

L'INDAGINE TECNOBORSA 2012:

LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

a cura di Alice Ciani

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

Sono sempre in primo piano gli operatori del mercato immobiliare nel quadro di una congiuntura economica in crisi ma pur sempre in evoluzione

1. Introduzione

In un momento in cui, per la prima volta, prevale il pessimismo da parte degli operatori del *Real Estate* e, in particolare, gli agenti immobiliari denunciano il peggioramento delle aspettative anche sugli orizzonti più distanti¹, tuttavia il mercato reagisce e cerca nuovi sbocchi come emerge anche dalla presente Indagine 2012.

Oggi più che mai i *social network* stanno prendendo piede sia da parte degli utenti, per la facilità di accesso e la ricchezza di offerte e informazioni disponibili, sia a livello commerciale, per la possibilità che offrono ai mediatori immobiliari di andare incontro alla propria clientela specifica avendo a disposizione una miriade di dati utili per fare pubblicità e mirare al proprio *target* e, al tempo stesso, diffondere una nuova cultura immobiliare più fruibile, immediata e trasparente.

Dunque, pur in presenza di previsioni che ancora non lasciano intravedere chiaramente una ripresa di qui al 2013, tuttavia continua lo sforzo degli agenti per professionalizzarsi sempre più attraverso le nuove tecnologie e il *marketing* immobiliare, nella consapevolezza che è un mestiere che esiste da sempre per garantire l'incontro tra domanda e offerta con reciproca soddisfazione, tutelando gli interessi contrapposti di entrambe le parti.

Formazione continua e certificazione delle competenze professionali sono le due vie attraverso cui avviene l'evoluzione della figura del mediatore, a vantaggio del consumatore che richiede competenze e qualità che vanno dalla contrattualistica al *marketing*, dalla negoziazione all'urbanistica, dall'antiriciclaggio alla conoscenza delle tecniche costruttive per il risparmio energetico – adeguate anche agli *standard* europei.

¹ Cfr. *Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia - Luglio 2012* realizzato congiuntamente da Banca d'Italia, **Tecnoborsa** e Agenzia del Territorio, *Supplementi al Bollettino Statistico*, N° 40.

2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

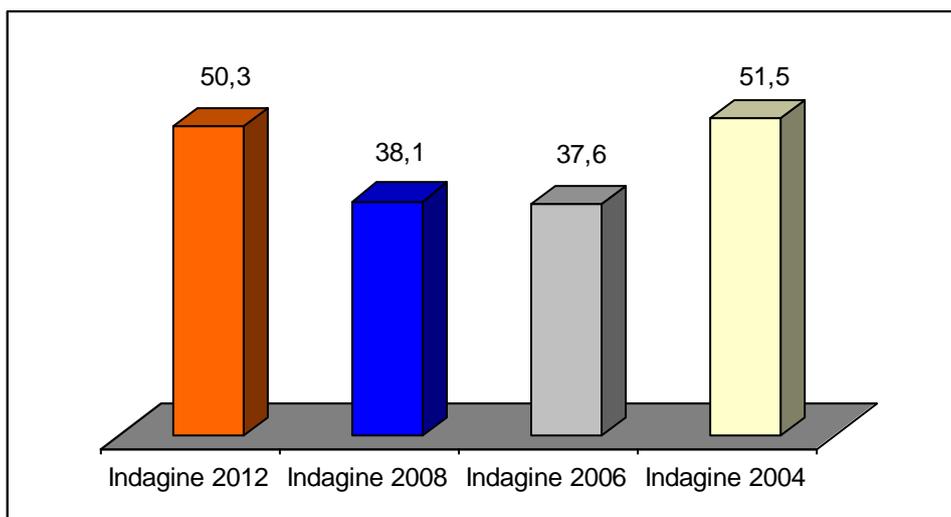
Il 50,3% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile, nel biennio 2010-2011, sono ricorse all'aiuto di un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti per effettuare la transazione.

Rispetto a quanto rilevato nelle Indagini precedenti effettuate da **Tecnoborsa** si è riscontrato che c'è stato un lieve incremento dell'utilizzo delle figure di intermediazione professionale i valori sono tornati quasi ai livelli riscontrati nel 2004 (*graf. 1*).

GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI INTERMEDIAZIONE

(acquisti effettuati, val.%)



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

Tra coloro che si sono serviti di una qualsiasi forma di intermediazione per acquistare un'abitazione, prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia ha più di 55 anni, con un titolo di studio medio o medio-basso, che vive nel Nord-Ovest o nel Sud del nostro Paese, in Comuni con più di 40.000 persone residenti.

