

COMUNICATO STAMPA

INDAGINE 2021 - LE FAMIGLIE ROMANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

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

Roma 27 gennaio 2022

*Commentando i dati rilevati nell'Indagine che periodicamente **Tecnoborsa** effettua su di un campione di famiglie romane **il Presidente della Società Valter Giammaria**, ha sottolineato quello che a suo parere è un valore irrinunciabile condiviso dal sistema della Borsa Immobiliare di Roma: l'importanza della interazione umana che garantisce - insieme alla professionalità dell'agente - un supporto fondamentale nell'acquisto o nella vendita di un immobile. Se come canale informativo prevalente per chi è alla ricerca di una casa da acquistare figura il web che ormai stacca il buon vecchio passaparola di oltre 10 punti percentuali sia con le piattaforme che con i social (31,5%), ad una lettura più accurata dei dati si scopre che per quasi il 70% degli annunci, il soggetto proponente è una agenzia immobiliare che dunque - **prosegue Giammaria** - resta il canale privilegiato per le famiglie alla ricerca di un investimento per la vita con una percentuale che supera l'80% se si analizza l'offerta. Si cerca sul web dunque ma poi ci si affida al supporto delle agenzie immobiliari che affiancano il cliente con competenza e capacità.*

L'intermediazione – Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2021 è emerso che a Roma, nel biennio 2019-2020, il 59,7% di chi ha acquistato un immobile a uso residenziale è ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare. La percentuale è salita di ben 3 punti percentuali rispetto al biennio precedente. Tuttavia, il valore è allineato a quello medio delle altre 5 città con più di 500mila persone residenti – Milano, Torino, Genova, Napoli e Palermo – che è del 59,8%.

*Chi acquista
ricorre
preferibilmente
all'agenzia
immobiliare*

Andando ad analizzare **attraverso quali canali informativi** l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che **al primo posto, a parità di punteggio (31,5%), ci sono gli annunci pubblicati su siti di offerte immobiliari e sui social network**. Al secondo posto, con il 21,5%, c'è il passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; a seguire, con percentuali decisamente più basse, per l'11,4% è stata fondamentale la consultazione di riviste specializzate; per il 3,4% la lettura di cartelli vendesi e, infine, per lo 0,7% delle famiglie residenti nella Capitale l'individuazione del bene è avvenuta recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari.

Prevalenza del digitale come canale informativo per l'acquirente

Dal confronto con l'Indagine precedente si è riscontrata una crescita notevole nell'utilizzo di Internet che è arrivato a coprire il 63% della quota di mercato (+18,4 punti percentuali), e anche un lieve aumento nell'uso delle riviste specializzate (+4,1 punti percentuali); mentre dopo anni in cui è stato il canale preferito nelle grandi città, diminuisce il ricorso al passa parola (-10,5 p.p.); stazionario il ricorso all'agenzia immobiliare.

Rispetto alle altre cinque grandi città, Roma presenta un valore più alto per i due canali legati ad Internet (+12,7 punti), è in linea per quanto riguarda l'utilizzo delle riviste specializzate; mentre è sotto la media per quanto riguarda il ricorso al passa parola (-5,8 punti), ai cartelli vendesi (-3,3 punti) e all'agenzia immobiliare (-3,2 punti).

Tuttavia, il 68,1% di chi ha 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; quindi, il terminale ultimo è in realtà l'agenzia. Rispetto alle altre grandi città Roma è sopra media di 4,5 punti. Infine, dall'Indagine è emerso che il 66,4% degli immobili acquistati erano stati affidati dal venditore a un'agenzia immobiliare. Tale percentuale è sopra al livello medio degli altri Comuni presi in esame di circa 11 punti percentuali.

Spostando l'analisi dal lato della vendita è emerso che l'82,6% delle famiglie romane che hanno venduto un immobile nel biennio in esame hanno fatto ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare. Dal confronto con l'Indagine 2019 si registra un **incremento decisamente rilevante**, di ben 19,5 punti percentuali rispetto al biennio precedente; inoltre, dal confronto con la media rilevata per le restanti 5 città maggiori, il valore su Roma rimane più alto di 22,9 punti percentuali.

