

**L'INDAGINE TECNOBORSA 2020:  
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

Nonostante le piattaforme online l'agente immobiliare rimane la figura centrale dell'intermediazione. Nessun motore di ricerca potrà subentrare alla preparazione, la capacità e la professionalità di un operatore del settore.

In questo momento difficile che stiamo attraversando è diventato sempre più importante che ci sia una crescita professionale degli agenti che devono sapere sfruttare, più che in passato, i nuovi strumenti presenti sul mercato senza esserne sostituiti. Per tale motivo il ruolo della formazione è sempre più importante perché permette di offrire una qualità del servizio migliore, senza rimaner schiacciati dall'onda del cambiamento. Solo in questo modo gli agenti saranno in grado di cogliere le diverse opportunità in modo da rimanere competitivi e rafforzare sempre di più la loro importanza agli occhi dei clienti. Infatti, in un momento in cui i padroni di casa sono restii ad avere contatti con degli estranei cresce il bisogno di fare uno *screening* della clientela, in modo da evitare visite e rapporti che non hanno alcuna opportunità di andar a buon fine. Affinché ciò avvenga è necessario puntare sulla trasparenza informativa, ossia avere a disposizione delle immagini e dei *virtual tour* fatti in modo appropriato, avere una documentazione sull'immobile il più possibile completa in modo tale che l'utente potrà farsi un'idea realistica del bene. Mai come oggi le fasi che precedono la visita diventano fondamentali. L'agente immobiliare deve essere un professionista in grado di offrire ai propri clienti una pluralità di servizi di alta qualità, abbracciando tutti gli aspetti che riguardano la transazione, non ultima la valutazione immobiliare.

La valutazione di un bene dovrebbe essere il primo step da attuare se si intende effettuare una transazione immobiliare, ed è fondamentale affidare il procedimento a un professionista specializzato. Chi non opera nel settore, infatti, non può avere le competenze necessarie per conoscere nel dettaglio quale sia il valore di mercato di un immobile, in quanto i parametri che influiscono sulla stima di un bene sono molteplici. Sicuramente chiunque si può costruire un'idea di massima sul valore del proprio bene, magari effettuando un confronto con i prezzi a cui sono proposti immobili dalle analoghe caratteristiche, ma questa non potrà mai essere una valutazione accurata.

Anche per quanto riguarda le valutazioni immobiliari *on line* bisogna tener presente che si tratta, innanzitutto, di stime approssimate in quanto utilizzano solo pochi parametri come l'indirizzo, la tipologia di abitazione, la superficie d'estensione, l'esposizione e il

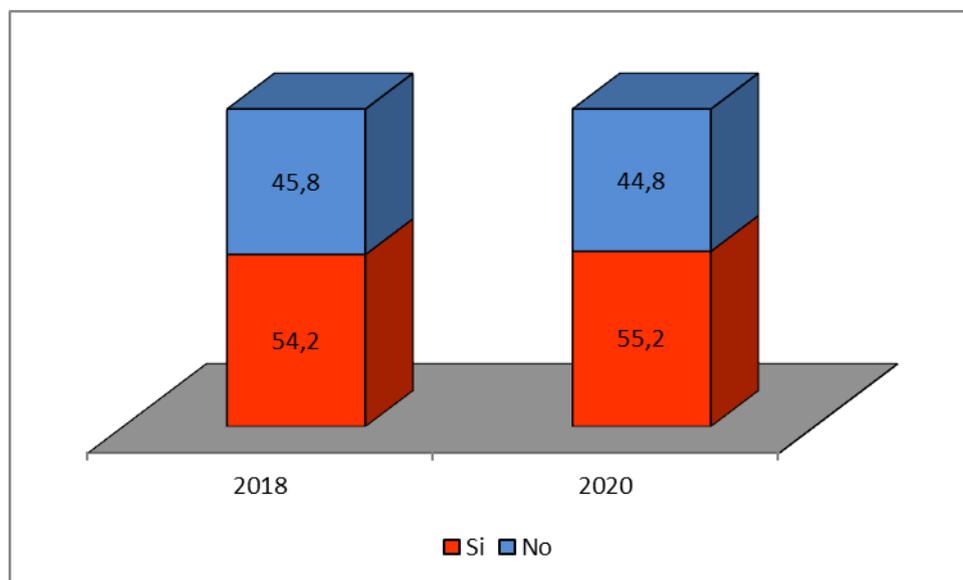
piano. Per ottenere una valutazione reale è necessario effettuare sopralluoghi accurati e studiare la documentazione dell'immobile, per tali motivi l'opzione migliore resta sempre quella di affidarsi ai professionisti del settore. La valutazione immobiliare *on line* può offrire una risposta veloce ed estemporanea ma non può sostituire la stima tradizionale.

