

L'INDAGINE TECNOBORSA 2015: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE NELLE SEI GRANDI CITTA'

INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

a cura di Alice Ciani

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

1. Introduzione

Con l'Indagine **Tecnoborsa** 2015 nelle grandi città di Roma, Milano, Napoli, Torino, Palermo e Genova si conferma una volta di più il ruolo fondamentale delle agenzie nelle transazioni immobiliari. Infatti, anche se gli italiani usano sempre più la rete pure quando cercano casa è proprio qui che incontrano le agenzie che ormai si avvalgono di inserzioni su *web* e *social network* per pubblicizzare le proprie offerte, oltre alle riviste specializzate e ai cartelli vendesi o affittasi.

Del resto, circa due terzi degli acquirenti passa attraverso l'agenzia immobiliare e questo è un elevato indice di affidabilità e ne fa un riferimento costante del mercato, fermo restando che il potenziale di espansione presenta ancora un margine di sviluppo assai interessante. Stando ai dati trimestrali più recenti del *Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia*, che periodicamente diramano Banca d'Italia, **Tecnoborsa** e Agenzia delle Entrate, dopo anni di pessimismo è cresciuta la fiducia degli operatori del settore a breve termine.

Quanto alla valutazione immobiliare che la Società da sempre promuove, in particolare fin dalla prima edizione del *Codice delle valutazioni immobiliari*, si segnala l'imminente approvazione delle nuove *Linee guida per la valutazione degli immobili in garanzia delle esposizioni creditizie* dell'Abi, cui **Tecnoborsa** collabora da anni insieme a tutti i principali soggetti del settore coinvolti. Anche la presente Indagine 2015 conferma un elevato ricorso all'esperto valutatore, specie da parte chi vende il proprio immobile, segno che si sta facendo sempre più strada una nuova cultura in tal senso.

2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Il 61,7% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile, nel biennio 2013-2014, sono ricorse a un mediatore immobiliare abilitato ovvero a

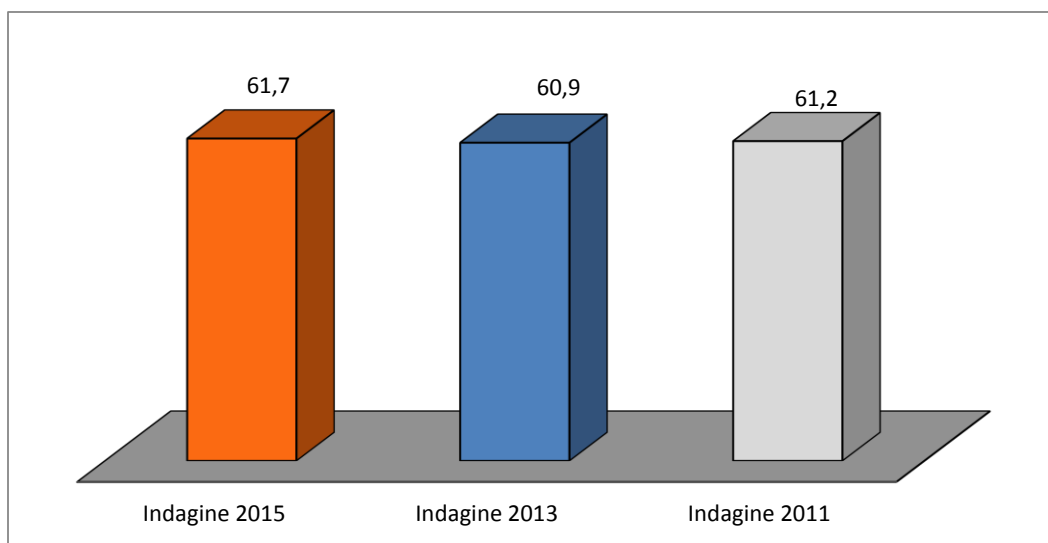
un'agenzia immobiliare oppure si sono avvalse dell'aiuto parziale di consulenti (geometri, ingegneri, architetti, avvocati, etc.), per il buon fine della transazione.

Rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente effettuata da **Tecnoborsa** si è riscontrato che c'è stato solo un lieve incremento nell'ultimo biennio (*graf. 1*).

GRAFICO 1

UTILIZZO DEI CANALI DI INTERMEDIAZIONE

(acquisti effettuati, val.%)



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

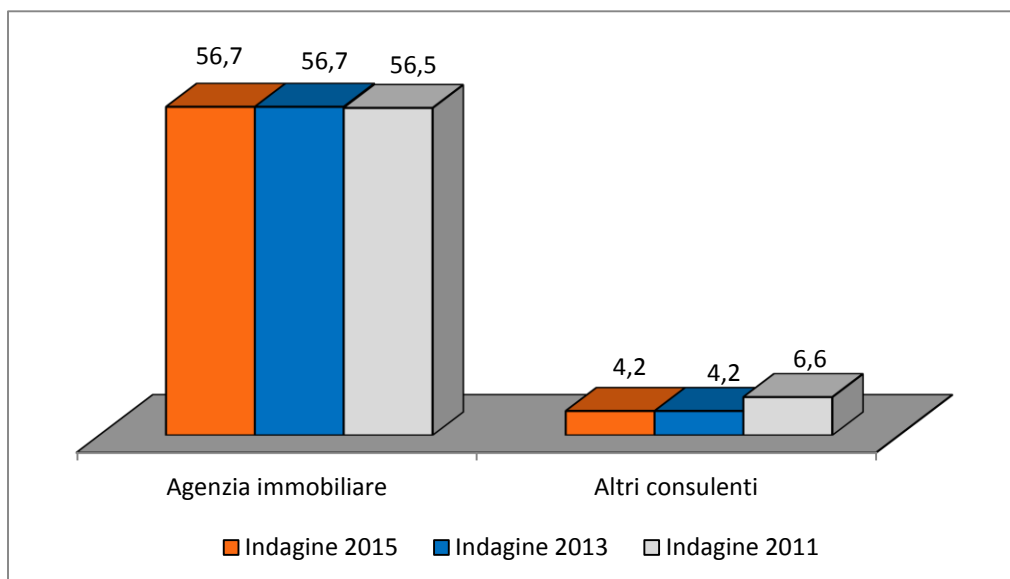
Tra coloro che si sono fatti assistere per acquistare un'abitazione, prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia ha fra i 25 e i 34 anni, con un titolo di studio medio-basso e che vivono a Genova e Napoli.

