

III - L'INDAGINE TECNOBORSA 2017: 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*

Il cliente si rivolge all'agenzia nella consapevolezza di dover sostenere un certo costo, però in cambio di una garanzia di trasparenza, regolarità e correttezza nel rapporto immobile–giusto prezzo e un insieme di servizi che lo accompagnino assistendolo e lo portino a concludere tranquillamente la transazione

1. Introduzione

Mentre le agenzie immobiliari continuano a detenere la quota di mercato maggioritaria nell'ambito delle transazioni crescono i canali informali come il passa parola e quelli moderni on-line. Pertanto, è arrivato il momento di chiedersi concretamente qual è quel fattore che può fare la differenza e, infatti, le esigenze del pubblico che si rivolge alle agenzie sono indubbiamente cresciute. E' soprattutto a livello dei servizi che è aumentata la richiesta e, in particolare, ci si rivolge espressamente ad agenti immobiliari abilitati con esperienza e professionalità, in grado di fornire valutazioni corrispondenti al reale valore dell'immobile grazie a nuove competenze certificate e a costanti e aggiornate quotazioni di mercato che diano una conoscenza dettagliata della zona; naturalmente, alla luce di questi dati si richiede un'ampia, accattivante e mirata pubblicità sui principali mezzi di stampa, siti *web*, vetrine, negozi e cartellonistica; entrando poi nel vivo del conferimento di un incarico il cliente si aspetta la raccolta e la verifica della documentazione attestante la regolarità del bene immobiliare posto in vendita con controlli preliminari ipotecari e catastali ed eventuale assistenza tecnica fino al conferimento dell'Attestato di Prestazione Energetica, nonché l'assistenza contrattuale fino alla conclusione della compravendita ovvero la stesura del preliminare di vendita con assolvimento degli adempimenti D.L. 206/06 e assistenza fino al rogito notarile e, dunque, assistenza notarile, legale, fiscale e finanziaria. Si tratta di servizi cresciuti nel tempo che richiedono da parte dell'agenzia un alto livello di qualità e di professionalità che si può raggiungere solo con un aggiornamento e una formazione continui, avvalendosi anche di strumenti adeguati e per addetti ai lavori quali i Listini ufficiali editi dalle Borse Immobiliari (servizi istituiti dalle Camere di Commercio) e/o il Codice delle Valutazioni Immobiliari – *Italian Property Valuation Standard* di **Tecnoborsa** di cui è stata appena pubblicata la V Edizione 2018.

In definitiva, il cliente di oggi si rivolge all'agenzia nella consapevolezza di dover sostenere un certo costo, però in cambio di una garanzia di trasparenza, regolarità e correttezza nel rapporto immobile–giusto prezzo e un insieme di servizi che lo accompagnino assistendolo e lo portino a concludere tranquillamente la transazione.