## 2. L'intermediazione

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate presso le famiglie che risiedono nei 54 Comuni italiani presi in esame è emerso che, nel biennio 2018-2019, il 52,2% di quelle che hanno acquistato un immobile hanno fatto ricorso a un'agenzia immobiliare, valore in crescita di un punto percentuale rispetto a quanto rilevato nel biennio precedente (*graf. 1*).

### GRAFICO 1

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



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

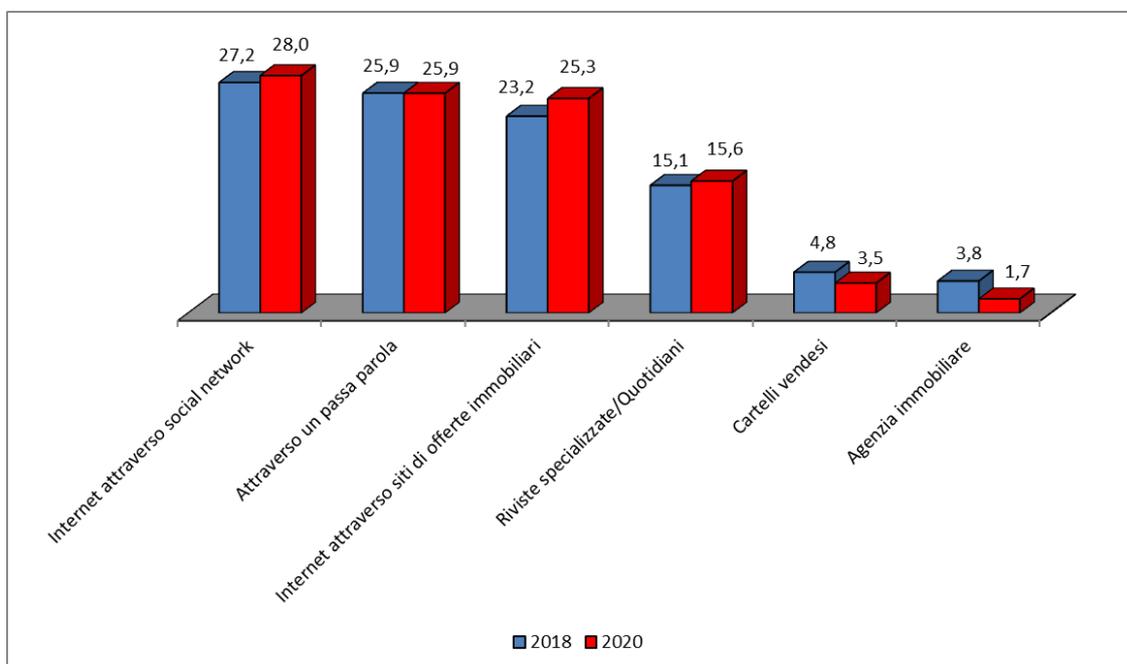
I Comuni Capoluogo di Regione sono risultati più attivi di quelli non Capoluogo e la macroarea che presenta valori sopra la media è il Nord-Ovest, mentre sono sotto la media le regioni del Centro Italia. A livello demografico emergono i *single* di età compresa tra i 25 e i 34 anni e oltre i 65 anni, molto probabilmente i primi hanno fatto

ricorso a un'agenzia immobiliare per accelerare i tempi e i secondi per la scarsa dimestichezza con i canali più moderni.

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio preso in esame è stato chiesto anche tramite quali canali informativi sono venuti a conoscenza dell'immobile ed è risultato che per ben il 28% dei casi ciò è avvenuto attraverso i *social network*; il 25,9% si è avvalso del passaparola con amici e conoscenti o portieri e custodi degli immobili – che da sempre rappresentano un punto di riferimento per il mercato informale –; il 25,3% ha avuto notizia di immobili attraverso siti e offerte presenti su Internet; il 15,6% tramite la consultazione di riviste specializzate o quotidiani; il 3,5% dalla lettura di cartelli; infine, l'1,7% direttamente grazie a un'agenzia immobiliare. Dal confronto con l'Indagine 2018 sono salite le persone che sono venuti a conoscenza del bene attraverso Internet e le riviste specializzate mentre sono diminuiti coloro che hanno individuato il bene poi acquistato leggendo cartelli vendesi o che si sono recati fisicamente in un'agenzia immobiliare (graf. 2).

