

**L'INDAGINE TECNOBORSA 2016:
LE FAMIGLIE ITALIANE
E IL MERCATO IMMOBILIARE
INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE**

a cura di Alice Ciani
Centro Studi sull'Economia Immobiliare di Tecnoborsa - CSEI

1. Introduzione

La mediazione immobiliare riguadagna terreno presso le famiglie italiane che intendono vendere e/o comprare una casa, dopo anni di flessione dai primi del 2000 a oggi. Sembra sia il buon senso a guidare attualmente questa scelta, perché dettata dall'esigenza primaria di garantirsi il giusto prezzo nell'effettuare la transazione, data la grande offerta presente sul mercato e il conseguente calo dei prezzi degli ultimi anni. Infatti, tuttora persiste il *gap* tra il prezzo richiesto dal privato che vende e l'effettivo valore di mercato e, a tal fine, solo un professionista che abbia la reale conoscenza dei valori può favorire l'incontro tra domanda e offerta.

Tendenzialmente, gli italiani ancora si affidano al passaparola per lo più amicale o ai cartelli – soprattutto per risparmiare la provvigione dell'agenzia che viene tuttora percepita come costosa – però, spesso, si ritrovano a dover fare i conti proprio con un'agenzia perché comunque il venditore gli aveva già affidato il bene.

Infatti, il più delle volte il fai da te non va a buon fine oppure si rischia un incauto acquisto o una cattiva vendita da entrambe le parti perché chi compra non ha gli strumenti idonei e l'esperienza per valutare, mentre chi vende non riesce a pubblicizzare il bene in maniera e nei tempi adeguati.

E' dunque una questione di garanzia, unita ai servizi offerti, il vero *atout* delle agenzie, poiché forniscono i dati essenziali sull'immobile in questione unitamente alle condizioni a livello catastale, ipotecario e urbanistico, fornendo poi i debiti documenti correlati.

A tal fine è fondamentale la buona scelta di un agente regolarmente iscritto al Ruolo delle Camere di Commercio che risponda a caratteristiche professionali e a un codice deontologico ben preciso il che, insieme all'assicurazione obbligatoria, ne fa un intermediario abilitato e affidabile, per non parlare del mansionario dell'agenzia che dovrebbe essere sempre esposto. Esistono poi ulteriori parametri, come le certificazioni di Qualità, i corsi di formazione, l'eventuale abilitazione come valutatore – anche se a tutt'oggi non è stato ancora istituito un albo professionale per i Periti valutatori, un vuoto che andrebbe colmato quanto prima a livello istituzionale.

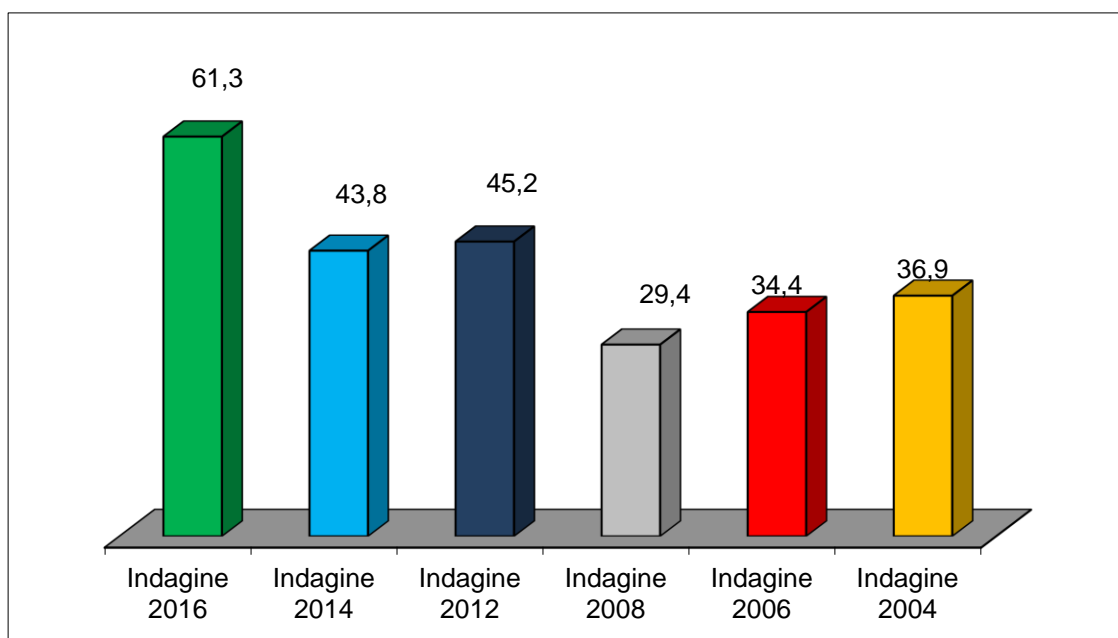
Un argomento a parte è infine quello del finanziamento per chi abbia bisogno di accendere un mutuo nell'acquistare casa: la Legge 141/2010 vieta agli agenti persino di suggerire al cliente un istituto di credito cui rivolgersi ma la recente apertura di sportelli immobiliari presso alcune banche ha riaperto il dibattito in tal senso.

2. L'intermediazione

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate presso le famiglie italiane è emerso che, nel biennio 2014-2015, il 61,3% di coloro che hanno acquistato un immobile hanno fatto ricorso a un'agenzia immobiliare, valore decisamente in crescita rispetto a quanto riscontrato negli anni precedenti raggiungendo, inoltre, il picco massimo dall'inizio delle rilevazioni **Tecnoborsa** (graf. 1).