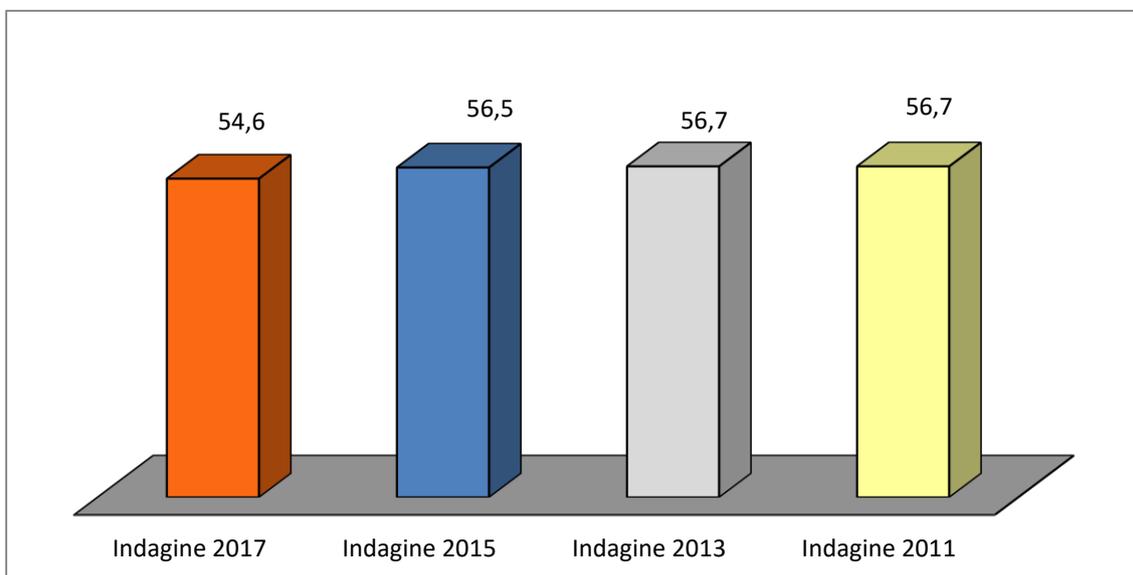
2. L'intermediazione

2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Il 54,6% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile, nel biennio 2015-2016, sono ricorse a un'agenzia immobiliare per il buon fine della transazione.

Rispetto a quanto rilevato nelle Indagini precedenti effettuate da **Tecnoborsa** si è riscontrato che c'è stato un lieve decremento di 1,9 punti percentuali nell'ultimo biennio, dopo anni di stabilità (*graf. 1*).

GRAFICO 1
UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE
(acquisti effettuati, val.%)



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

L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da coppie giovani e la città in cui si è rilevata la quote più alta di utilizzo è stata Torino, viceversa quella con la percentuale più bassa è risultata essere Palermo; 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 (65,7%), seguito dalla scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (20,3%) e dalla penuria di offerte immobiliari (14%).

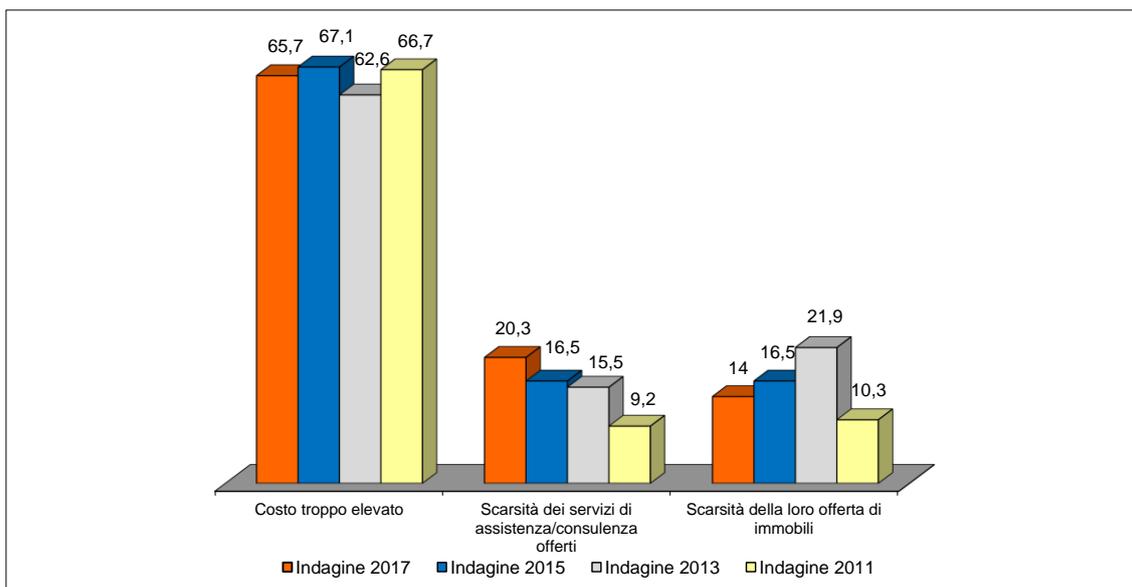
Rispetto all'Indagine 2015 si evidenzia un aumento della quota di coloro che hanno indicato come causa di non ricorso alle agenzie la scarsità dei servizi di

