

COMUNICATO STAMPA

INDAGINE 2024 - LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

a cura del Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEI **Tecnoborsa**

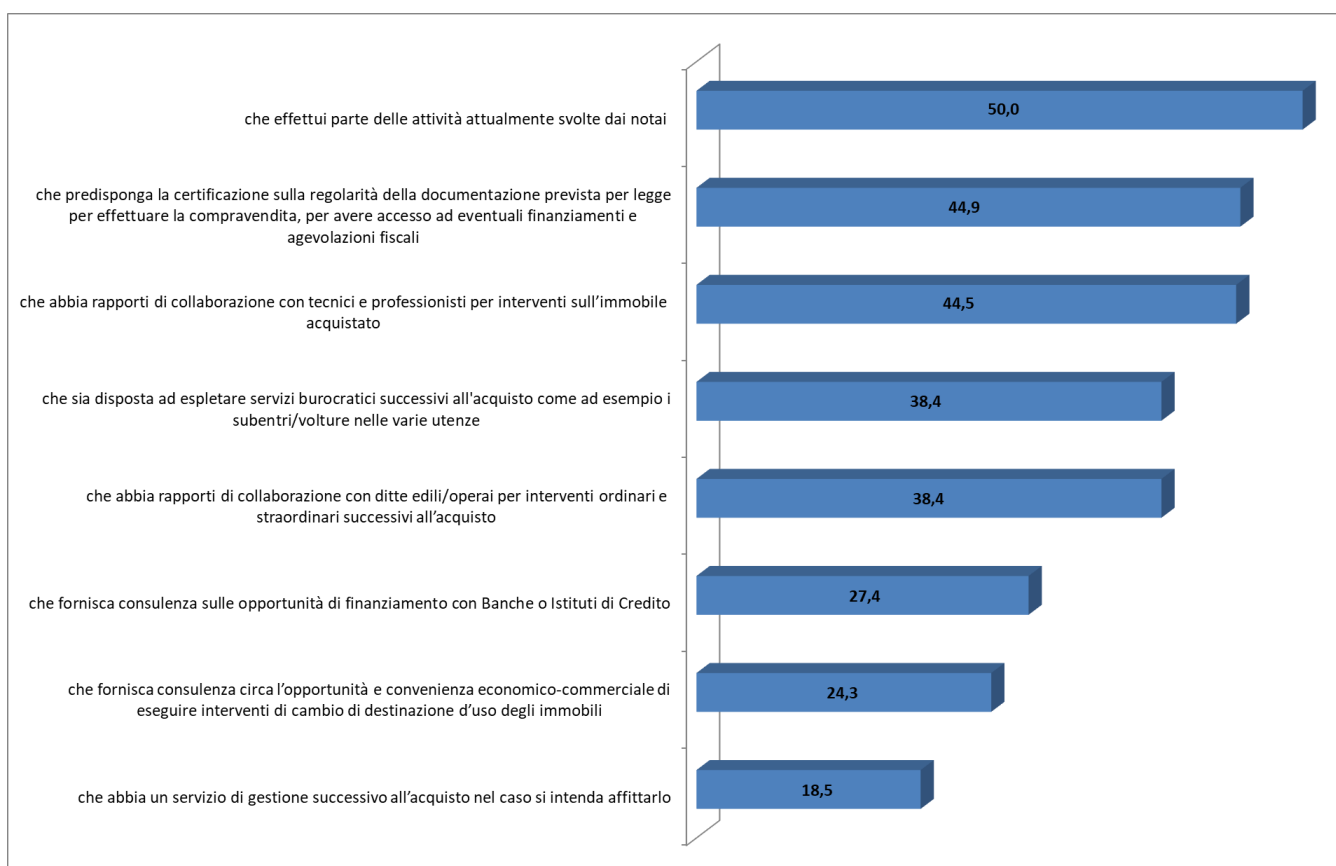
Roma 30 settembre 2024

L'INTERMEDIAZIONE

Dalla più recente Indagine **Tecnoborsa** del 2024 è emerso che in Italia, nel biennio 2022-2023, **il 57,5% degli acquirenti ha scelto di affidarsi a un'agenzia per la propria operazione immobiliare, dato che evidenzia l'importanza del ruolo degli agenti immobiliari nel processo di acquisto di una casa.** Inoltre, ben il 79,8% dei clienti interessati all'acquisto ha espresso un giudizio nel complesso tra il buono e l'ottimo in merito ai servizi ricevuti. Gli agenti immobiliari soddisfano dunque le esigenze dei loro clienti e forniscono loro un supporto efficace durante tutto il processo di acquisto. Tuttavia emerge un margine di miglioramento sulla varietà dei servizi (*Graf. a*) dal momento che il 50% di coloro che hanno utilizzato l'agenzia per portare a buon fine la transazione, avrebbe voluto ricevere supporto almeno per una parte delle attività attualmente svolte dai notai come l'individuazione di eventuali ipoteche o oneri; il 44,9% avrebbe voluto ottenere in agenzia l'attestazione a garanzia della regolarità della documentazione prevista dalla normativa vigente per effettuare la compravendita, facilitando così anche l'accesso a finanziamenti e agevolazioni fiscali; il 44,5% dei clienti avrebbe apprezzato la possibilità di essere messo in contatto con tecnici e professionisti qualificati per preventivi di spesa, progettazione di lavori di ristrutturazione o di adeguamento dell'immobile, e la possibilità di ricevere pratiche urbanistico-edilizie; il 38,4%, a parità di punteggio, la possibilità di ricorrere attraverso l'agenzia a ditte edili/operai per facilitare gli interventi successivi all'acquisto, dalla