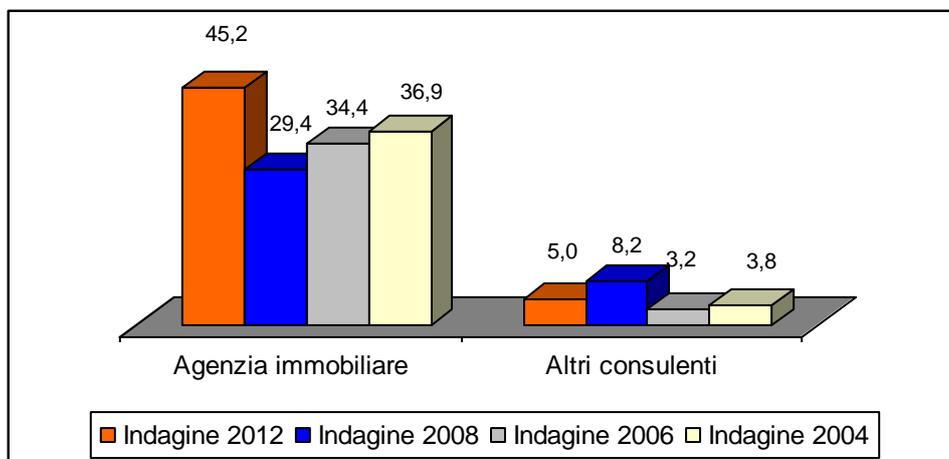
Come sempre, l'agenzia immobiliare, rimane il canale più utilizzato (45,2% di chi ha acquistato), seguita con un notevole distacco dal ricorso all'aiuto di altri consulenti

(5%). Inoltre, va sottolineato che, per quanto riguarda le agenzie immobiliari, si interrompe il *trend* decrescente registrato nelle ultime tre Indagini; invece, c'è stato un lieve calo di coloro che hanno fatto ricorso agli altri consulenti dopo il notevole incremento rilevato nel 2008 (*graf.2*).

GRAFICO 2

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO

(acquisti effettuati, val.%)



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

L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da coppie giovani e le Regioni in cui si sono rilevate le quote più alte di utilizzo sono state il Lazio e la Lombardia; rispetto alla professione e al titolo di studio il fenomeno è abbastanza trasversale.

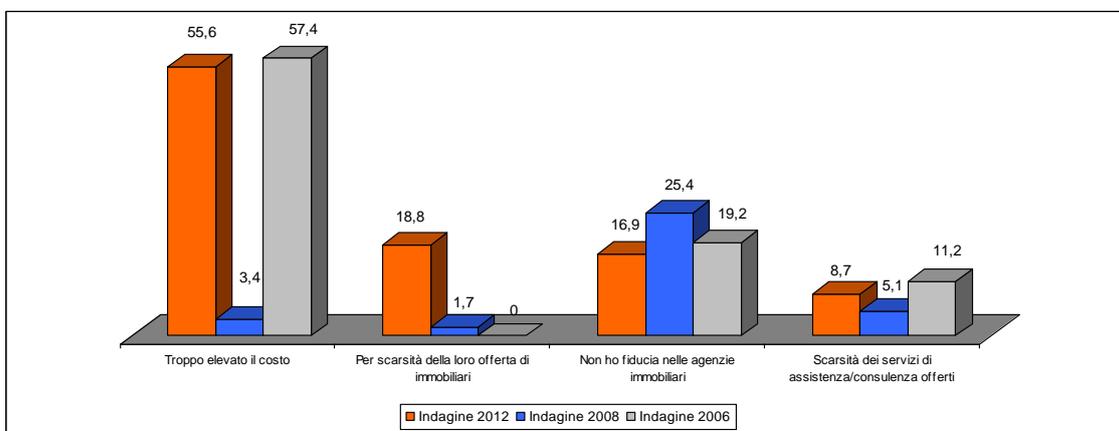
Tra i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile troviamo, in ordine decrescente: il costo troppo elevato (55,6%); la scarsità di offerte immobiliari (18,8%); la mancanza di fiducia verso le agenzie (16,9%); la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (8,7%).

Rispetto all'Indagine 2008 c'è stato un forte incremento della quota di coloro che hanno indicato come causa di non ricorso alle agenzie il loro costo troppo elevato con un ritorno quasi ai valori del 2006; la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza; la percentuale di coloro che hanno trovato l'offerta di immobili piuttosto limitata, e ciò molto probabilmente dipende dal fatto che è sceso il numero di famiglie che in questi ultimi anni hanno deciso di mettere sul mercato i propri immobili, visto il calo dei prezzi

verificatosi; in definitiva, vendono solo coloro che intendono riacquistare o coloro che vi sono costretti. Viceversa, c'è stato un incremento di coloro che hanno dichiarato di non aver usufruito dell'agenzia immobiliare per mancanza di fiducia verso questa figura di intermediazione (graf. 3).