assistenza/consulenza offerti dalle agenzie – che ha toccato il valore massimo – segno che i clienti si sono fatti più esigenti; viceversa, è scesa la percentuale di chi ha dichiarato come cause del non ricorso l’offerta di immobili piuttosto limitata e il costo troppo elevato che, tuttavia, rimane di gran lunga la motivazione più rilevante (*graf. 2*).

GRAFICO 2

MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI

(acquisti effettuati; val. %)



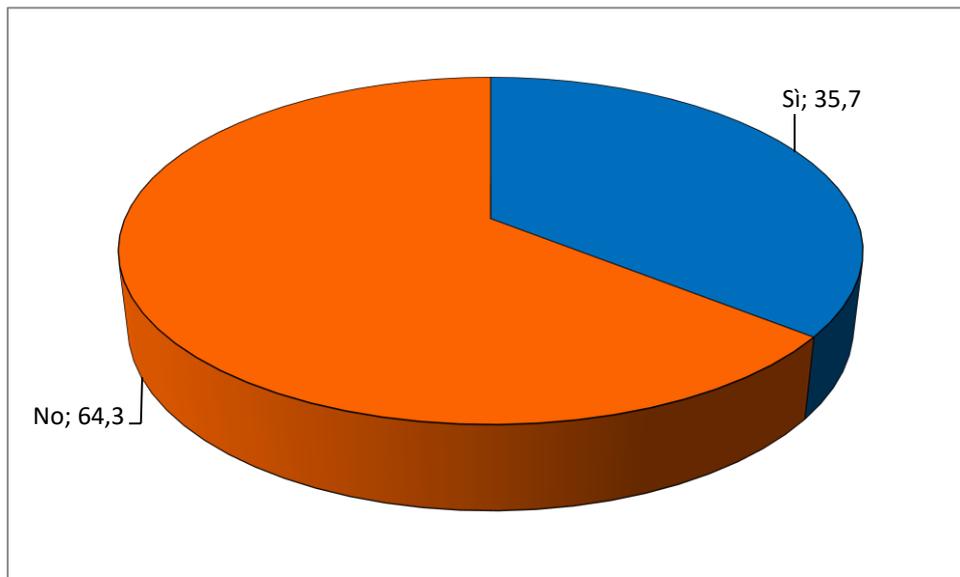
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A coloro che hanno dichiarato di non aver utilizzato un’agenzia immobiliare per acquistare l’immobile è stato chiesto se oltre al notaio fossero ricorsi all’aiuto di un altro tecnico/professionista per concludere la transazione: a tale domanda il 35,7% ha risposto affermativamente (*graf. 3*). Quindi, circa il 30% di chi ha acquistato un’abitazione nel biennio 2015-2016 ha svolto tutte le attività per portare a buon fine l’operazione avvalendosi solo del notaio per effettuare la compravendita.

GRAFICO 3

RICORSO ALL’AIUTO DI ALTRE FIGURE

(acquisti effettuati; val. %)