## GRAFICO 2

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

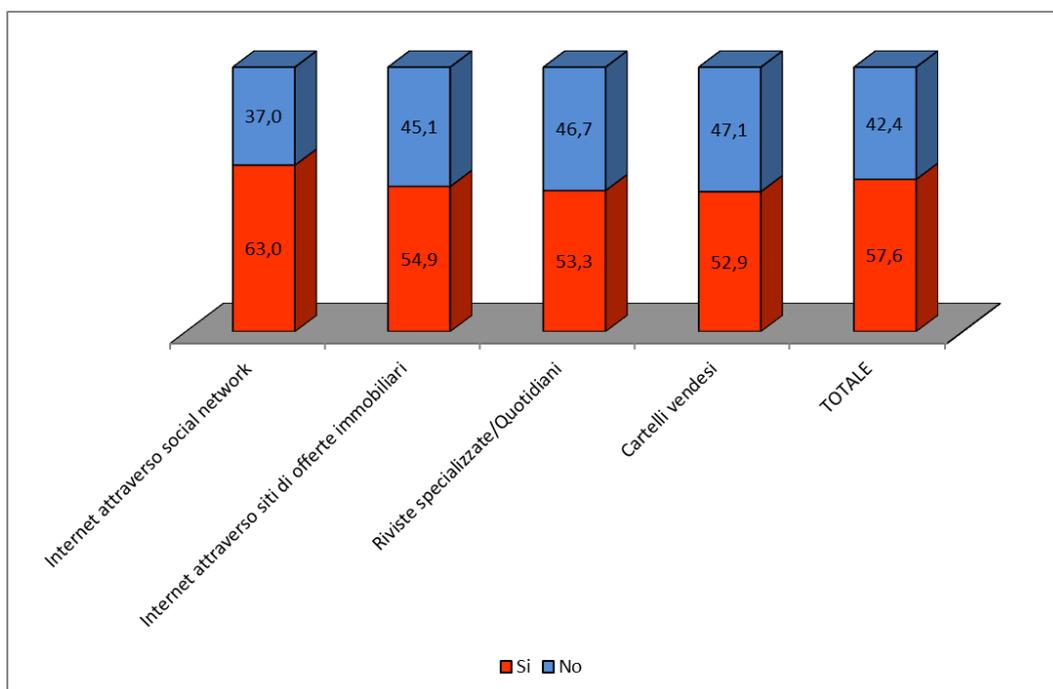


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Il 57,6% 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, erano il 54,8% nel biennio precedente, quindi è in crescita la quota delle famiglie che sono venute a conoscenza dell'abitazione acquistata, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare (graf. 3).

### GRAFICO 3

GLI ANNUNCI SUI CANALI INFORMATIVI ERANO STATI PUBBLICATI DA UN'AGENZIA IMMOBILIARE?  
(acquisti effettuati; val. %)