GRAFICO 3

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



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – Tecnoborsa

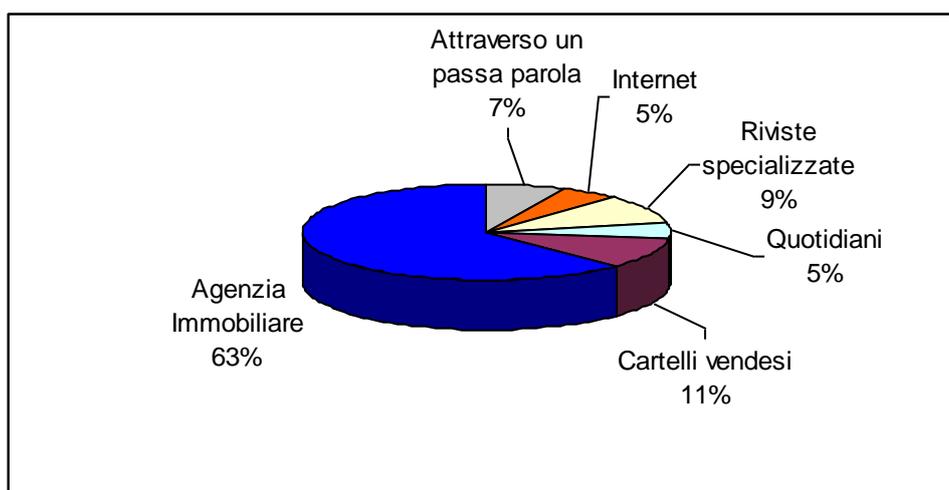
Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente sia venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che per il 41,8% è stato possibile grazie al passa parola con amici, portieri, etc.; per il 29,1% c'è stato l'intervento delle agenzie immobiliari; per il 13,2% hanno funzionato i cartelli vendesi; per il 7,7% Internet; per il 5,3% è valsa la consultazione di riviste specializzate e solo per il 2,9% l'individuazione del bene si è realizzata attraverso la lettura di quotidiani.

Da un focus solo su coloro che hanno acquistato l'abitazione con il supporto di un'agenzia immobiliare è emerso che circa il 37% ha dichiarato di essere venuto a conoscenza del bene attraverso altri canali ma poi di essere stati costretti a 'passare' per un'agenzia perché la vendita dell'immobile era stata affidata a questa (graf. 4).

GRAFICO 4

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

(100=coloro che hanno utilizzato l'agenzia immobiliare per concludere la transazione)

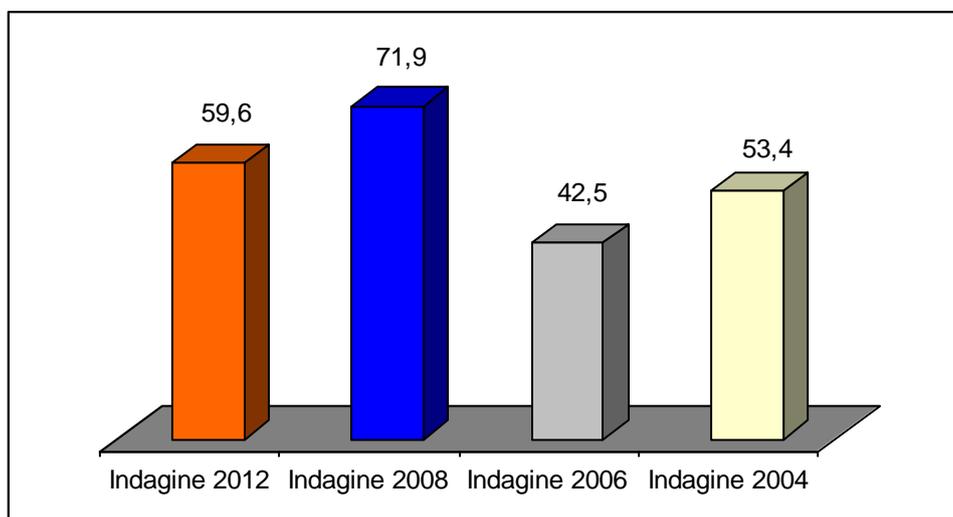


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta è emerso che il 59,6% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito del servizio di un canale di vendita; tale valore, pur rimanendo più alto di quello rilevato nel 2006 e nel 2004, è comunque sceso (12,3 punti percentuali), se confrontato con quello riscontrato nell'Indagine precedente (graf. 5).