GRAFICO 1

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE PER ACQUISTARE UN IMMOBILE
(acquisti effettuati; val.%)



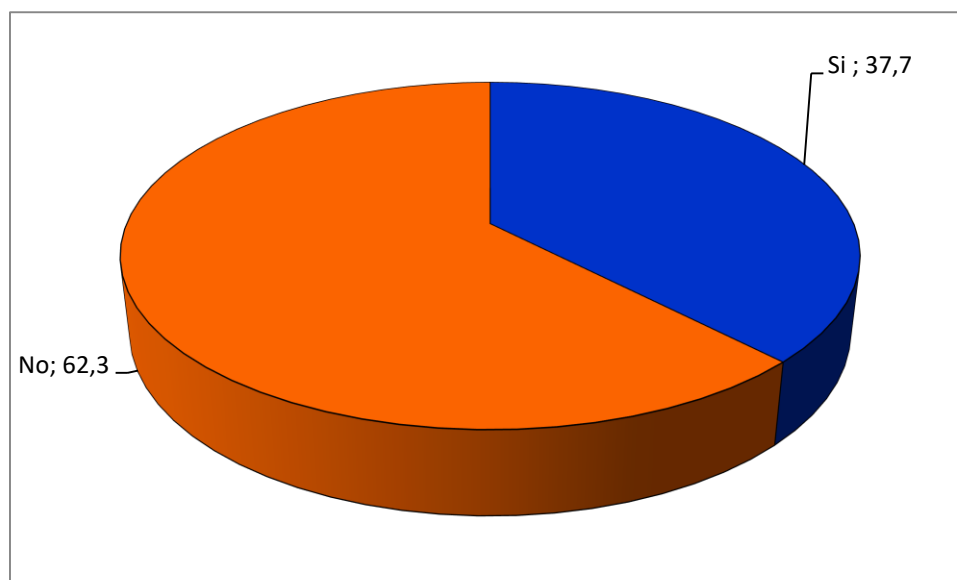
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra coloro che si sono serviti dell'agenzia per acquistare un'abitazione prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia è imprenditore, dirigente o quadro con età compresa tra i 25 e i 35 anni.

Da un *focus* su coloro che hanno deciso di non usufruire dell'agenzia immobiliare è emerso che il 37,7% di questi per concludere la transazione è ricorso, oltre ovviamente al notaio, all'aiuto di un tecnico o un professionista quale geometra, perito, commercialista e/o avvocato (graf. 2).

GRAFICO 2

RICORSO ALL'AIUTO DI UN PROFESSIONISTA PER CONCLUDERE L'ACQUISTO
(acquisti effettuati; val.%)

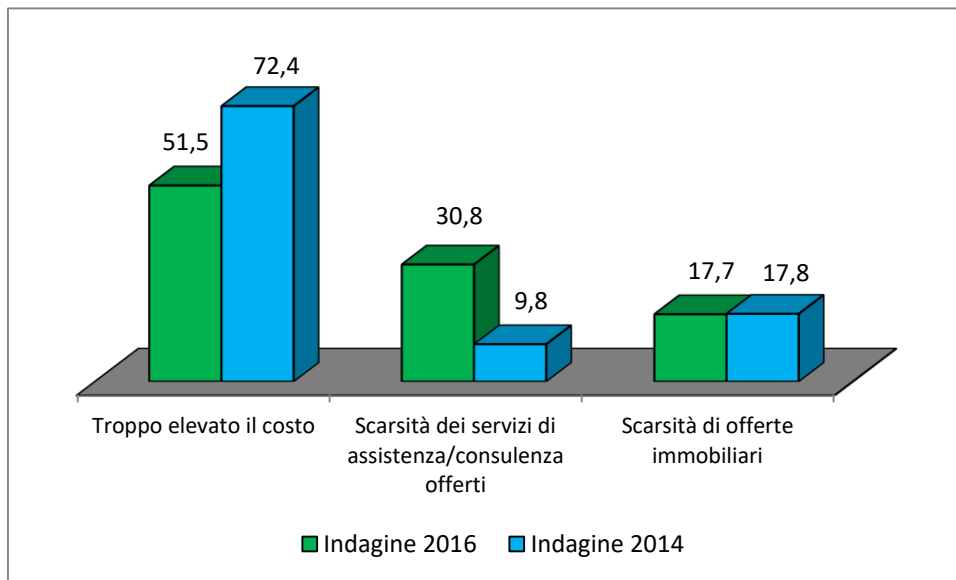


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile risulta, come già in passato, che il più determinante è il fattore prezzo; infatti, in ordine decrescente vi sono: il costo troppo elevato (51,5%), la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (30,8%), infine, la scarsità di offerte immobiliari (17,7%). Tuttavia, dal confronto con l'Indagine svolta nel 2014 si evidenzia un forte calo della quota di coloro che hanno indicato come causa principale del non utilizzo degli operatori del settore il costo eccessivo; viceversa è salita la quota di coloro che hanno segnalato la scarsità dei servizi offerti (*graf.3*), questo denota che le persone sono disposte a pagare purchè siano seguiti in tutto il processo in modo adeguato e professionale.