semplice tinteggiatura alla ristrutturazione completa e che l'agenzia fosse disposta ad fornire servizi successivi all'acquisto, come ad esempio i subentri/volture nelle varie utenze; il 27,4% vorrebbe che l'agente fornisca un servizio di consulenza sulle opportunità di finanziamento con Banche o Istituti di Credito; il 24,3% che offrisse anche un servizio di consulenza circa l'opportunità e convenienza economico-commerciale dell'esecuzione di interventi di cambio di destinazione d'uso e, infine, il 18,5% avrebbe gradito una assistenza successiva all'acquisto, per proporre e gestire il bene acquistato sul mercato delle locazioni.

Grafico a – val. %

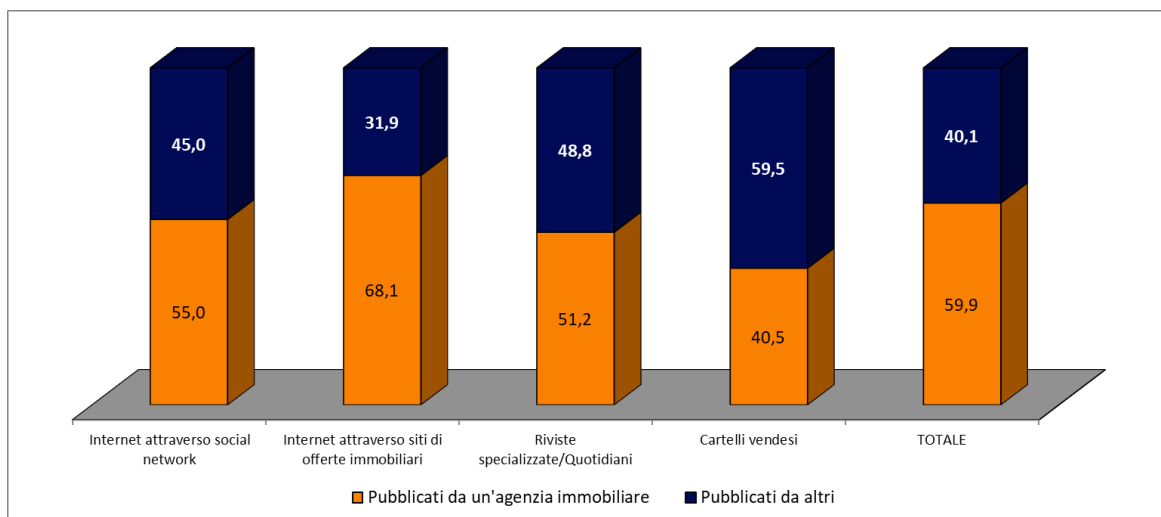


Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione poi effettivamente comprata si evidenzia un singolare podio che affianca al web il più tradizionale dei metodi: ai primi due posti ci sono infatti gli annunci pubblicati attraverso Internet: in particolare, con il 37,6%, quelli sui

siti di offerte immobiliari e, con il 19,7%, quelli diffusi attraverso i social network ma al terzo posto, con il 18,7%, troviamo il classico passa parola con conoscenti, vicini o custodi di stabili. A seguire, con percentuali più basse, per l'8,7% delle famiglie italiane la casa è stata individuata recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari; per l'8,1% è stata fondamentale la consultazione di riviste specializzate; infine, il 7,3% ha trovato la casa dei propri sogni imbattendosi nel tradizionale cartello stradale con l'indicazione 'vendesì'.