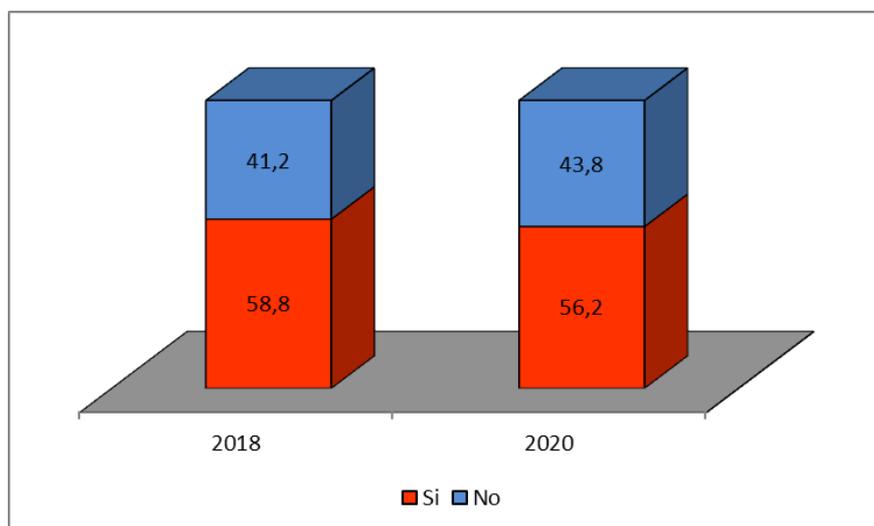


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Tuttavia, anche il 47,2% di chi è venuto a conoscenza dell'immobile attraverso il passaparola ha dovuto trattare con un'agenzia immobiliare per concludere l'acquisto e questo è dipeso logicamente dal fatto che le famiglie che hanno venduto avevano dato precedentemente il mandato a queste ultime: infatti, il 56,2% (contro il 58,8 rilevato nell'indagine 2018), delle abitazioni acquistate erano state affidate dal venditore a un operatore del settore (graf. 4).

#### GRAFICO 4

LA VENDITA DELL'ABITAZIONE DA LEI ACQUISTATA ERA STATA AFFIDATA A  
UN'AGENZIA IMMOBILIARE?  
(acquisti effettuati; val. %)

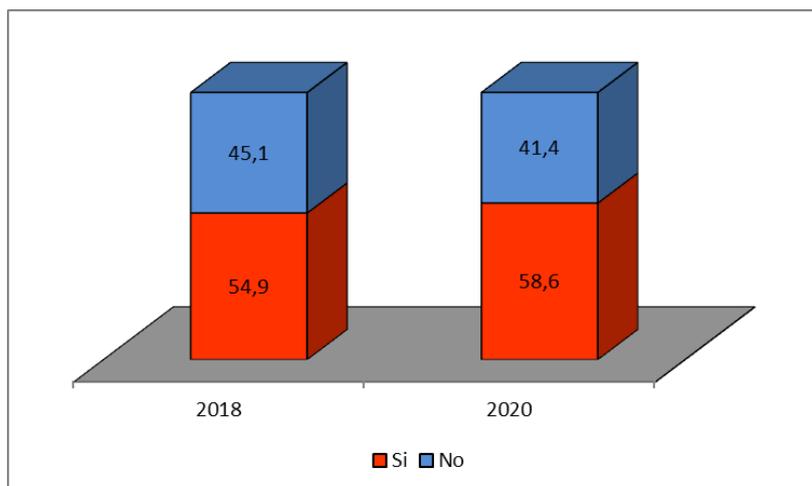


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si riscontra che il 58,6% delle famiglie italiane residenti nelle città prese in esame e che ha ceduto un'abitazione si è avvalso dei servizi di un'agenzia immobiliare, valore in crescita di 3,7 punti percentuali rispetto al biennio precedente (*graf. 5*) e dal confronto tra domanda e offerta è emerso si rivolgono all'agli operatori del settore in maniera prevalente coloro che vendono rispetto a coloro che acquistano.

#### GRAFICO 5

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



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

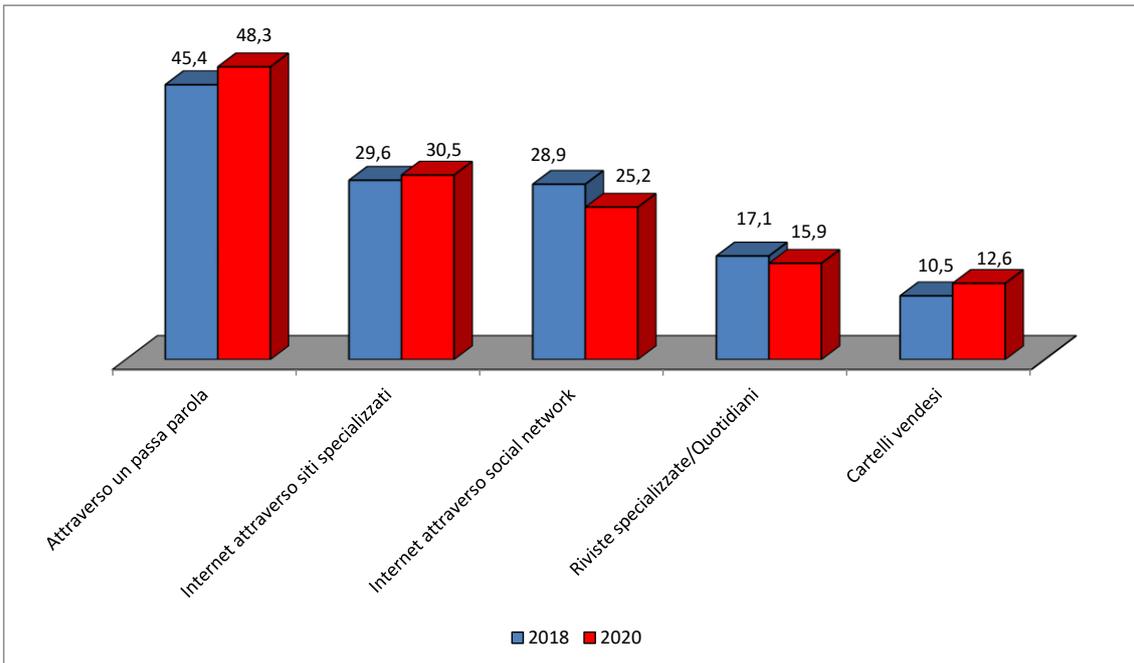
Come per chi ha acquistato la macroarea in cui si è ricorso maggiormente all'aiuto di un'agenzia è stata quella del Nord-Ovest con Sud e Isole, mentre quella in cui il ricorso è stato più basso è stata quella del Centro.

Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un canale per vendere un immobile nel biennio 2018-2019 si tratta di quello delle persone che vivono da sole e che hanno più di 65 anni con un basso livello culturale.

Inoltre, a chi non si è rivolto a un'agenzia per vendere l'immobile è stato chiesto quali canali informativi abbia utilizzato per promuovere il bene oggetto della transazione ed è emerso che il 48,3% è ricorso al passaparola; il 30,5% ha utilizzato siti specializzati; il 25,2% *social network*; il 15,9% ha pubblicato annunci su riviste specializzate e/o quotidiani e il 12,6% ha utilizzato cartelli vendesi (*graf. 6*).

### GRAFICO 6

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

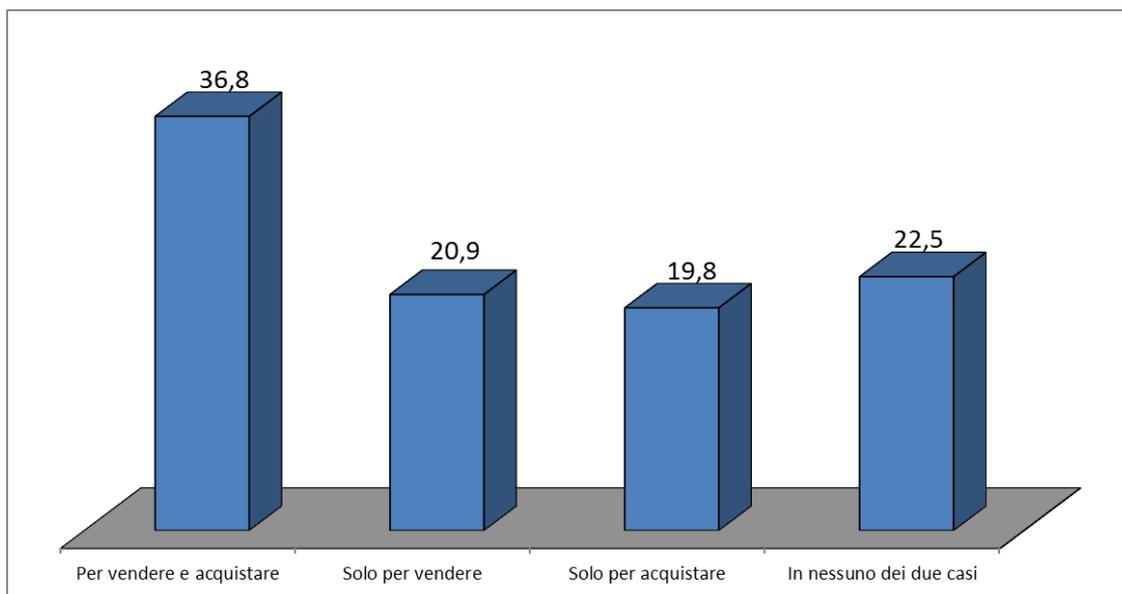


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su chi ha effettuato la doppia transazione è emerso che il 36,8% ha utilizzato l'agenzia immobiliare sia per vendere che per acquistare, il 20,9% solo per vendere, il 19,8% solo per acquistare e il 22,5% alcuna agenzia in nessuno dei due casi (*graf. 7*).