GRAFICO 3

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

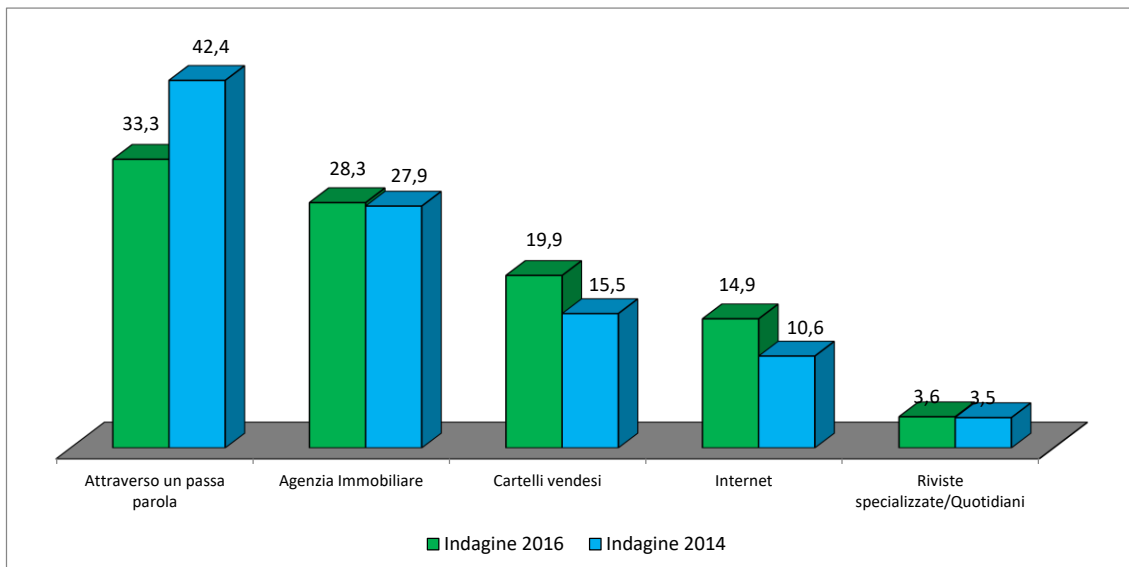


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2014-2015 è stato chiesto anche tramite quali canali informativi sono venuti a conoscenza dell'immobile ed è risultato che per ben il 33,3% dei casi ciò è avvenuto attraverso il passaparola con amici e conoscenti o portieri e custodi degli immobili – che da sempre rappresentano un punto di riferimento del mercato informale; per il 28,3% tramite un'agenzia immobiliare; per il 19,9% dalla lettura di cartelli; per il 14,9% attraverso siti e offerte presenti su Internet – di cui il 12,8% consultando siti di offerte immobiliari e il 2,1% *social network*; infine, per il 3,6% tramite la consultazione di riviste specializzate o quotidiani. Rispetto all'Indagine 2014 c'è stato un calo di chi è ricorso al passaparola e un incremento abbastanza significativo dell'utilizzo di Internet e della lettura dei cartelli, mentre gli altri due canali sono rimasti sostanzialmente stazionari (*graf. 4*).

GRAFICO 4

CANALI ATTRAVERSO CUI SI È VENUTI A CONOSCENZA DELL'IMMOBILE
(acquisti effettuati; val. %)



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

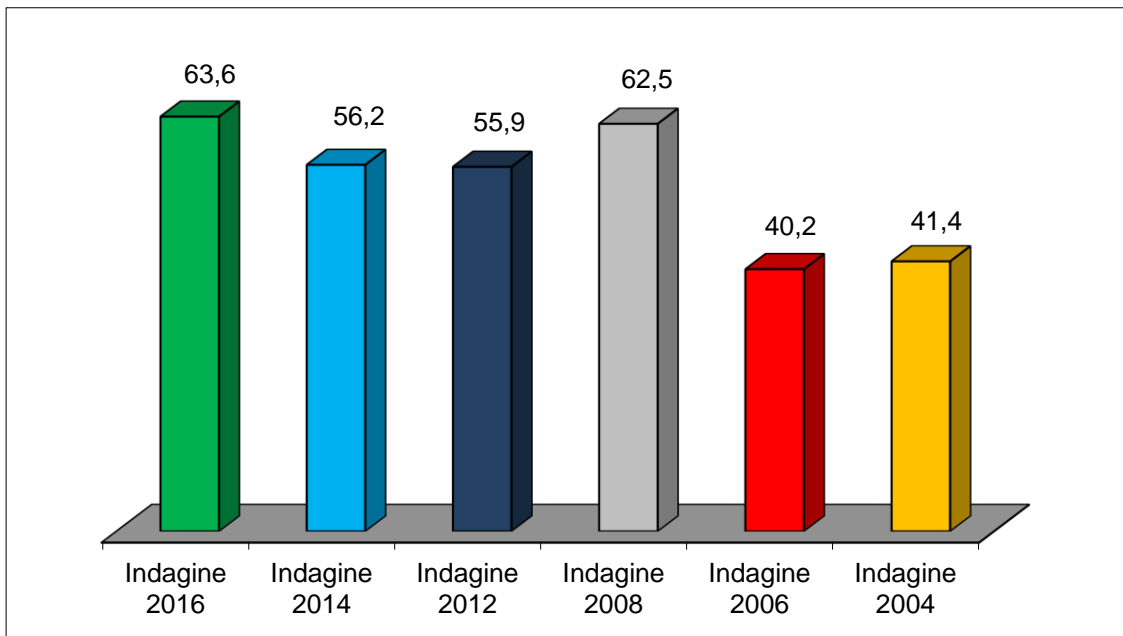
Il 69,8% di coloro che hanno dichiarato di essere venuti a conoscenza dell'immobile acquistato attraverso cartelli vendesi, Internet, riviste specializzate e/o quotidiani hanno affermato che gli annunci su questi canali erano stati pubblicati da agenzie immobiliari. Quindi il 55,1% delle famiglie che ha acquistato un'abitazione nel biennio 2014-2015 ne è venuta a conoscenza, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare.

Tuttavia, anche il 38,4% di chi è venuto a conoscenza dell'immobile attraverso il passaparola ha dovuto trattare con un'agenzia immobiliare per concludere l'acquisto, questo dipende logicamente dal fatto che le famiglie che hanno venduto avevano dato precedentemente il mandato a queste ultime, infatti il 63,1% delle abitazioni acquistate erano state affidate dal venditore a un operatore del settore.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si riscontra che il 63,6% delle famiglie italiane che hanno ceduto un'abitazione si è avvalso del servizio di un'agenzia immobiliare, valore che raggiunge il suo massimo dall'inizio delle rilevazioni (*graf. 5*).