Peraltro, il 59,9% di quanti hanno individuato il bene successivamente comprato leggendo gli annunci presenti su Internet, sulle riviste specializzate/quotidiani e/o su cartelli vendesi, ha affermato che gli annunci erano stati pubblicati da un'agenzia immobiliare (*Graf. b*); quindi, sommando questo valore a quello di coloro che si sono recati direttamente in agenzia, **otteniamo il dato del 68,6% delle famiglie acquirenti che è venuto a conoscenza dell'opportunità di acquisto, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare. Che quindi rimane il canale informativo più attivo.**

Grafico b – val.%



Passando ora all'analisi dal lato della **vendita**, è emerso che **il 68,4% delle famiglie che ha venduto un immobile nel biennio in esame ha fatto ricorso al supporto tecnico**

professionale dell'agenzia immobiliare. Confermando il trend crescente del ricorso all'agenzia immobiliare da parte di chi vende.

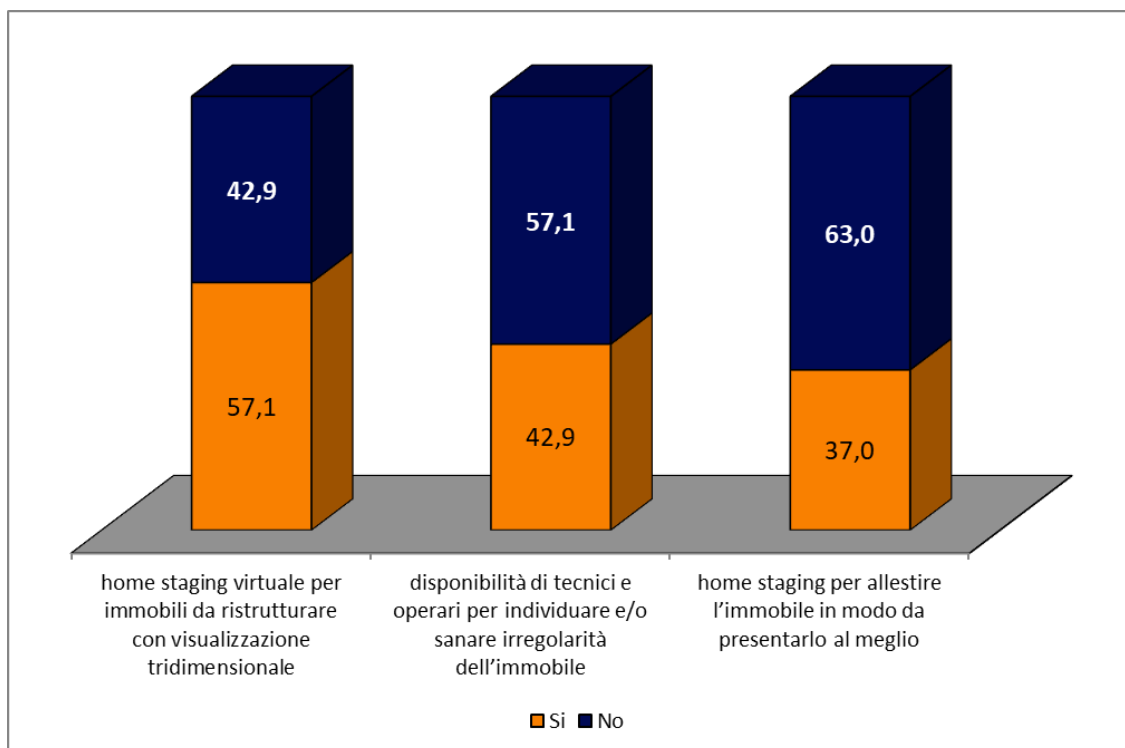
Da un *focus* sui criteri che guidano la scelta dell'agenzia a cui affidare l'immobile successivamente venduto è emerso che nel 31,1% dei casi è stato seguito il consiglio di amici, parenti e/o conoscenti; nel 26,3% dei casi si è optato per un'agenzia situata nella zona di residenza del venditore o comunque in quella di localizzazione dell'immobile venduto; nel 19,9% dei casi, la decisione è stata presa affidandosi a cartelloni pubblicitari; nel 15,5% la scelta è stata orientata da spot televisivi e, infine, solo nel 7,2% dei casi tramite magazine/opuscoli distribuiti dall'agenzia.