GRAFICO 5

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



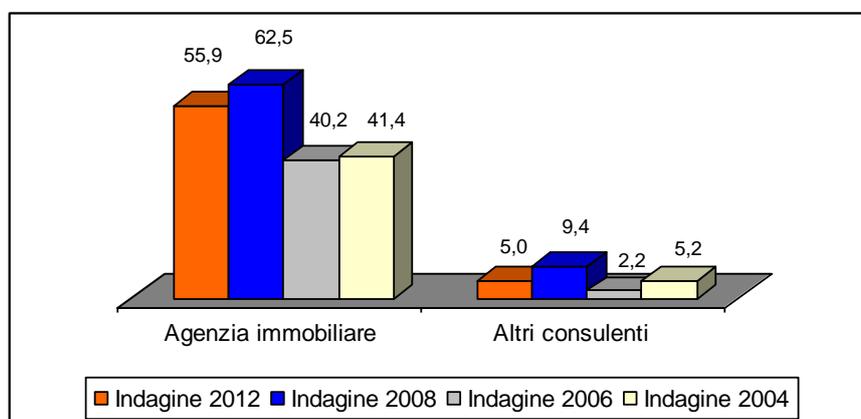
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un qualsiasi canale per vendere un immobile nel biennio 2010-2011, prevalgono le famiglie senza figli, il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni e con una buona situazione economica.

Il grado di preferenza nei confronti delle diverse figure di intermediari da parte delle famiglie che hanno venduto non è cambiato rispetto agli anni passati; infatti, il canale preferito rimane l'agenzia immobiliare (55,9%), anche se la quota di famiglie che l'hanno scelta è scesa di 6,6 punti percentuali rispetto al 2008. Le altre figure professionali sono state utilizzate solo dal 5% di coloro che hanno ceduto un immobile; anche in questo caso la quota di coloro che vi hanno fatto ricorso è scesa rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente (*graf.6*).

GRAFICO 6

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



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

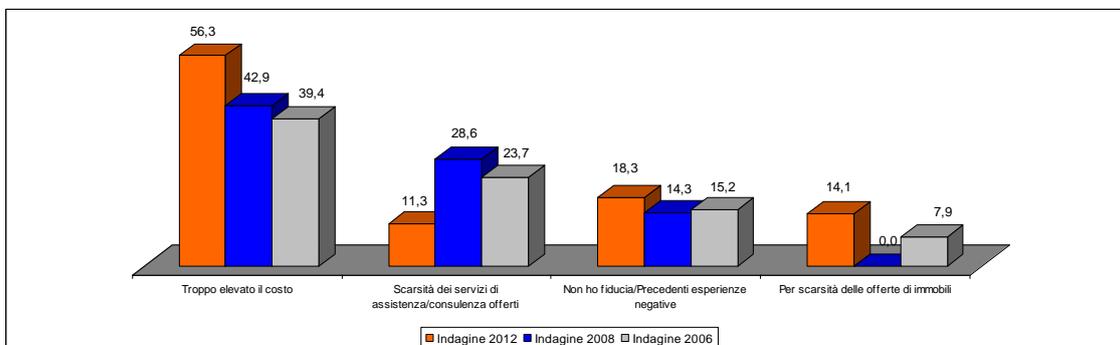
L'agenzia immobiliare è preferita, in particolar modo, da persone tra i 25 e i 34 anni con un buon livello di istruzione; viceversa, scelgono altri consulenti le famiglie più anziane, con un basso titolo di studio che risiedono al Sud o nelle Isole.

Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, al primo posto troviamo il costo troppo elevato (56,3%), così come è avvenuto per chi ha acquistato; a seguire ma con un notevole divario, ci sono coloro che hanno motivato la scelta affermando che la causa del non ricorso è stata la mancanza di fiducia verso questa forma di intermediazione e/o precedenti esperienze negative (18,3%), la scarsità delle offerte immobiliari (14,1%) e la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (11,3%).

Dal confronto con l'Indagine 2008 è emerso che, rispetto ai motivi di non ricorso alle agenzie immobiliari, si è riscontrato che è scesa la quota di chi ha indicato come causa la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (-17,3 punti percentuali), mentre sono cresciute le percentuali di coloro che hanno dichiarato di non essere ricorsi all'agenzia per vendere, perché hanno ritenuto che i costi sono troppo elevati (+13,4 punti), che la rosa degli immobili offerti era scarsa (+14,1 punti), che non hanno fiducia verso questa forma di intermediazione e/o hanno avuto precedenti esperienze negative (+4 punti percentuali) (graf. 7).