GRAFICO 5

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE PER VENDERE UN IMMOBILE
(vendite effettuate, val.%)



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

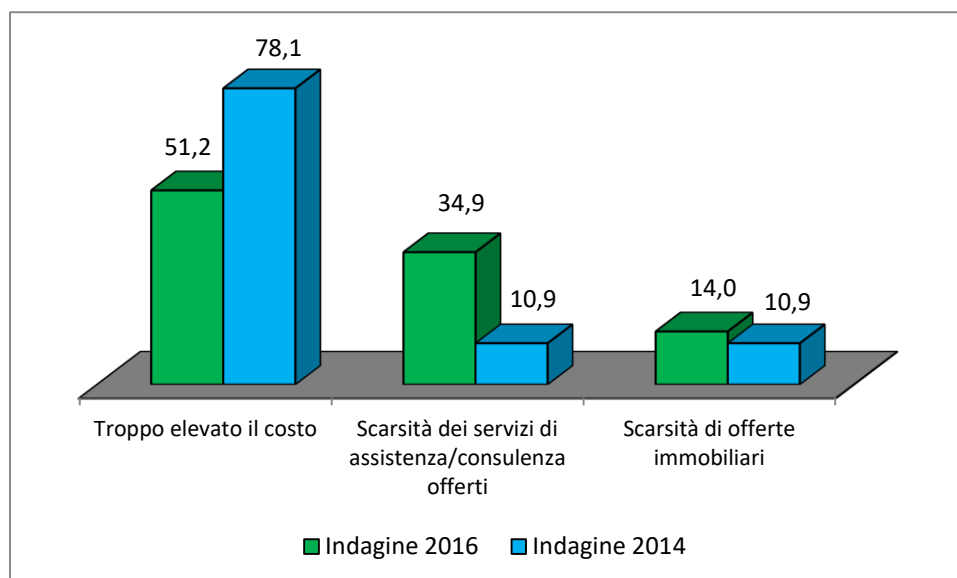
Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un canale per vendere un immobile nel biennio 2014-2015, prevalgono le famiglie con figli piccoli o *single* con una maggiore propensione tra i capofamiglia attivi nel mondo del lavoro e con un basso livello di istruzione.

Tra coloro che non hanno usufruito di un'agenzia il 43% è ricorso all'aiuto di un tecnico e/o professionista del settore per concludere la transazione.

Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, al primo posto si trova come sempre il costo troppo elevato (51,2%), ma con un decremento di circa 27 punti percentuali rispetto alla rilevazione precedente; inoltre, al secondo posto c'è la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (34,9%), che, viceversa, è crescita di 24 punti; infine, c'è la carenza delle offerte immobiliari (14%). Quindi, come per la domanda, c'è stato un calo significativo di coloro che hanno imputato al costo troppo elevato la causa del non utilizzo, mentre c'è stato un incremento di coloro che hanno indicato l'insufficienza dei servizi forniti; da queste indicazioni emerge il fatto che le agenzie dovrebbero migliorare la loro comunicazione e aumentare i servizi offerti per giustificare un costo ritenuto comunque elevato da una buona parte della clientela (*graf. 6*).

GRAFICO 6

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

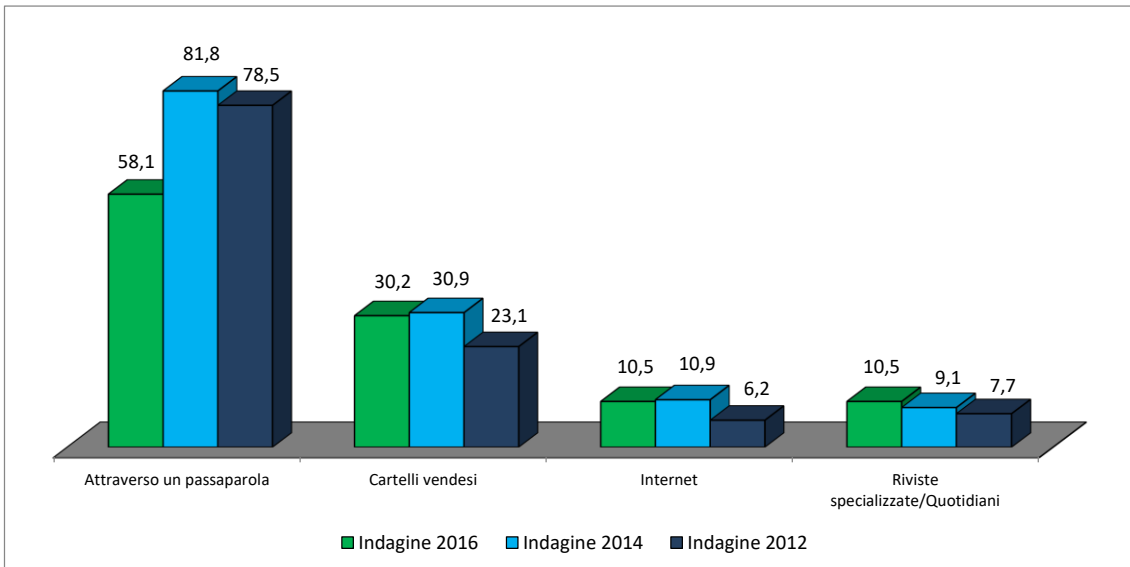


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Inoltre, a chi non si è rivolto ad alcun professionista per vendere l'immobile è stato chiesto quali canali informativi avesse utilizzato per promuovere il bene oggetto della transazione ed è emerso che il 58,1% è ricorso al passaparola, il 30,2% ha utilizzato i cartelli, il 10,5% Internet (di cui 5,8% siti specializzati e 4,7% *social network*) e il 10,5% ha messo annunci su riviste specializzate e/o quotidiani. Rispetto alle rilevazioni precedenti si è registrato, come per gli acquisti, un forte calo di chi ha utilizzato il canale informale del passaparola (*graf. 7*).