Chiedendo poi un giudizio sui servizi ricevuti, è emerso che il 67% ha espresso un giudizio complessivamente positivo, tra il buono e l'ottimo.

Il restante 33% ha optato per soluzioni alternative al ricorso all'agenzia immobiliare principalmente per ragioni economiche, per non dover sostenere il costo della provvigione, per la percezione di una scarsità di servizi o per una mancanza di fiducia negli agenti.

Da un *focus* ulteriore su quanti hanno ritenuto i servizi di assistenza e/o consulenza non totalmente soddisfacenti abbiamo ricavato la classifica ideale dei servizi che si sarebbe voluto ricevere (*Graf. c*): la percentuale maggiore -il 57,1%- va al servizio di ristrutturazione con realtà virtuale così da avere una idea concreta delle potenzialità del bene; per il 42,9% sarebbe stato utile ricevere un supporto nell'individuazione di tecnici e operai per sanare eventuali irregolarità prima di immettere il bene sul mercato; infine, al 37%, avrebbe fatto piacere ricevere un servizio di *home staging* per arredare e presentare l'immobile al meglio, così da ottenere un valore commerciale superiore.

Grafico c – val.%



Andando a indagare sui canali utilizzati per promuovere il bene venduto da parte delle famiglie italiane che non hanno fatto ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare per effettuare la vendita è emerso che il 45,7% ha utilizzato il passa parola; il 31,9%, a parità di punteggio, i siti specializzati presenti su Internet e i *social network*; il 13,8% i cartelli vendesi; infine il 12,1% le riviste specializzate.

LA VALUTAZIONE

I dati rilevati nell'Indagine 2024 evidenziano **un'attenzione crescente da parte delle famiglie italiane alla valutazione degli immobili, sia in fase di vendita che di acquisto.** Il dato più significativo è rappresentato dal fatto che il 71,5% degli acquirenti ha effettuato una valutazione, sia affidandosi a uno specialista sia procedendo in autonomia.

Dall'analisi delle modalità operative scelte per l'attribuzione del valore all'immobile si è riscontrato che il 26,8% ha stimato l'immobile affidandosi ai dati pubblicati nei listini

ufficiali; il 26,6% ha preferito il 'fai da te' stimando l'immobile attraverso programmi presenti su Internet; il 24,8% ha fatto ricorso all'agenzia immobiliare; infine, il 15,2% si è rivolto ad un libero professionista abilitato. Inoltre, dalle percentuali emerge una prevalenza dei metodi autonomi e che molti acquirenti hanno fatto ricorso a due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare.

Dal lato dell'offerta è emerso che ben l'80,4% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo sul mercato, a conferma dell'importanza attribuita ad una valutazione accurata dell'immobile nella fase di vendita.

Analizzando nello specifico le modalità operative scelte, emergono tuttavia alcune tendenze interessanti (*Graf. d*). Similmente a quanto osservato per gli acquirenti, **anche i venditori mostrano una preferenza per i metodi di valutazione autonomi**, infatti, il 31,1% ha valutato l'immobile facendo ricorso ai dati pubblicati da listini ufficiali; il 30,8% ha stimato l'immobile da solo tramite programmi presenti su Internet per una percentuale complessiva del 61,9% che opta per soluzioni autonome.

Le agenzie immobiliari mantengono peraltro un ruolo rilevante nel processo di valutazione, con il 28,1% dei venditori che si è affidato loro; infine, il 14,4% ha scelto di rivolgersi a liberi professionisti abilitati con un totale del 42,5% dei venditori che ha preferito fare ricorso a tecnici esperti per il prezzo da attribuire al proprio immobile prima di presentarlo sul mercato.

Grafico d – val.%