GRAFICO 7

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

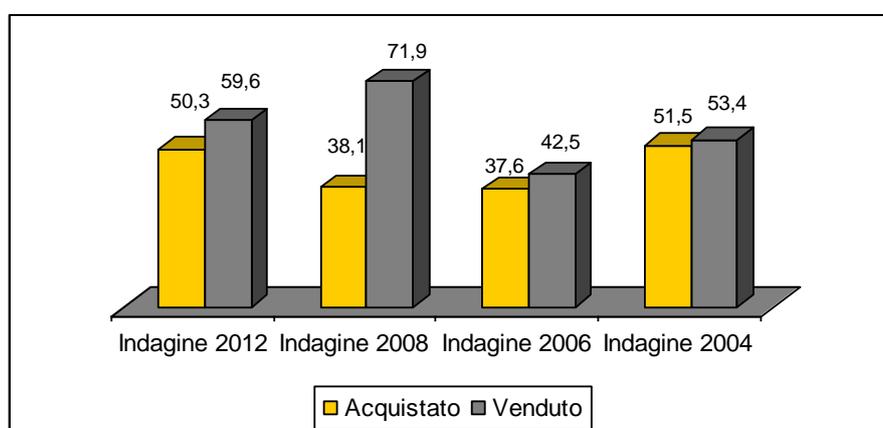


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

A chi non è ricorso all'agenzia immobiliare per vendere l'immobile è stato chiesto quale canale sia stato utilizzato ed è emerso che il 78,5% si è avvalso del passa parola; il 23,1% delle affissioni pubblicitarie; il 6,2% tramite Internet; il 4,6% è ricorso alle riviste specializzate; infine, il 3,1% è riuscito a vendere il proprio immobile con annunci sui quotidiani; mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che il ricorso all'aiuto di un intermediario è risultato essere sempre più alto tra chi acquistato rispetto a chi ha venduto, anche se con *gap* molto diversi nel tempo (*graf.8*).

GRAFICO 8

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

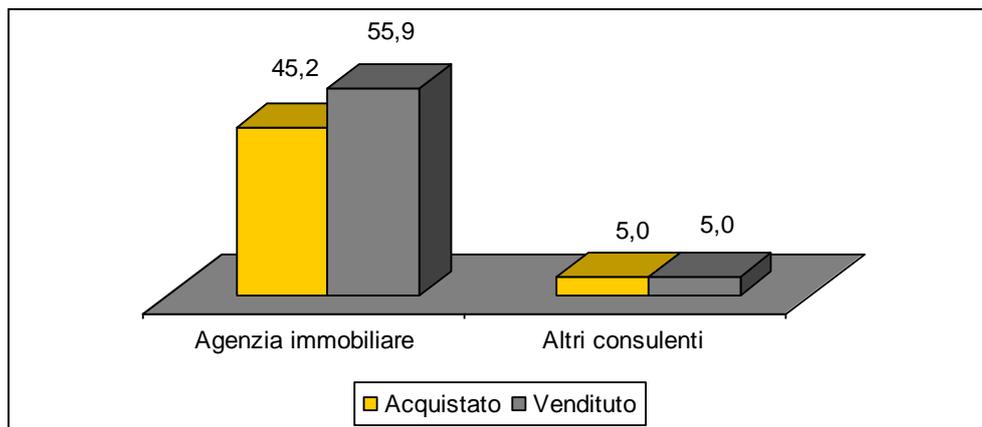


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Invece, analizzando i singoli canali di intermediazione emerge che l'agenzia immobiliare viene preferita sia da chi vende che da chi acquista (*graf.9*).

GRAFICO 9

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



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

3. La valutazione

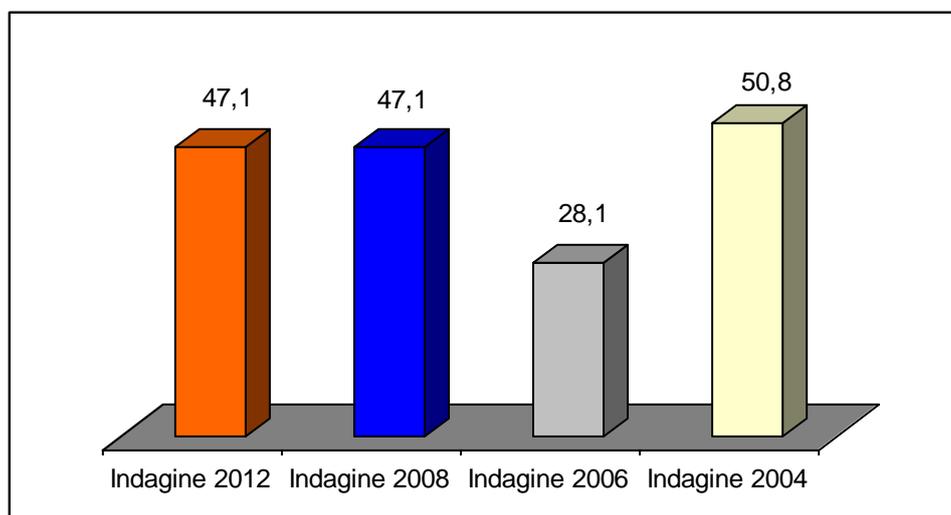
3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'Indagine 2012 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 47,1% di coloro che hanno acquistato, valore allineato a quello rilevato nel 2008 (*graf. 10*).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