GRAFICO 7

CANALI ATTRAVERSO CUI SI È PROMOSSO L'IMMOBILE (vendite effettuate; val. %)

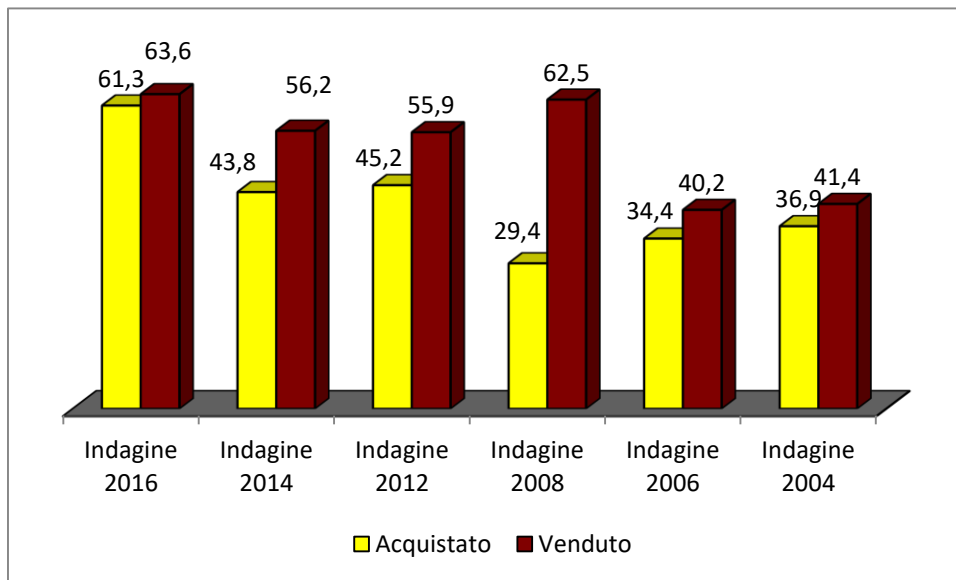


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto la domanda con l'offerta nel periodo analizzato si conferma che il ricorso all'aiuto dell'agenzia è più alto da parte di chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato anche se il *gap* si è ridotto; inoltre in entrambi i casi c'è stata una crescita della quota di famiglie che si è servita di questi operatori del settore per effettuare la compravendita (graf.8).

GRAFICO 8

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE
(compravendite effettuate, val. %)

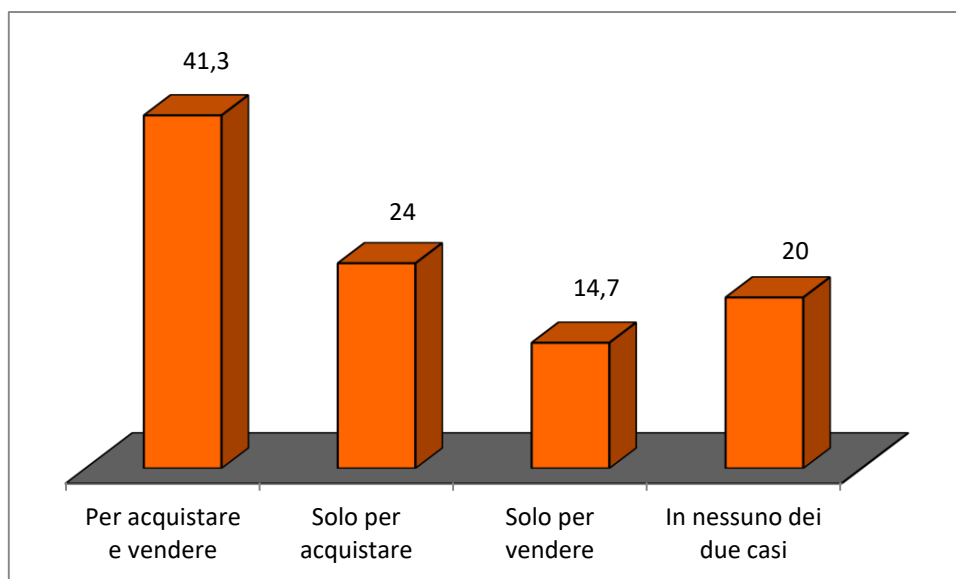


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su chi ha fatto la doppia transazione è emerso che il 41,3% ha utilizzato l'agenzia immobiliare sia per vendere che per acquistare, il 24% solo per acquistare, il 14,7% solo per vendere e il 20% in nessuno dei due casi (*graf. 9*)

GRAFICO 9

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



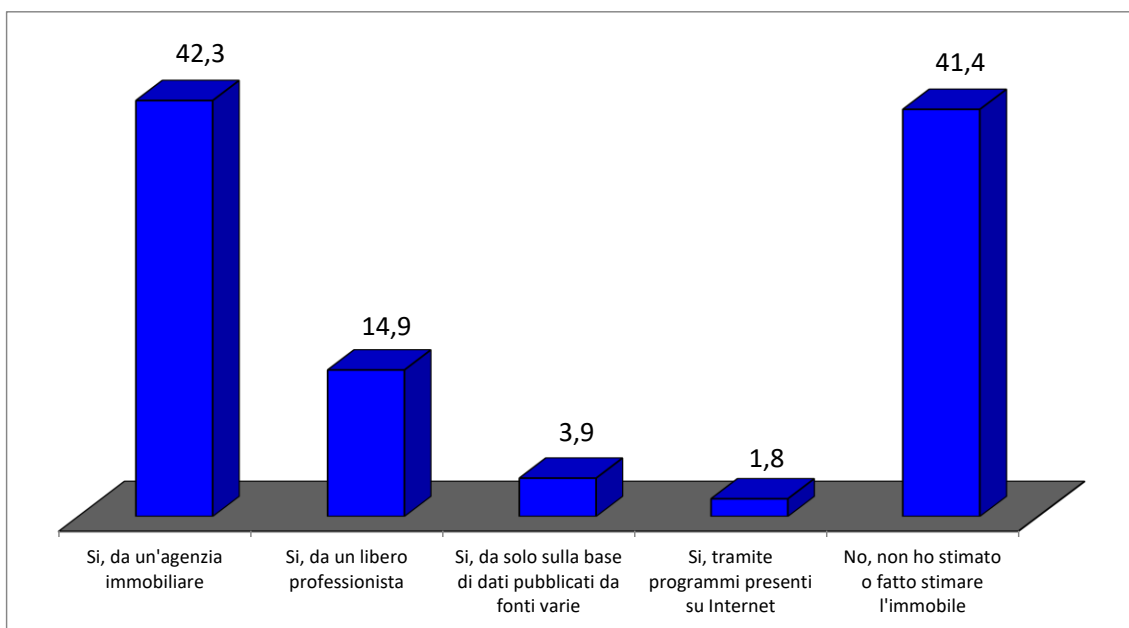
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