### GRAFICO 7

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE DA PARTE DI CHI HA VENDUTO E  
ACQUISTATO UN IMMOBILE  
(compravendite effettuate, val. %)



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

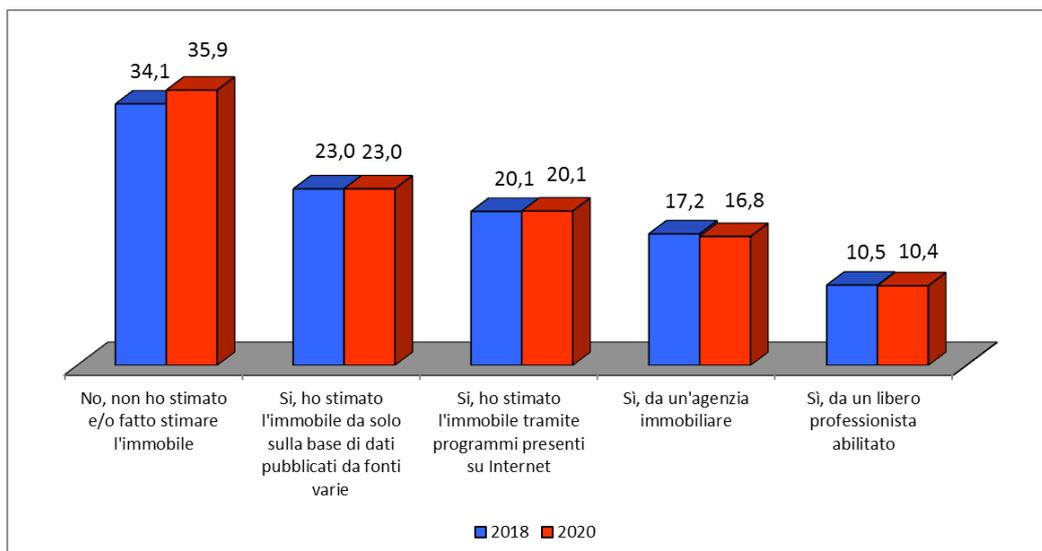
### 3. La valutazione

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2020 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 27,2% di coloro che hanno acquistato: in particolare, il 16,8% si è rivolto a un'agenzia immobiliare e il 10,4% a un libero professionista. Invece, il 43,2% ha dichiarato di aver valutato il bene in autonomia: il 23% ha affermato di averlo fatto sulla base di dati pubblicati da fonti varie e il 20,1% tramite programmi presenti su Internet; infine, il 35,9% ha dichiarato di avere acquistato senza valutare o far valutare in alcun modo l'abitazione. Rispetto all'indagine precedente c'è stato un lieve incremento di coloro che hanno affermato di non essere ricorsi ad alcun tipo di valutazione (*graf. 8*).

#### GRAFICO 8

##### IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



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

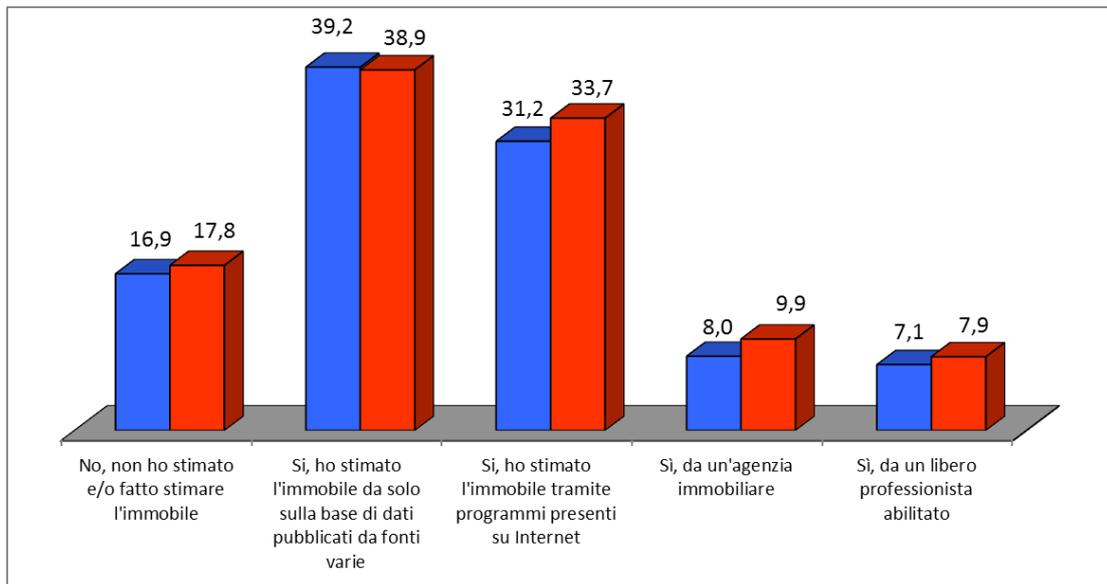
Hanno stimato o fatto stimare l'abitazione prima di acquistarla prevalentemente le famiglie che vivono nei Comuni Nord-Est, il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 45 e i 75 anni, con un buon livello d'istruzione.