Come sempre, l'agenzia immobiliare rimane il canale più utilizzato (56,7% di chi ha acquistato), in quanto è l'unico abilitato a fornire un servizio di intermediazione completo e in grado di accompagnare il cliente in tutte le fasi della transazione, seguita con un notevole distacco dal ricorso al supporto parziale di altri consulenti (4,2%), valori rimasti invariati rispetto a quanto rilevato con l'Indagine 2013 (*graf.2*).

GRAFICO 2

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO

(acquisti effettuati, val.%)



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

L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da coppie giovani e le città in cui si sono rilevate le quote più alte di utilizzo sono state Genova, Milano e Napoli; rispetto alla professione e al titolo di studio il fenomeno è sopra media tra coloro che sono meno istruiti.

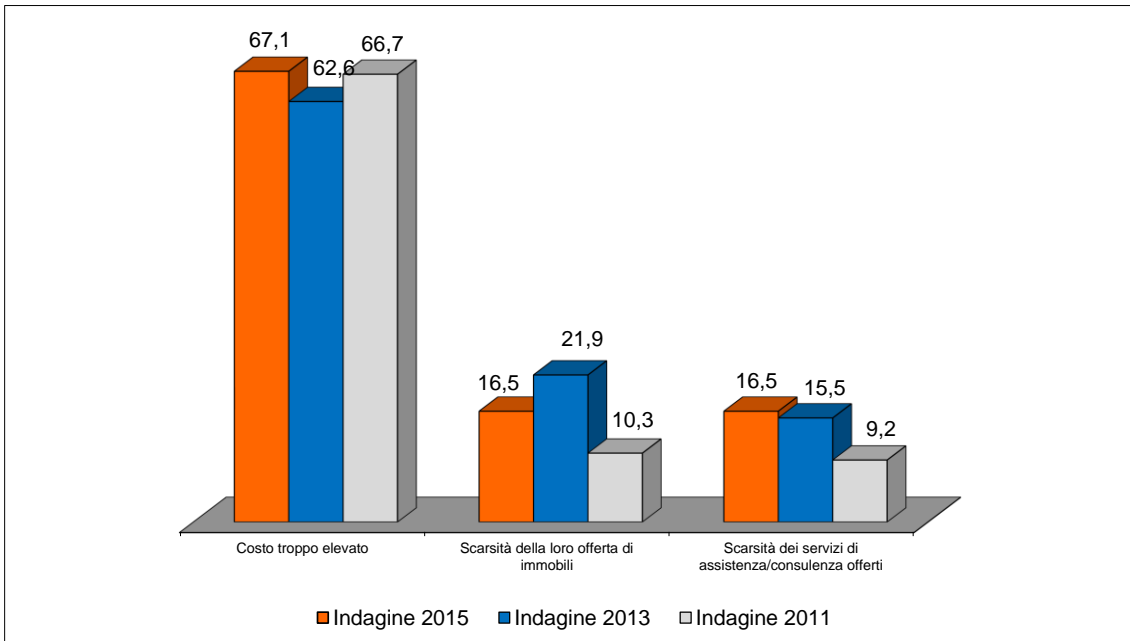
Tra i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile si trova, come sempre, il costo troppo elevato (67,1%), seguito, a parità di punteggio (16,5%), dalla scarsità di offerte immobiliari e la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti.

Rispetto all'Indagine 2013 si evidenzia un aumento della quota di coloro che hanno indicato come causa di non ricorso alle agenzie il costo troppo elevato – che ha toccato il valore massimo – e la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti dalle agenzie; viceversa, è scesa la percentuale di chi ha dichiarato come causa del non ricorso l'offerta di immobili piuttosto limitata (*graf. 3*).

GRAFICO 3

MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI

(acquisti effettuati; val. %)