3. La valutazione

Dall'Indagine nazionale **Tecnoborsa** 2016 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 55,6% di coloro che hanno acquistato: in particolare, il 42,3% si è rivolto a un'agenzia immobiliare e il 14,9% a un libero professionista. Invece, il 3,9% ha affermato di aver valutato il bene sulla base di dati pubblicati da fonti varie e l'1,8% tramite programmi presenti su Internet. Infine, il 41,4% ha dichiarato di avere acquistato senza valutare o far valutare in alcun modo l'abitazione (*graf. 10*).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE
(acquisti effettuati, val. %)

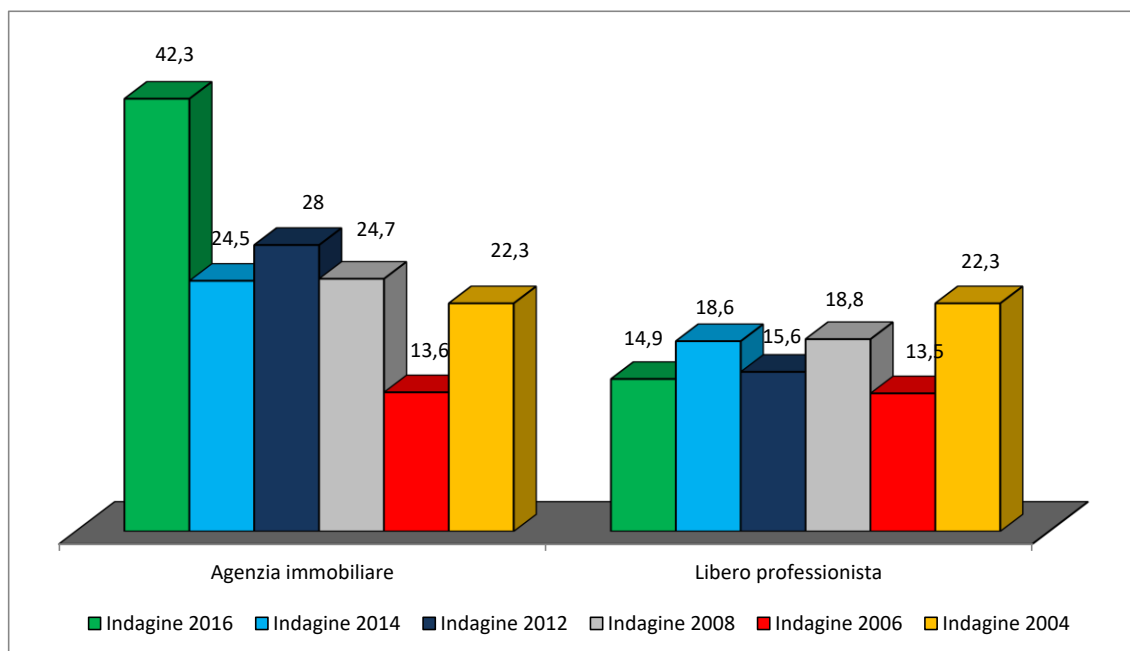


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dal confronto delle Indagini rispetto al ricorso a uno specialista per la valutazione del bene acquistato è emerso che è salita notevolmente, di quasi 18 punti, la percentuale di coloro che si sono rivolti a un'agenzia immobiliare, raggiungendo il suo massimo storico dal 2004 a oggi, mentre è scesa, di circa 4 punti, quella di chi ha utilizzato un libero professionista (*graf. 11*).

GRAFICO 11

CANALI PER LA VALUTAZIONE (acquisti effettuati, val. %)



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

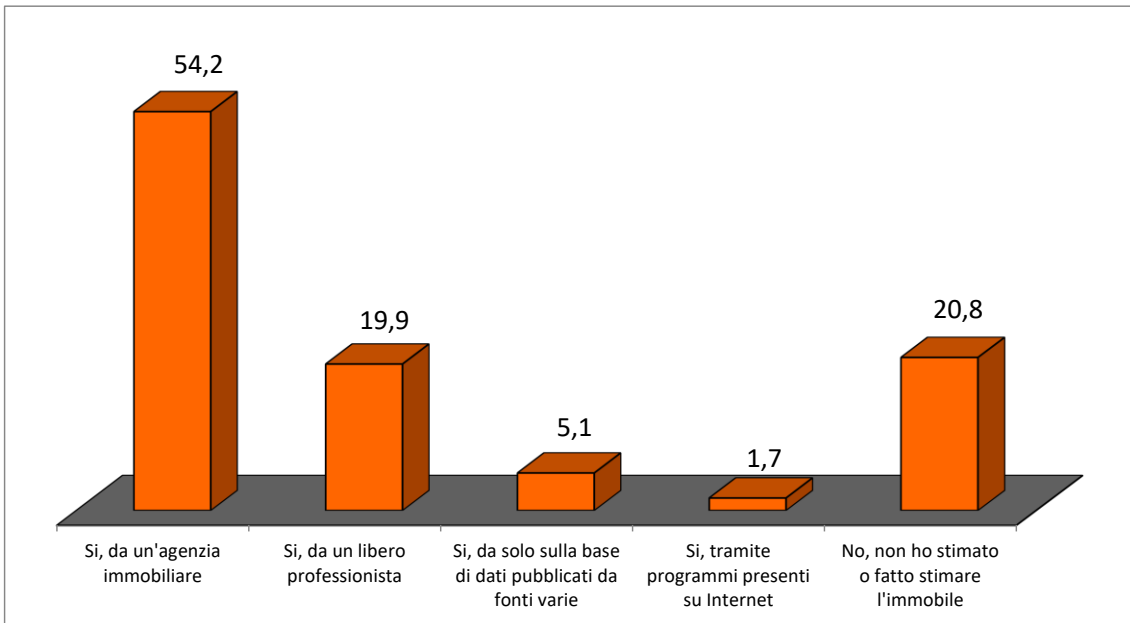
L'agenzia immobiliare è preferita da coloro che hanno un'età compresa tra i 45 e i 54 anni con un livello di istruzione medio basso e che vivono prevalentemente in nuclei familiari composti da due persone.