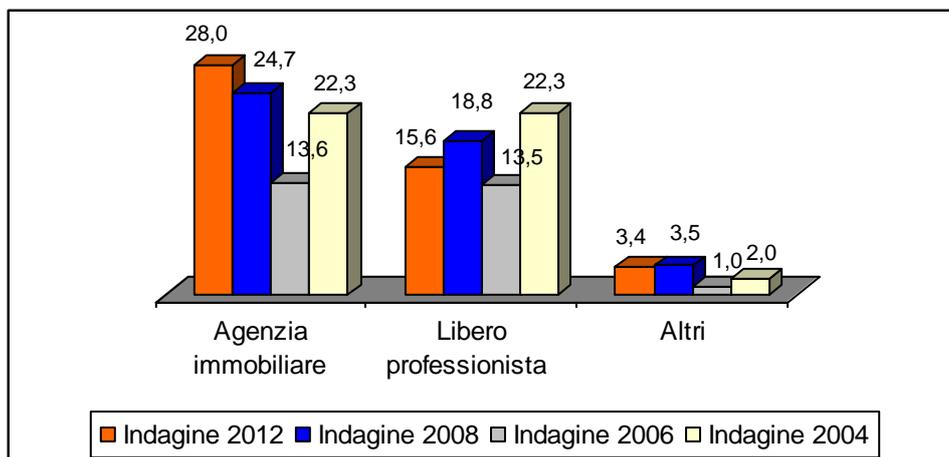
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene dopo averlo fatto valutare prevalgono gli intervistati il cui capofamiglia è giovane, con età compresa tra i 25 e i 35 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 (28%), seguita, con un notevole divario, dal libero professionista (15,6%), e da altri canali non meglio specificati (3,4%). Rispetto a quanto riscontrato nelle Indagini effettuate negli anni precedenti, si è riscontrato un importante incremento del ricorso all'agenzia immobiliare (3,3 punti percentuali rispetto al 2008 e 14,4 punti dal 2006), quindi, si può affermare che l'agente immobiliare viene visto sempre più come un professionista capace di fornire servizi che vanno al di là della sola intermediazione. E' da segnalare anche il calo del ricorso al libero professionista, mentre è rimasta stazionaria la quota di ha usufruito dei servizi di altre figure Il 4% degli acquirenti ha affermato, invece, di aver stimato l'immobile da solo con l'aiuto di listini, ricerche di mercato e quant'altro (*graf. 11*).

GRAFICO 11

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

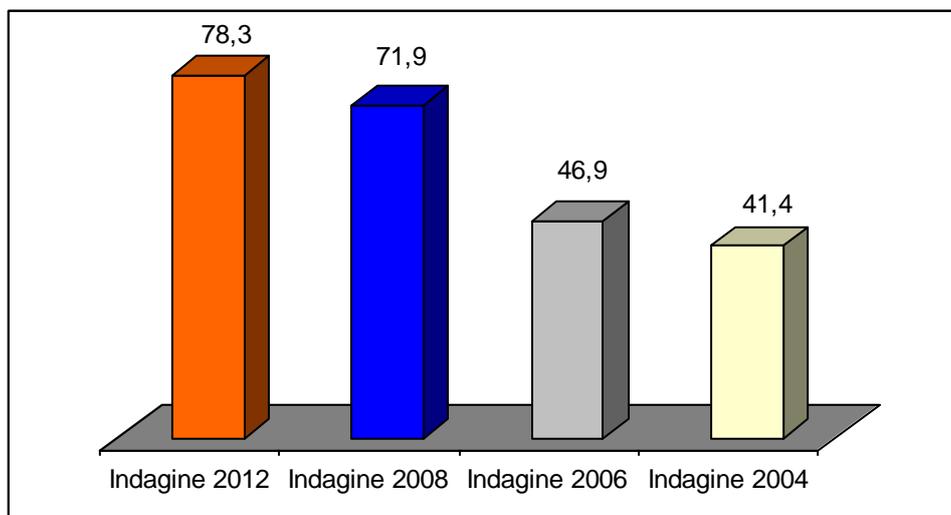


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben il 78,3% di chi è riuscito a vendere un immobile, nel biennio preso in esame, ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo sul mercato e; rispetto alle rilevazioni precedenti, continua a persistere il *trend* crescente di chi fa questa scelta (*graf. 12*).