Dall'analisi dell'offerta è risultato che ben il 17,8,1% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile da un addetto ai lavori prima di immetterlo sul mercato: il 9,9% da un'agenzia immobiliare e il 7,9% da un libero professionista; il 72,6% ha affermato di aver valutato il bene in autonomia, il 38,9% sulla base di dati pubblicati da fonti varie e il 33,7% tramite programmi presenti su Internet; Infine, il 17,8% ha dichiarato di avere venduto senza valutare e/o far valutare l'immobile. Rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2018 c'è stato un incremento nell'utilizzo dei professionisti del settore (graf. 9).

### GRAFICO 9

#### IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)



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

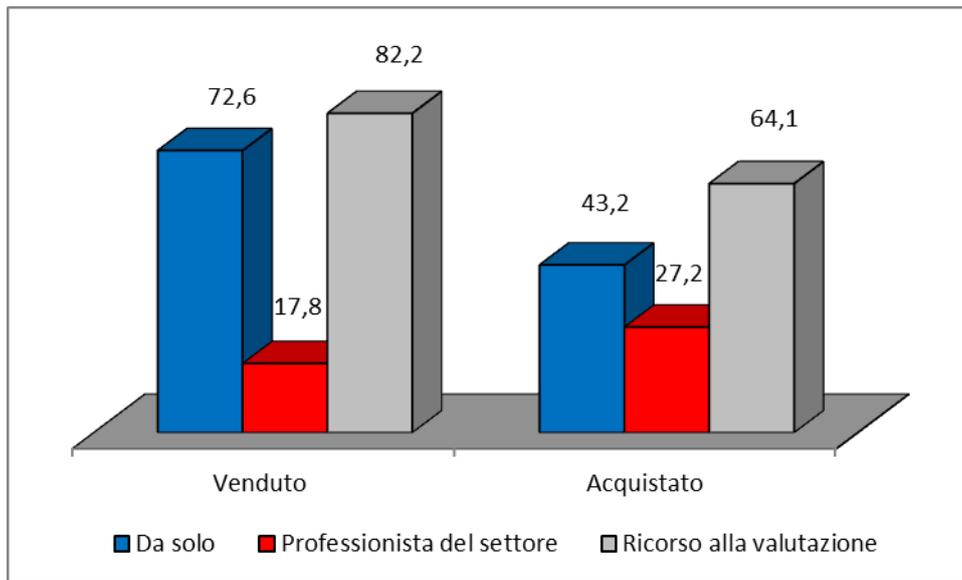
Hanno fatto valutare e/o hanno valutato il bene prima di venderlo prevalentemente le famiglie che vivono in Comuni del Centro Italia. A livello demografico le famiglie più attente sono state quelle giovani composte da una sola persona o da coppie senza figli e con un buon livello culturale.

Infine, mettendo a confronto il ricorso per la valutazione immobiliare tra venditori e acquirenti emerge che vi ricorrono più i primi che i secondi, però c'è da notare che, in entrambi i casi, domina il fai da te anche se i valori sono molto differenti tra loro (graf. 10).