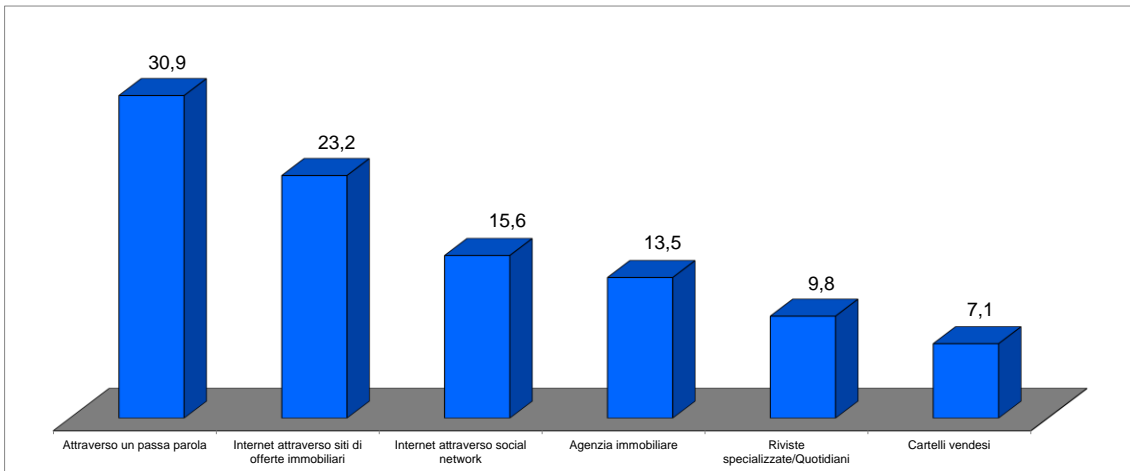


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che per il 30,9% è stato grazie al passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; per il 23,2% hanno funzionato gli annunci su Internet attraverso siti di offerte immobiliari; per il 15,6% hanno avuto successo gli annunci su Internet attraverso social network; per il 13,5% l'individuazione del bene è avvenuta recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari; per il 9,8% è valsa la consultazione di riviste specializzate e per il 7,1% la lettura di cartelli vendesi (graf. 4).

GRAFICO 4

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA DEL BENE ACQUISTATO
(val. %)



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

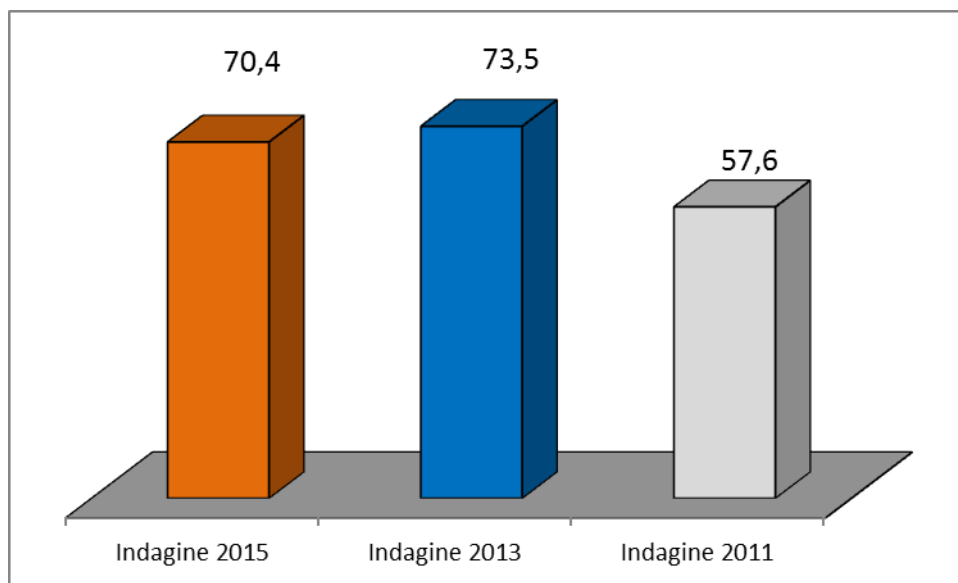
A coloro che hanno affermato di aver individuato l'immobile acquistato attraverso annunci presenti su Internet, riviste specializzate/quotidiani e/o cartelli vendesi è stato chiesto da chi fossero stati pubblicati e il 17,4% ha risposto da proprietari o altri consulenti e il 38,3% da agenzie immobiliari; quindi, andando a sommare questa quota con il 13,5% di coloro che hanno dichiarato di essersi recati in un'agenzia emerge che circa il 52% degli acquirenti è venuto a conoscenza del bene comprato attraverso questi professionisti del settore.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si nota che il 70,4% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito di un intermediario immobiliare ufficialmente riconosciuto o del supporto di un consulente per alcuni aspetti della transazione; tale valore è più alto di quello rilevato nel 2011 di 15,9 punti percentuali, ma è leggermente inferiore a quello rilevato nella precedente Indagine (*graf. 5*).

GRAFICO 5

UTILIZZO DEI CANALI DI INTERMEDIAZIONE

(vendite effettuate, val.%)



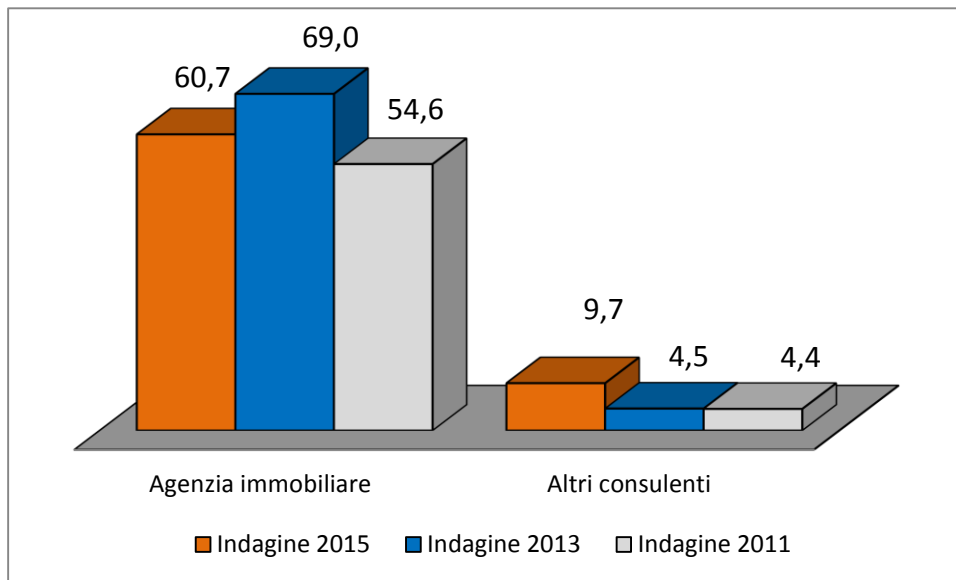
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Il profilo demografico di chi ha utilizzato un qualsiasi aiuto per vendere un immobile denota valori superiori alla media tra persone anziane, con un basso livello culturale, fuori dal mercato lavorativo e residenti a Genova, Torino, Napoli e Milano.