GRAFICO 12

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

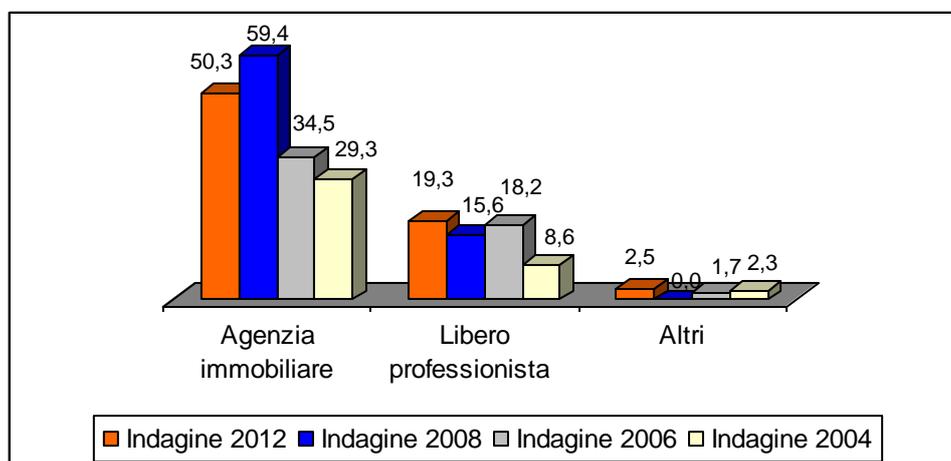


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Andando a studiare le figure professionali utilizzate è stato riscontrato che anche in questo caso la più utilizzata è stata quella dell'agente immobiliare (50,3%); il 19,3% ha fatto ricorso all'aiuto di un libero professionista e il 2,5% ad altre figure professionali. Rispetto a quanto riscontrato in passato va sottolineato un lieve calo del ricorso alle agenzie immobiliari, mentre è cresciuto l'utilizzo dei liberi professionisti e di altri valutatori (graf. 13). L'8,1% ha scelto di valutare da solo il bene venduto.

GRAFICO 13

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

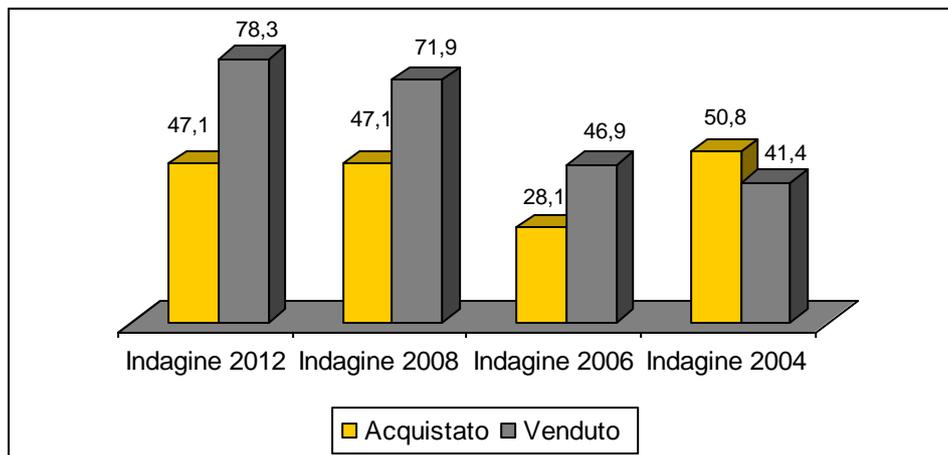


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare nella domanda e nell'offerta emerge che dal 2006 a oggi ricorrono più alla valutazione coloro che vendono rispetto a chi acquista, questo dipende molto probabilmente dal fatto che chi vende conosce meno il mercato rispetto a chi acquista e, quindi, prima di decidere di vendere deve essere sicuro 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 per loro quella determinata casa vale il prezzo richiesto (graf. 14).