Ricorso all'agenzia immobiliare da parte di chi ha venduto

Da un *focus* sui canali utilizzati per promuovere il bene venduto da parte delle famiglie che non sono ricorse all'aiuto dell'agenzia immobiliare per effettuare la vendita è emerso che il 66,7% ha utilizzato il passa parola, il 28,6% i social network, il 23,8% i cartelli vendesi, il 19% i siti specializzati su Internet e il restante 14,3% le riviste specializzate. Rispetto alle altre città prese in esame Roma è sopra la media per il ricorso alle riviste specializzate (+3,2 punti); viceversa è sotto media per le pubblicazioni attraverso siti specializzati presenti su Internet (-15,3 punti) e cartelli vendesi (-9,5 punti).

Canali informativi attraverso cui si è pubblicizzato il bene venduto

La valutazione – Dall'Indagine 2021 su Roma si evince che il **48,5% di coloro che hanno acquistato si sono serviti di uno specialista per la valutazione e/o hanno valutato il bene da soli**; tale valore è diminuito di 1,6 punti percentuali rispetto alla rilevazione del 2019. **La Capitale, rispetto alle altre città, è decisamente sotto la media per il ricorso alla valutazione (-6,8 punti).**

Ricorso alla valutazione da parte di chi ha acquistato

Andando ad analizzare nello specifico da chi è stato valutato il bene acquistato si è evidenziato che il 40,5% ha stimato l'immobile da solo tramite programmi presenti su Internet; il 35,1% ha stimato l'immobile da solo sulla base di dati pubblicati; il 32,4% si è rivolto a un libero professionista abilitato; infine, il 25,7% è ricorso all'agenzia immobiliare. Inoltre, **dalle percentuali è chiaro che molti acquirenti hanno utilizzato due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare.**

Tipologia di canale utilizzato per la valutazione da parte di chi ha acquistato

Rispetto alle altre cinque grandi città, Roma presenta un valore più alto per la quota di famiglie che ha fatto valutare il bene successivamente acquistato da un libero professionista abilitato (+10,5 punti) e/o che lo ha fatto da sola sulla base di dati pubblicati da fonti varie (+2,5 punti); presenta un valore più basso l'aver fatto stimare l'immobile da un'agenzia immobiliare (-4,1 punti) e/o l'averlo fatto da solo tramite programmi presenti su Internet (-1,4 punti percentuale). Da un confronto con l'Indagine 2019 va evidenziato che è salita in modo significativo la percentuale di famiglie romane che sono ricorse a un libero professionista abilitato (+16,8 punti), mentre è sceso il ricorso agli altri tre canali.

Infine, dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'88,4% delle famiglie romane ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo sul mercato, valore superiore a quello riscontrato per il biennio precedente (+2,8 punti) e superiore a quello medio delle altre 5 grandi città (+8,8 punti).

Ricorso alla valutazione da parte di chi ha venduto

Esaminando da chi e come è stato valutato il bene venduto è emerso che il 60,7% è ricorso alle agenzie immobiliari; il 30,8% ha stimato l'immobile da solo sulla base di dati pubblicati; il 26,2% ha valutato l'immobile da solo tramite programmi presenti su Internet; infine, il 12,1% si è rivolto a liberi professionisti abilitati.

Rispetto a quanto rilevato nell'Indagine precedente è cresciuto il ricorso all'agenzia immobiliare (6 punti) e al libero professionista abilitato (+3,7), mentre è scesa la quota di chi ha fatto da solo utilizzando fonti varie (-5 punti) e/o programmi presenti su Internet (-4,3 punti).

Mettendo a confronto la Capitale con le altre città si evince che è sotto la media la quota di famiglie che hanno fatto stimare il bene venduto da un libero professionista abilitato (-9,3 punti) e/o che hanno stimato il bene da soli attraverso programmi presenti nel web (-7,5 punti); viceversa, è sopra la media per il ricorso all'agenzia immobiliare (+5,1 punti) e/o per aver stimato il bene in autonomia sulla base di dati pubblicati da fonti varie (+3,3 punti percentuali).