Come in passato il canale preferito rimane l'agenzia immobiliare (60,7%), anche se la quota è scesa rispetto a quella rilevata nel 2013 di 8,3 punti percentuali. I consulenti a vario titolo sono stati utilizzati dal 9,7% di coloro che hanno ceduto un immobile e, in questo caso, la quota di coloro che vi hanno fatto ricorso si è più che raddoppiata rispetto a quanto rilevato nelle Indagini precedenti (*graf.6*).

GRAFICO 6

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



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

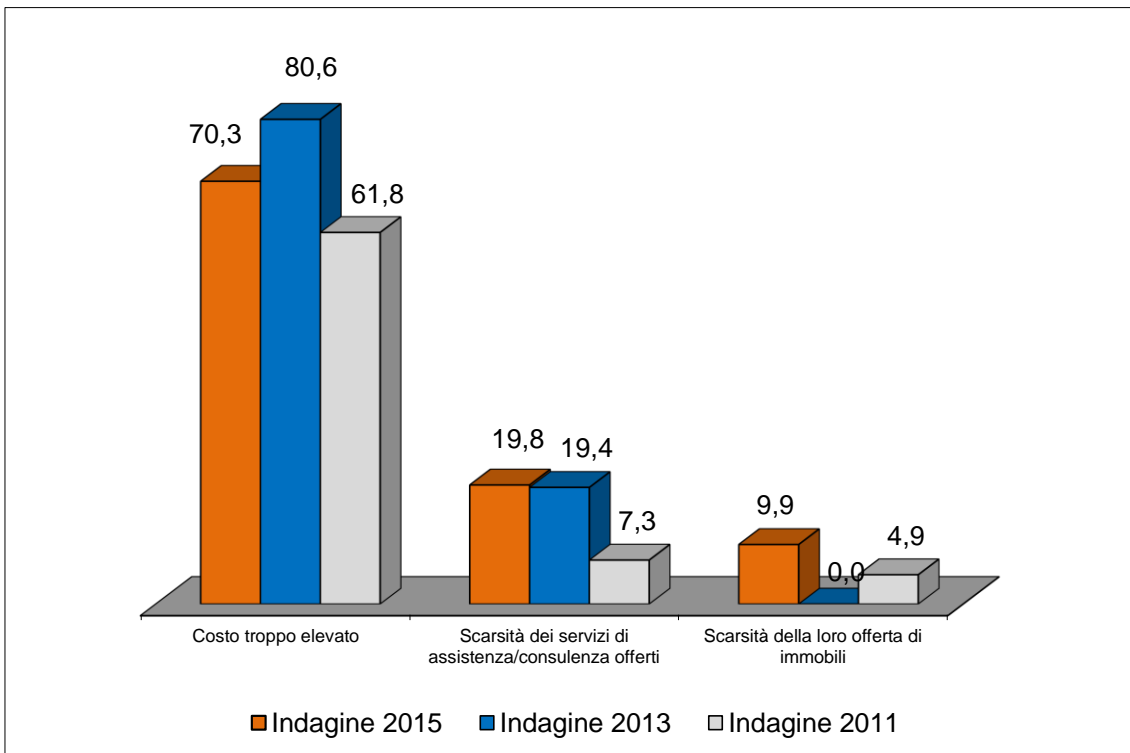
Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, al primo posto si trova il costo troppo elevato (70,3%), così come è avvenuto per chi ha acquistato; a seguire, ma con un fortissimo divario, vi sono coloro che hanno motivato la scelta affermando che la causa del non ricorso è stata la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (19,8%); infine, vi sono coloro che hanno indicato la scarsità delle offerte immobiliari (9,9%).

Dal confronto con l'Indagine 2013 è emerso che è scesa la percentuale di coloro che hanno dichiarato di non essere ricorsi all'agenzia per vendere perché hanno ritenuto che i costi fossero troppo elevati (10,3 punti), mentre è salita la quota di coloro che hanno imputato la loro scelta alla scarsità dei servizi offerti (*graf. 7*).