### GRAFICO 10

#### IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)

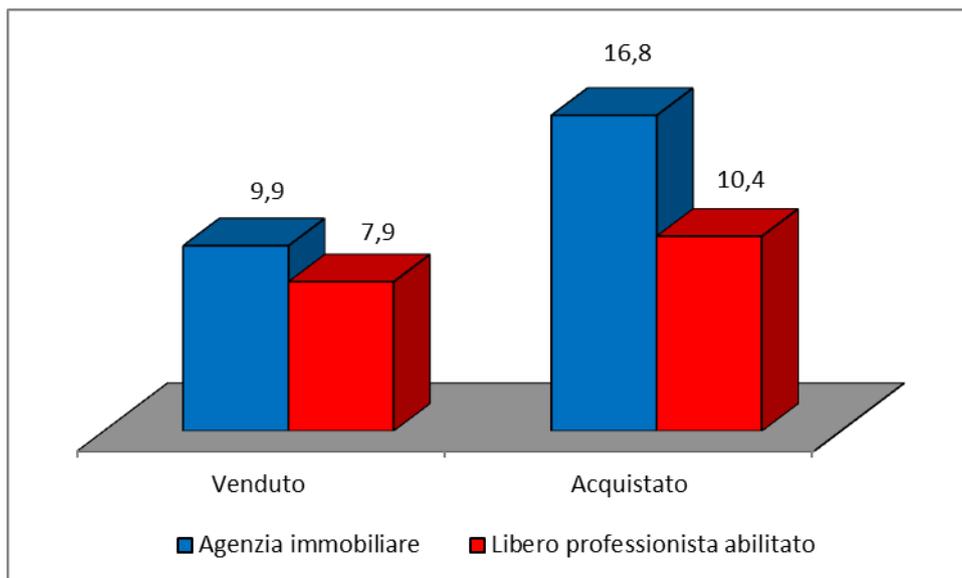


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su chi ha utilizzato un professionista del settore è emerso che l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se il *gap* tra chi ha acquistato è molto più ampio (*graf. 11*)

### GRAFICO 11

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



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

#### 4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2020 è emerso che più della metà delle famiglie che hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2018-2019 hanno fatto ricorso all'agenzia immobiliare; inoltre, il dato si presenta in crescita di un punto percentuale rispetto al biennio precedente.

Esaminando i diversi canali attraverso i quali le famiglie sono venute a conoscenza del bene acquistato prevalgono i *social network*, il passaparola e i siti Internet specializzati. 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 proprio da agenzie.

Inoltre, è bene ribadire che anche una quota decisamente rilevante di chi è venuto a conoscenza del bene successivamente acquistato tramite altri 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.

Dal lato dell'offerta quasi il 60% di coloro che hanno venduto un bene immobiliare si è affidato all'agenzia immobiliare; anche in questo caso dal confronto con l'indagine precedente si è riscontrato un incremento, tale crescita è stata di ben 2,6 punti percentuali.

Infine, andando a sondare i canali informativi utilizzati da coloro che hanno venduto un bene senza il supporto di un operatore del settore, al primo posto, come in passato, si trova il passaparola, seguito con un notevole distacco dai siti specializzati e dai *social network*.

Invece, per quanto riguarda il ricorso alla valutazione, dall'Indagine **Tecnoborsa** è emerso che più dei due terzi di chi ha acquistato un'abitazione l'ha valutata e/o l'ha fatta valutare prima di comprarla ma, in particolare, il 27,2% si è servito di uno specialista del settore ovvero agenzia immobiliare o libero professionista abilitato, mentre il 43,1% ha dichiarato di aver fatto da solo sulla base di dati pubblicati da fonti varie o tramite programmi presenti su Internet. Tuttavia va evidenziato che rispetto al biennio 2016-2017 è cresciuta di 1,8 punti la quota di chi non ha stimato e/o fatto stimare l'immobile prima di acquistarlo.

Infine, andando ad analizzare l'offerta si è riscontrato che, nel biennio considerato, più dell'80% di chi ha venduto un immobile lo ha valutato e/o fatto valutare e il 72,6% ha

dichiarato di averlo fatto in autonomia e il 17,8% di averlo fatto fare da un professionista del settore.

A differenza di quanto avvenuto per la domanda è cresciuta di quasi 1 punto percentuale la quota di famiglie che ha stimato e/o fatto stimare il bene prima di immetterlo sul mercato.

Infine, mettendo a confronto il ricorso alla valutazione immobiliare tra venditori e acquirenti si riscontra che vi ricorrono più i primi che i secondi, però c'è da notare che, in entrambi i casi, domina il fai da te.

Concludendo, da un *focus* su chi ha utilizzato un professionista del settore risulta che l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se il *gap* con chi ha acquistato è molto ampio.

#### **Nota metodologica**

- Metodo di contatto: interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).
- Tecnica di rilevazione: questionario strutturato.
- Periodo di effettuazione delle interviste: dal 3 aprile al 2 maggio 2018.