Dall'analisi dell'offerta è risultato che ben il 73,7% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile da un addetto ai lavori prima di immetterlo sul mercato: il 54,2% da un'agenzia immobiliare e il 19,9% da un libero professionista. Il 5,1% ha affermato di aver valutato il bene sulla base di dati pubblicati da fonti varie e l'1,7% tramite programmi presenti su Internet, mentre il 20,8% ha dichiarato di avere venduto senza valutare e/o far valutare l'immobile (*graf. 11*).

GRAFICO 11

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE PER LA VENDITA DI UN IMMOBILE

(vendite effettuate, val. %)



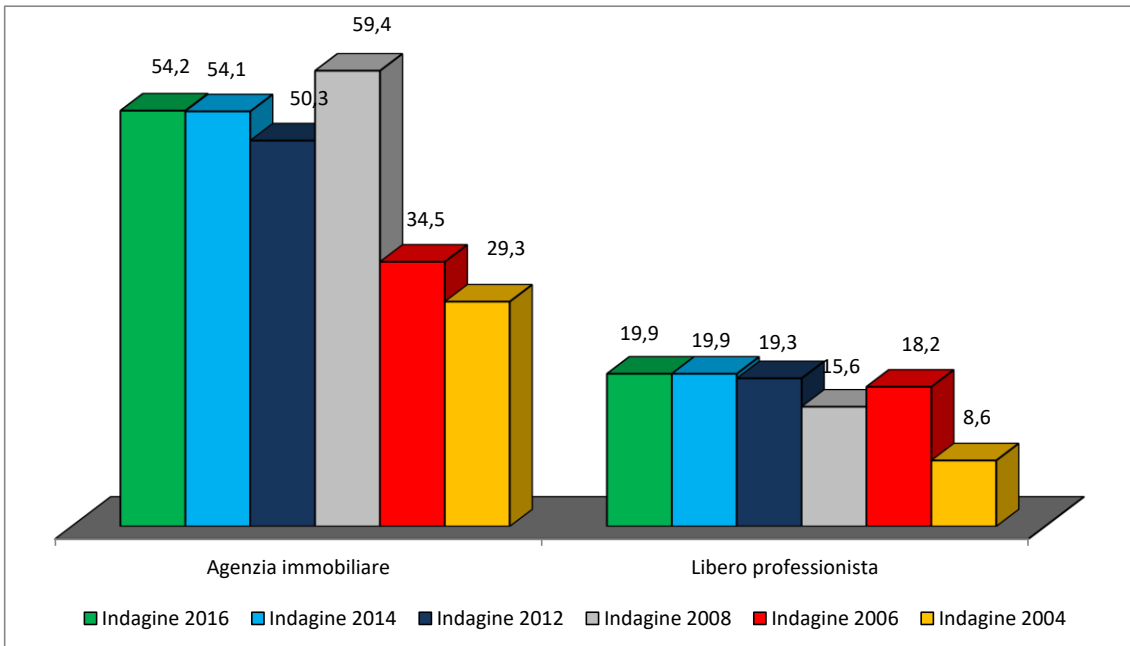
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A differenza di quanto è emerso per la domanda non si sono registrati cambiamenti nelle preferenze verso le figure di valutatori rispetto a quanto già riscontrato nell'Indagine 2014 (graf. 12).

GRAFICO 12

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)

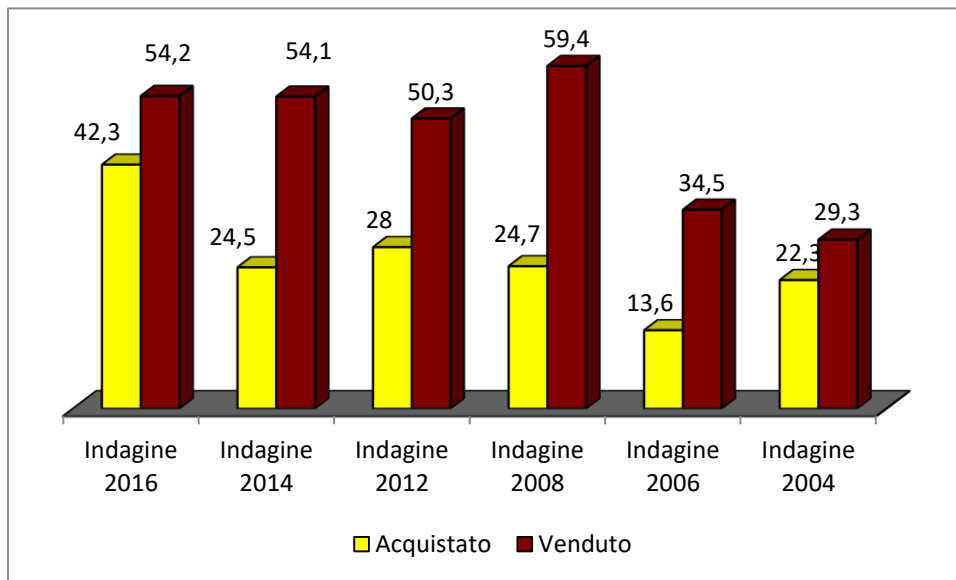


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, mettendo a confronto il ricorso all'agenzia immobiliare per la valutazione immobiliare tra venditori e acquirenti si conferma il fatto che vi ricorrono più i primi che i secondi; tuttavia, il forte incremento dell'utilizzo da parte solo di coloro che hanno acquistato ha comportato una riduzione del *gap* (graf. 13).