GRAFICO 7

MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI

(vendite effettuate, val. %)

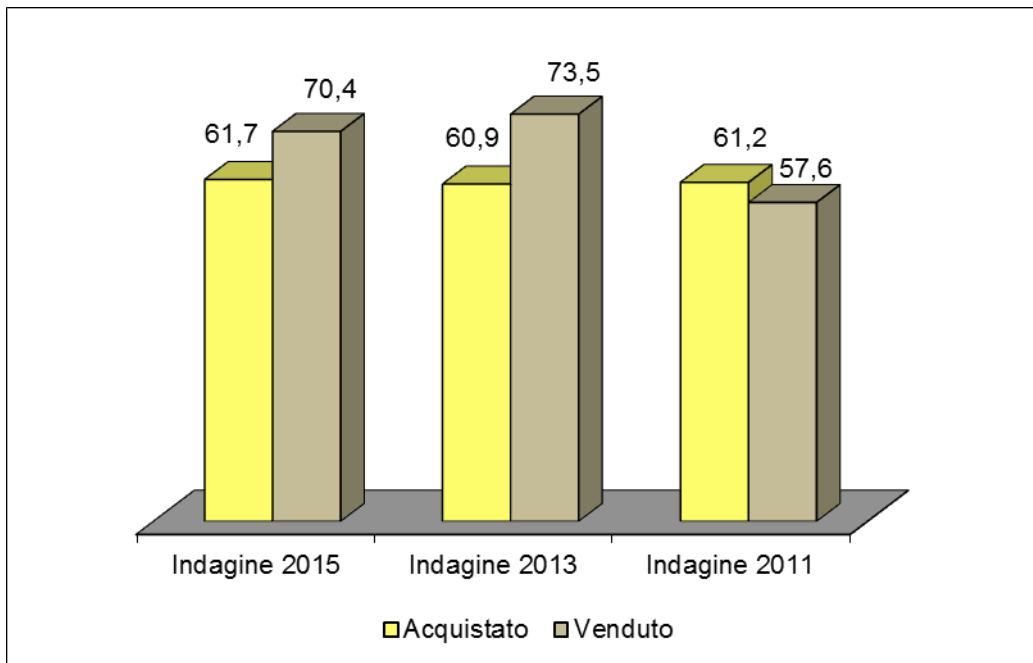


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che il ricorso all'aiuto di un intermediario è risultato essere, in linea con quanto rilevato nella precedente Indagine, più basso tra chi ha acquistato rispetto a chi ha venduto con una differenza di 8,7 punti percentuali, mentre il *gap* era di quasi 13 punti nel 2013 (*graf.8*).

GRAFICO 8

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

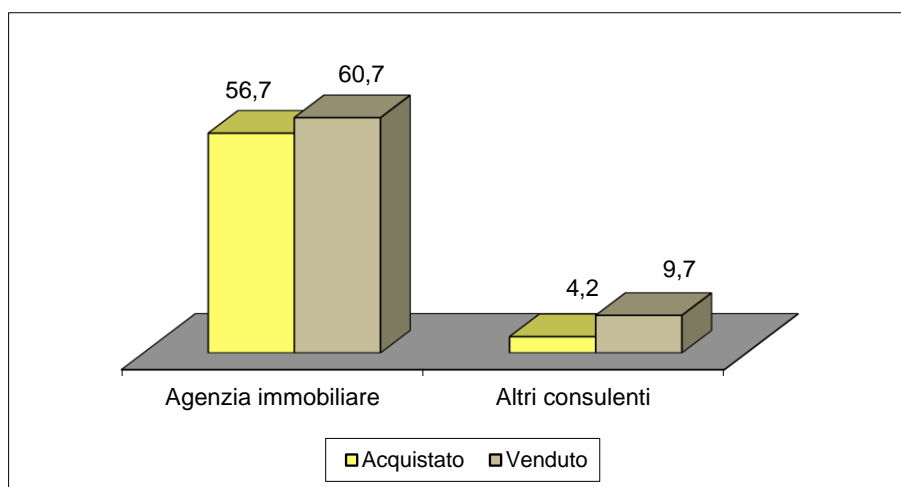


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Analizzando i singoli canali di intermediazione emerge che l'agenzia immobiliare viene preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se vi ricorre maggiormente chi ha ceduto un immobile con una differenza di 4 punti percentuali (*graf.9*).

GRAFICO 9

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



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

3. La valutazione

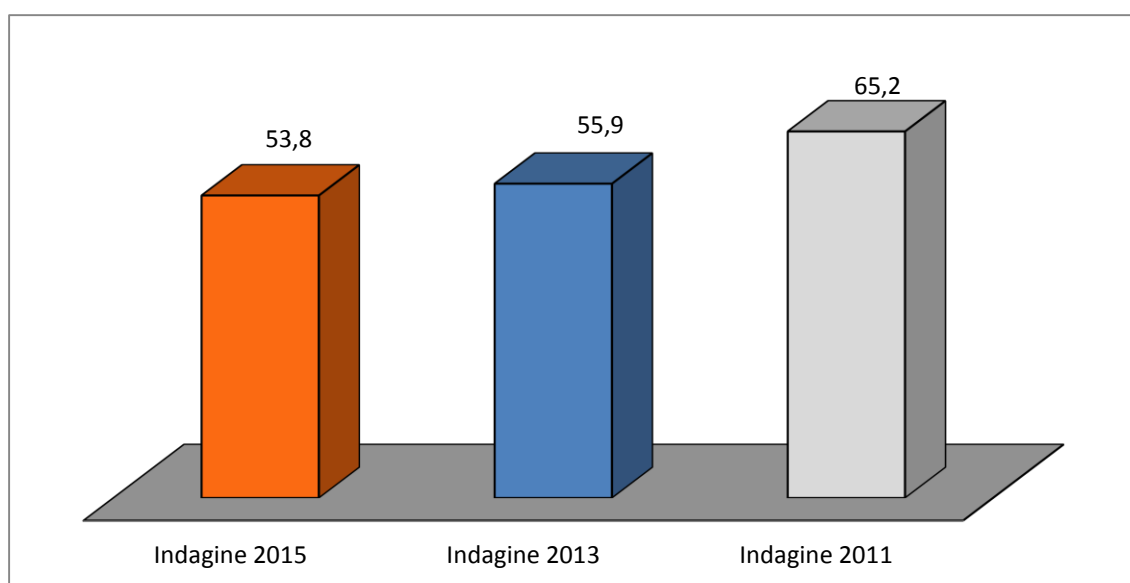
3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'Indagine 2015 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 53,8% di coloro che hanno acquistato, valore che continua a scendere, infatti il dato rilevato è inferiore a quello rilevato nel 2013 di 2,1 punti percentuali e di ben 11,4 punti rispetto a quanto rilevato nel 2011 (graf. 10).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



