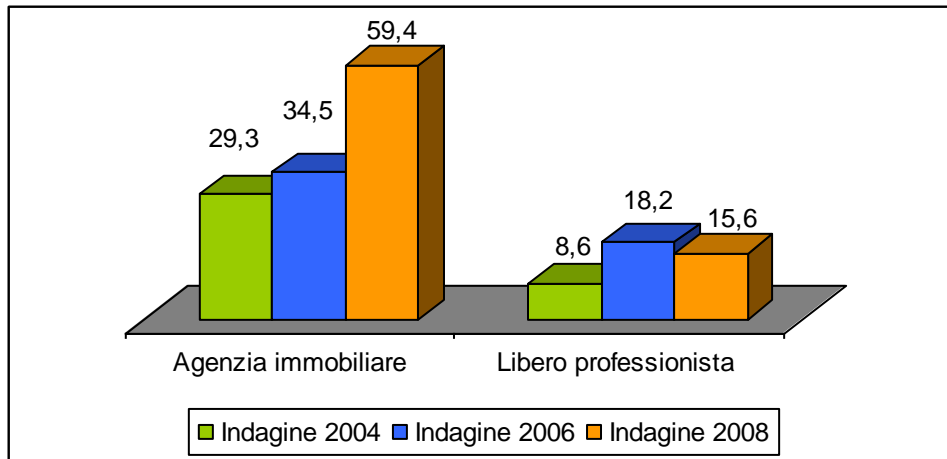


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Infine, mettendo sempre a confronto le ultime tre Indagini nazionali rispetto alla tipologia di valutatore esperto utilizzata da parte di coloro che hanno venduto, si è riscontrato che continua il *trend* crescente di coloro che prima di vendere fanno valutare il bene ad un'agenzia immobiliare. Invece, per quanto riguarda il ricorso ai liberi professionisti, nel 2008 si è registrato un lieve calo rispetto a quanto rilevato nel 2006 (*graf. 20*).

GRAFICO 20

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE
CONFRONTO 2004-2006-2008
(vendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Il ricorso ai diversi canali di vendita ha avuto un andamento diverso per quanto riguarda la domanda e l'offerta; infatti, nel primo caso si è registrata una forte ripresa del ricorso, mentre nel secondo caso, dopo il forte calo registrato tra il 2004 e il 2006, si assiste ad una lievissima ripresa. Tuttavia, per quanto riguarda le sole agenzie immobiliari, si è registrato un notevole calo della quota di chi vi ha fatto ricorso per acquistare e una spiccata ripresa da parte di coloro che hanno venduto; Infatti, da quest'ultima Indagine è emerso che l'agenzia è più utilizzata da parte di chi vende e meno da chi acquista: il *gap* è di ben 33,1 punti percentuali.

A differenza di quanto riscontrato nelle precedenti Indagini **Tecnoborsa** sull'intermediazione e la valutazione in ambito immobiliare, si evidenzia che la causa principale di non ricorso all'agenzia immobiliare come canale di intermediazione per l'acquisto di un bene, non è più il costo del servizio, ma è la mancanza di una conoscenza diretta di un'agenzia. Quindi le famiglie, quando devono comprare un'abitazione, sono restie ad entrare in una qualsiasi agenzia e preferiscono ricorrere ad altri canali. Viceversa, per quanto riguarda chi ha venduto, il motivo più indicato per il non ricorso rimane il costo ritenuto molto elevato in correlazione con lo *standard*

qualitativo del medesimo. C'è, sostanzialmente, una differenza di tendenza tra chi acquista e chi vende; infatti, tra coloro che hanno acquistato sono saliti quelli che hanno deciso di non ricorrere all'agenzia immobiliare perché non conoscono nessuna agenzia (+32 punti percentuali), perché hanno avuto precedenti esperienze negative (+20,3 punti), e/o per mancanza di fiducia (+6,2 punti) e/o per scarsità delle offerte immobiliari (+1,7 punti). Tra chi ha venduto, invece, è cresciuta la quota di coloro che non lo hanno fatto perché hanno ritenuto i costi troppo elevati (+3,5 punti percentuali) o per la scarsità di servizi di assistenza e/o consulenza offerti (+4,9 punti).

E' da sottolineare la concordanza dei canali informativi, esclusa l'agenzia immobiliare, usati da parte di chi vende e di chi acquista; infatti, in entrambi i casi si fa un uso massiccio del passaparola, seguito da Internet e dalle affissioni pubblicitarie.

Per quanto riguarda le intenzioni future, continua il *trend* negativo dell'utilizzo dei canali di vendita tradizionali sia dal lato della domanda che dell'offerta. La stessa situazione è stata evidenziata da un *focus* sulle agenzie immobiliari. Inoltre, la percentuale delle intenzioni di ricorso alle agenzie da parte di chi acquista è più elevata di quella relativa all'utilizzo effettivo; viceversa, per quanto riguarda gli altri consulenti, ci si dovrebbe aspettare un leggero calo nel prossimo biennio. Inoltre, da parte dell'offerta, la quota di chi intende rivolgersi è più bassa di quella di coloro che vi si è effettivamente rivolto. Per quanto riguarda gli altri consulenti, i valori sono allineati.

Passando alla valutazione, 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.

In particolare, in questa Indagine è emerso che sia per la domanda che per l'offerta è più alto il ricorso all'agenzia immobiliare rispetto all'utilizzo di altri valutatori qualificati e dal confronto con le due precedenti Indagini si è riscontrato che c'è stato un incremento di coloro che si sono rivolti all'agenzia immobiliare per far valutare il bene da acquistare e da vendere.

Concludendo, dall'analisi dei dati è emerso che, nel caso di chi acquista tramite un canale di compravendita, è più bassa la quota di coloro che vi ricorrono per venire a conoscenza delle opportunità che offre il mercato rispetto chi la utilizza per far valutare il bene (38,1% contro il 47,1%), mentre, per quanto riguarda chi vende, il valore è allineato (71,9%).

Viceversa, da un *focus* effettuato sulle agenzie è emerso che sia nel caso di chi acquista che in quello di chi vende è molto più alta la quota di coloro che vi ricorrono per venire a conoscenza degli immobili che sono sul mercato (29,4% per la domanda e 62,5% per l'offerta), mentre è più bassa la quota di chi la utilizza per far valutare il bene (24,7% tra chi acquista e 59,4% tra chi vende). Dunque, così come si era già riscontrato nelle due Indagini precedenti, l'agenzia continua ad essere percepita principalmente come una buona fonte di informazioni ancor più che un luogo di riferimento per ottenere una consulenza valutativa del valore di mercato di un determinato bene immobiliare. Tuttavia, più che in passato, l'agenzia immobiliare - sia da parte di chi vende sia da parte di chi acquista - rimane il canale preferito per la valutazione e l'intermediazione del bene, seguita con un notevole distacco dagli altri liberi professionisti abilitati.

Nota metodologica

Indagine realizzata da Format S.r.l. per **Tecnoborsa** S.C.p.A. Campione (n) casuale, proporzionale, rappresentativo delle famiglie italiane stratificato per area geografica (fattori identificativi dell'unità statistica: età del capofamiglia e numero di componenti del nucleo familiare). Metodo CATI: 4673 contatti effettuati, di cui 2000 interviste complete (43%); rifiuti/sostituzioni: 2673 (57%).

Livello di fiducia 95%, probabilità d'errore +/-2,2%. Periodo: Marzo 2008.

Documentazione completa su www.agcom.it