GRAFICO 13

UTILIZZO DI UN'AGENZIA IMMOBILIARE PER LA VALUTAZIONE
(compravendite effettuate, val. %)

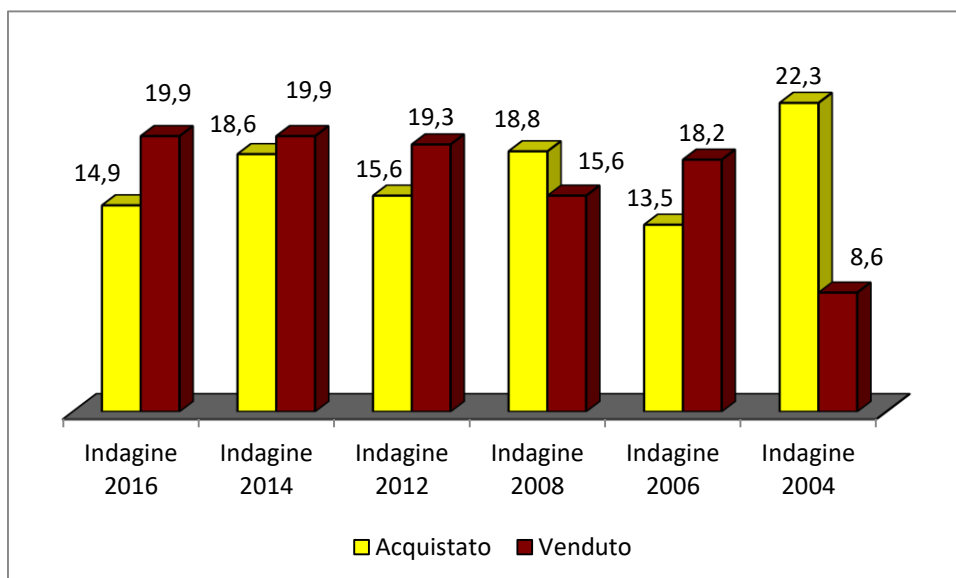


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Per quanto concerne l'utilizzo del libero professionista è emerso che vi ricorre più chi vende che chi acquista, in linea con le due Indagini precedenti; inoltre, in questo caso lo scarto è diventato ancora più consistente (graf. 13).

GRAFICO 13

UTILIZZO DI UN LIBERO PROFESSIONISTA PER LA VALUTAZIONE
(compravendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Dall'Indagine 2016 è emersa una crescita decisamente significativa dell'utilizzo dell'agenzia immobiliare da parte di chi ha effettuato una transazione nel biennio 2014-2015; infatti, più del 60% di coloro che hanno acquistato e/o venduto vi hanno fatto ricorso e in entrambi i casi si è raggiunto il massimo storico da quando **Tecnoborsa** ha iniziato a monitorare il fenomeno, cioè dall'Indagine 2004. Il ricorso è sempre maggiore da parte di chi ha venduto anche se il *gap* si è notevolmente ridotto, fino ad arrivare a uno scarto di soli 2,3 punti percentuali.

Tra chi non vi ha fatto ricorso, indipendentemente dal tipo di transazione effettuata, è sempre predominante la motivazione del costo troppo elevato ma c'è da notare che le quote di chi le indica sono nettamente in calo rispetto al passato; viceversa, sono aumentati significativamente coloro che lamentano un'insoddisfazione verso i servizi offerti da parte delle agenzie.

Esaminando i diversi canali attraverso i quali le famiglie sono venute a conoscenza del bene acquistato continua a prevalere il passaparola, anche se in calo di quasi 10 punti percentuali rispetto al biennio precedente; seguono coloro che si sono rivolti in modo diretto a un'agenzia. Tuttavia, in realtà, il canale informativo predominante è proprio l'agenzia, in quanto da un approfondimento è emerso che il più delle volte gli annunci attraverso i quali sono stati individuati gli immobili acquistati sono stati pubblicati da agenzie.

Inoltre, è bene ribadire che anche una quota decisamente rilevante di chi è venuto a conoscenza del bene successivamente acquistato tramite canali non convenzionali come il passaparola ha dovuto comunque relazionarsi con un'agenzia immobiliare in quanto il bene le era stato affidato precedentemente dal venditore.

Quanto ai canali informativi utilizzati da coloro che hanno venduto un bene senza il supporto di un operatore del settore, il passaparola rimane al primo posto, anche se registra un notevole calo rispetto al passato e al secondo posto rimangono i cartelli vendesi seguiti, a parità di punteggio, da annunci pubblicati su Internet e riviste specializzate/quotidiani.

Nel biennio considerato è stato molto alto il ricorso all'agenzia immobiliare anche per la valutazione dei beni compravenduti, però la quota di chi vi ha fatto ricorso come semplici intermediari rimane la più alta. Come per l'intermediazione, ne ha usufruito

molto di più chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato, tuttavia il *gap* si è notevolmente ridotto rispetto all'Indagine precedente, questo perché la quota di chi ha fatto valutare il bene prima di acquistarlo è cresciuta di quasi 20 punti percentuali – raggiungendo il suo massimo storico – mentre la quota di chi lo ha fatto prima di vendere è rimasta sostanzialmente immutata. Viceversa, tra chi ha acquistato è scesa la quota di chi è ricorso al parere di un libero professionista e, anche in questo caso, tra chi ha venduto non si sono registrate variazioni.

Infine è molto alta la percentuale di chi non ha stimato in alcun modo un bene prima di acquistare e sono circa il doppio rispetto a chi ha venduto.

Nota metodologica

Campione rappresentativo delle famiglie italiane stratificato per:

- area geografica (n. 4 classi: Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole);
- tipologia di famiglia (n. 3 classi: famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli);
- ampiezza del Comune (n. 3 classi: fino a 40.000 abitanti, da 40.000 a 250.000 abitanti, oltre 250.000 abitanti).

Numerosità campionaria complessiva: 2.400 casi

Metodo di contatto: Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*)

Tecnica di rilevazione: questionario strutturato

Periodo di effettuazione delle interviste: marzo 2016.