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

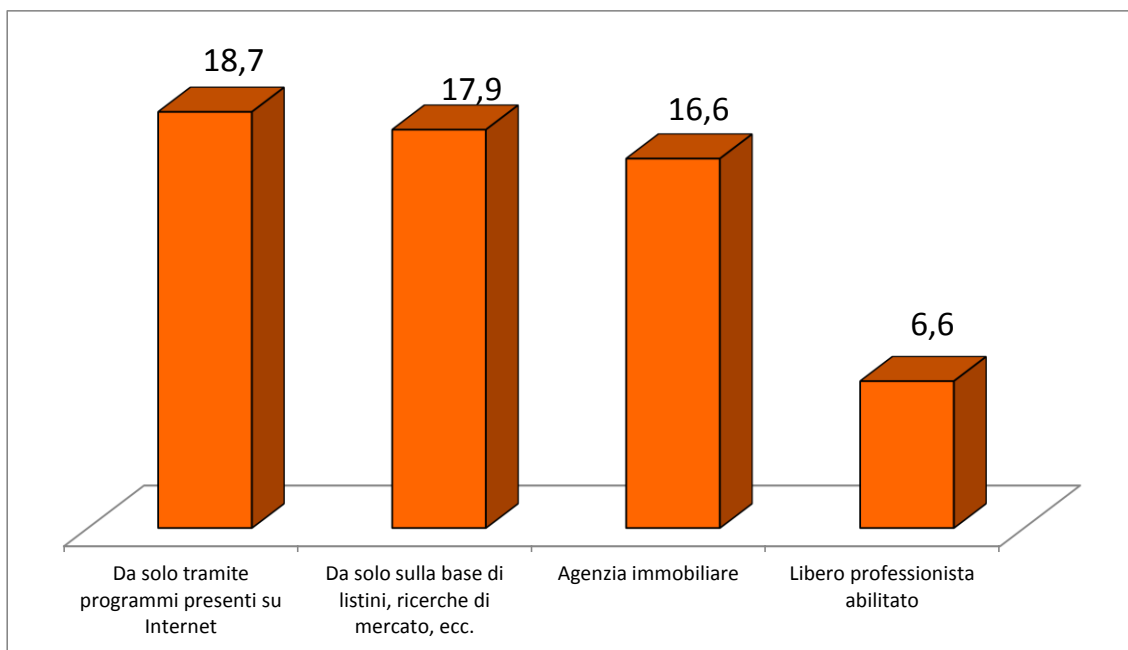
Tra coloro che hanno acquistato un bene dopo averlo fatto valutare prevalgono gli intervistati il cui capofamiglia è una persona matura, con più di 64 anni. La città dove il ricorso alla valutazione è stata maggiore è risultata essere Torino.

Andando ad analizzare i canali utilizzati da coloro che hanno fatto stimare il bene prima di acquistarlo è emerso che il 36,6% hanno affermato di averlo fatto da soli e il 23,2% di essere ricorsi all'aiuto di professionisti; in particolare: il 18,7% ha dichiarato di aver utilizzato programmi presenti su Internet; il 17,9% listini, ricerche di mercato, ecc.; il

16,6% di essersi rivolti a un'agenzia immobiliare e il 6,6% a un libero professionista abilitato (graf. 11).

GRAFICO 11

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

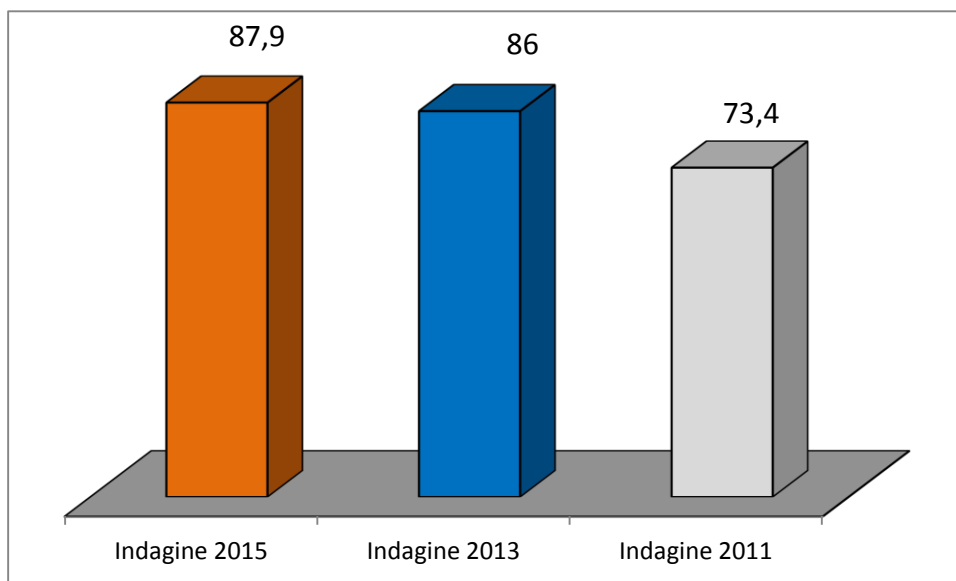


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'87,9% di chi è riuscito a vendere un immobile, nel biennio preso in esame, lo ha fatto valutare prima di immetterlo sul mercato. Rispetto alle rilevazioni precedenti, il fenomeno – contrariamente a quanto rilevato per la domanda – è risultato essere in crescita, infatti, c'è stato un incremento di 1,9 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2013 e di ben 14,5 punti rispetto al 2011 (graf. 12).