GRAFICO 14

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

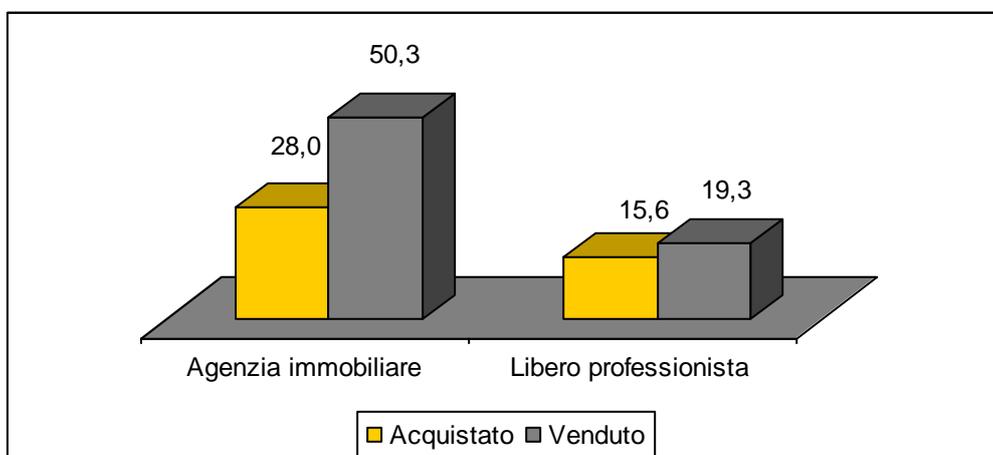


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, nell'Indagine 2012 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 (31 punti percentuali) (graf. 15).

GRAFICO 15

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



4. Conclusioni

Il ricorso ai canali di intermediazione da parte di chi ha comprato un bene nel biennio 2010-2011 ha subito un lieve incremento rispetto a quanto rilevato nelle due Indagini precedenti effettuate da **Tecnoborsa**, pur nel calo sostanziale del volume di affari.

Entrando nello specifico delle diverse figure professionali utilizzate dagli acquirenti emerge che c'è stata una forte crescita del ricorso alle agenzie immobiliari mentre, rispetto al 2008, è scesa la quota di chi ha utilizzato altri consulenti, anche se la percentuale è rimasta lievemente più alta di quelle riscontrate nel 2006 e nel 2004.

Tra i motivi indicati quali cause del non ricorso all'aiuto di agenzie immobiliari come figura di intermediazione, va rilevato il forte incremento di coloro che hanno attribuito la colpa alla scarsità degli immobili offerti e il costo troppo elevato, anche se quest'ultimo rimane di gran lunga il motivo principale per cui più del 50% delle famiglie hanno deciso di utilizzare altre figure professionali o di ricorrere al 'fai da te'.

A differenza di quanto avvenuto per la domanda, dal lato dell'offerta nell'Indagine 2012 si è riscontrato un calo di coloro che sono ricorsi a un canale di intermediazione. In particolare, per quanto riguarda i canali utilizzati, rispetto al 2008, c'è stato un calo nel ricorso all'agenzia immobiliare, anche se rimane pur sempre il canale preferito da coloro che hanno venduto. Anche dall'analisi dell'utilizzo degli altri consulenti c'è stata una diminuzione tra chi vi ha fatto ricorso.

Tra le cause che hanno orientato le famiglie a non ricorrere all'uso delle agenzie per vendere un immobile, continua a restare al primo posto il costo troppo elevato, motivazione che, anche in questo caso, ha subito un notevole incremento rispetto alle due Indagini precedenti.

Per quanto concerne il ricorso alla figura professionale di un valutatore da parte di chi ha acquistato, è emerso che la situazione è rimasta immutata rispetto al 2008 e il canale più utilizzato è stato l'agenzia immobiliare, anzi, va sottolineato un incremento della quota di famiglie che vi hanno fatto ricorso; viceversa, sono diminuiti coloro che hanno optato per il libero professionista.

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 sceso il

numero di famiglie che sono ricorse all'aiuto degli agenti immobiliari ed è salita la quota di quelle che hanno utilizzato un libero professionista.

Mettendo a confronto il ricorso alla figura del valutatore con quella dell'intermediario è emerso che, per quanto riguarda la domanda, è stato più alto l'utilizzo della seconda figura professionale; viceversa, per quanto riguarda l'offerta, il numero di famiglie che hanno fatto valutare un bene prima di venderlo è maggiore di quello di coloro che si sono rivolti a un intermediario per effettuare questo tipo di transazione.

Nota metodologica

Campione proporzionale statisticamente rappresentativo dell'universo delle famiglie italiane, stratificato secondo i seguenti criteri:

- Area: n. 5 classi (Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole, Roma);
- Caratteristiche del nucleo familiare: n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli);
- Ampiezza del comune: n. 3 classi (meno di 40.000 abitanti, tra 40.000 e 250.000 abitanti, oltre 250.000 abitanti);

N. 45 strati (= n. 5 aree * n. 3 caratteristiche del nucleo familiare * n. 3 classi di ampiezza del comune).

Numerosità campionaria complessiva 2.400 casi (2.400 interviste andate a buon fine).

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

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

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