GRAFICO 12

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

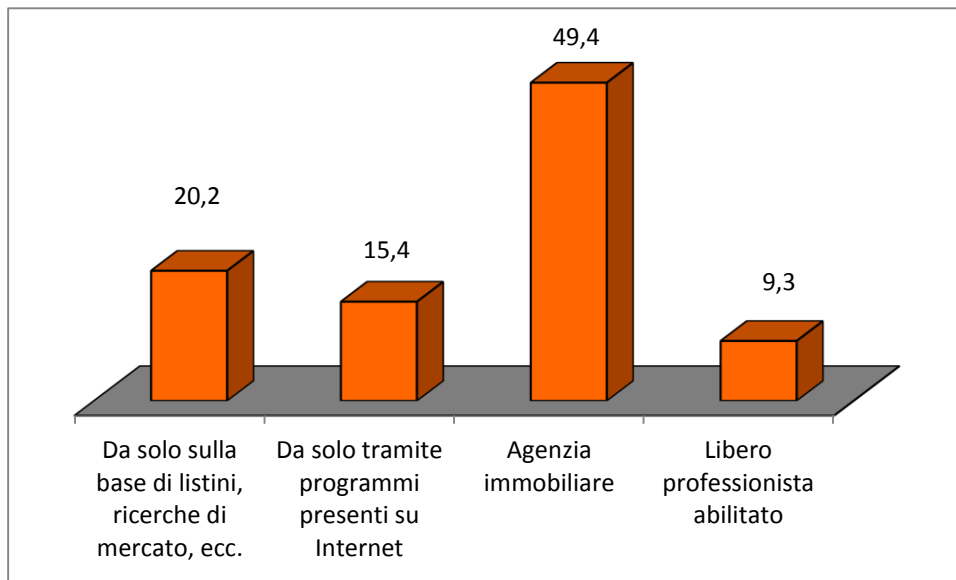


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando a studiare la tipologia di canale utilizzato per la valutazione è stato riscontrato che, a differenza di quanto emerso tra chi ha acquistato, è molto alto il ricorso a un professionista del settore per la valutazione del bene venduto (58,7%), rispetto al fai da te (35,6%); nello specifico: 49,4% è ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare; il 9,3% a un libero professionista abilitato; il 20,2% ha fatto da solo sulla base di listini, ricerche di mercato, ecc.; infine, il 15,4% si è avvalso del supporto di programmi presenti su Internet (*graf. 13*).

GRAFICO 13

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



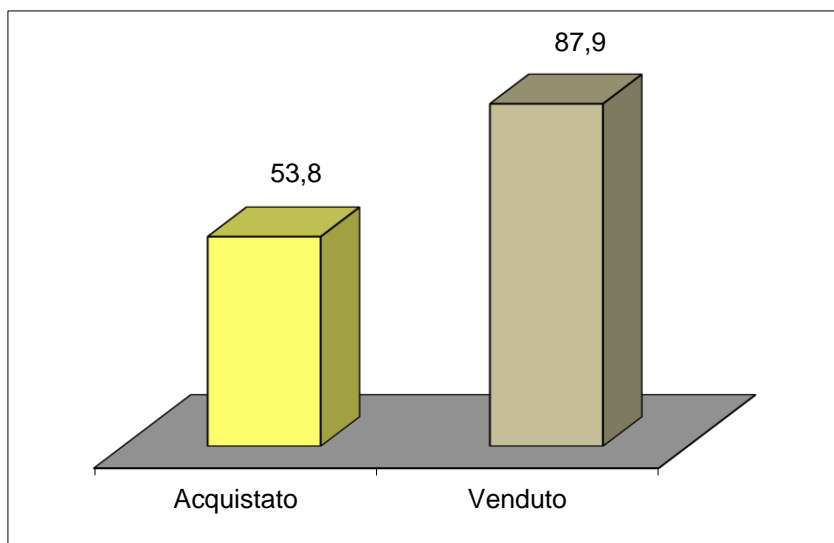
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare nella domanda e nell'offerta emerge che – come nelle due precedenti rilevazioni – ricorrono di più alla valutazione coloro che vendono rispetto a chi acquista; un fenomeno che dipende molto probabilmente dal fatto che una famiglia prima di vendere deve essere sicura 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 quella determinata casa vale il prezzo richiesto (*graf. 14*).

GRAFICO 14

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)



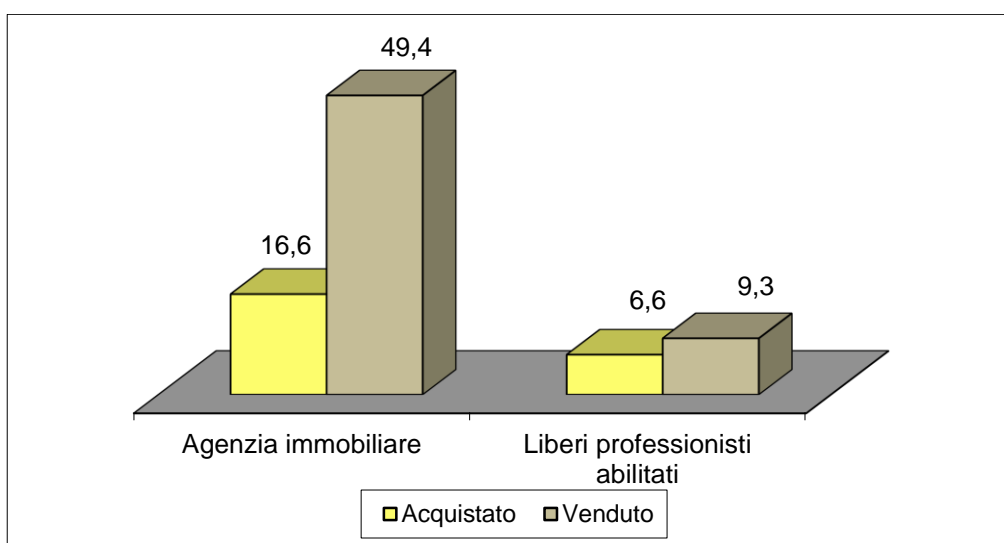
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, nell'Indagine 2015 emerge che, così come in quelle precedenti, l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi acquista che da chi vende, anche se con una notevole differenza, infatti vi ha fatto ricorso quasi la metà di chi ha venduto contro un sesto di chi ha acquistato (graf. 15).

GRAFICO 15

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Anche nell'Indagine Tecnoborsa 2015 più della metà degli acquirenti residenti nelle sei maggiori città italiane ha dichiarato di aver fatto ricorso a un intermediario per una transazione immobiliare e inoltre, la percentuale è leggermente salita rispetto alle due rilevazioni precedenti. Come sempre l'agenzia immobiliare rimane di gran lunga il canale di intermediazione più utilizzato e, per giunta, circa il 52% degli acquirenti ha affermato di essere venuto a conoscenza del bene comprato recandosi direttamente presso un'agenzia o leggendo annunci pubblicati sempre da queste ultime sui diversi canali informativi.

Dall'analisi su coloro che non hanno usufruito delle agenzie immobiliari è emerso che la causa prevalente rimane il costo troppo elevato, motivazione in crescita rispetto all'Indagine precedente insieme alla scarsità dei servizi; viceversa è scesa la quota di chi ha indicato come causa del mancato ricorso la scarsità degli immobili offerti.

Il ricorso a un canale di intermediazione è molto più alto tra coloro che hanno venduto, con uno scarto di 10,3 punti percentuali. Anche in questo caso il canale preferito rimane l'agenzia immobiliare ma va evidenziato che, a differenza di quanto rilevato per la domanda, c'è stato un calo di coloro che vi hanno fatto ricorso. Tuttavia, la motivazione prevalente del mancato ricorso è sempre la stessa, il costo troppo elevato, anche se la quota di chi ha indicato questa motivazione è scesa di circa 10 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2013. Una discreta percentuale ha indicato espressamente anche la scarsità dei servizi offerti.

Continua il trend decrescente del ricorso alla figura professionale di un valutatore da parte di chi ha acquistato, infatti è molto alta la quota di chi ha dichiarato di aver stimato l'immobile da solo o di non averlo valutato affatto; tuttavia, tra gli specialisti della valutazione l'agenzia immobiliare rimane la preferita rispetto ai liberi professionisti abilitati.

Dall'analisi dell'offerta, diversamente da quanto riscontrato per la domanda, è emerso un lieve incremento di chi ha fatto valutare il bene prima di venderlo, inoltre è molto alta la quota di chi si rivolge a un professionista, in modo particolare ad un'agenzia immobiliare, rispetto al fai da te.

Infine, dal confronto tra domanda e offerta è emerso che il ricorso alla valutazione è molto più alto tra chi vende, infatti c'è un *gap* di quasi 34,1 punti percentuali.

Concludendo, l'utilizzazione dell'agenzia sia per la professionalità dell'intermediatore che di quella del valutatore è più alta tra chi vende, e la stessa situazione emerge considerando il ricorso all'agenzia immobiliare.

Nota metodologica

Indagine basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse, stratificato come secondo i seguenti criteri:

- Comuni con oltre 500.000 abitanti: (Roma, Milano, Torino, Genova, Napoli, Palermo);
- Tipologia di famiglia: n. 3 classi.

Al fine di rappresentare in modo più efficiente il segmento della popolazione che ha svolto almeno una transazione immobiliare nel corso dell'ultimo anno (2014), incrociato per Grande Comune e Tipologia di famiglia, il campione è caratterizzato da un sovracampionamento a due stadi sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN) rispetto alla quota di proprietà compravendita .

Al primo stadio il sub-campione è di tipo disproporzionale a celle non costanti, stratificato per le sei città oggetto dell'indagine, raggruppate per "fascia" di città:

Al secondo stadio il sub-campione sarà di tipo disproporzionale a celle costanti all'interno di ogni fascia.

Numerosità campionaria complessiva: 2.124 interviste.

I dati dell'indagine sono stati riportati all'universo della popolazione italiana residente nei sei Grandi Comuni (N/n) con calibrazione dei risultati campionari in funzione di una "grandezza nota", nella fattispecie il Numero delle Transazioni Normalizzate (NTN).

L'obiettivo della calibrazione è quello di stabilire il numero di transazioni immobiliari nei sei Grandi Comuni per tipologia di famiglia.