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

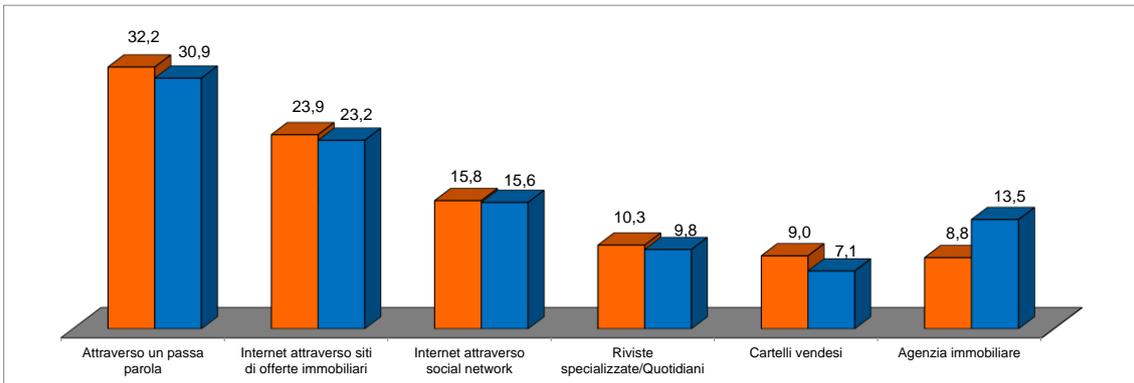
Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione comprata, è emerso che per il 32,2% è stato grazie al passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; per il 23,9% hanno funzionato gli annunci su Internet attraverso siti di offerte immobiliari; per il 15,8% hanno avuto successo gli annunci su Internet attraverso *social network*; per il 10,3% è valsa la consultazione di riviste specializzate; per il 9% la lettura di cartelli vendesi e, infine, per l'8,8% l'individuazione del bene è avvenuta recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari.

Dal confronto con l'Indagine precedente si è riscontrato che è cresciuta l'efficacia dei cartelli vendesi e del passa parola mentre è scesa quella dell'agenzia immobiliare (*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**

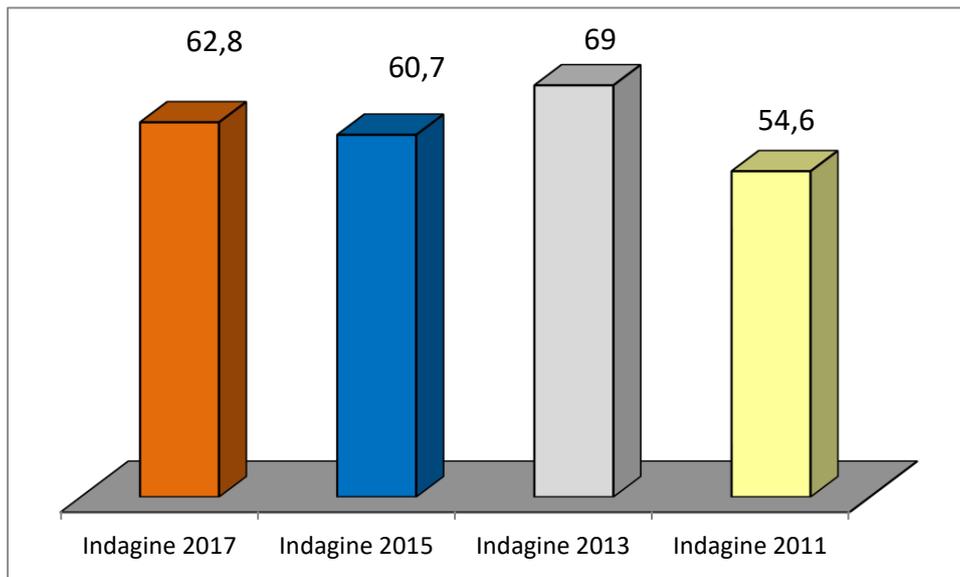
Tuttavia, il 36,4% di chi ha acquistato un'abitazione ha affermato che gli annunci presenti su Internet, sulle riviste specializzate/quotidiani e/o su cartelli vendesi, attraverso i quali hanno individuato il bene successivamente comprato, erano stati pubblicati da un'agenzia immobiliare; quindi, andando a sommare questa quota con l'8,8% di coloro che hanno dichiarato di essersi recati in un'agenzia, emerge che il 45,2% degli acquirenti è venuto a conoscenza del bene comprato attraverso questi professionisti del settore.

Infine, dall'Indagine è emerso che il 62,3% degli immobili acquistati erano stati affidati dal venditore a un'agenzia immobiliare.

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si nota che il 62,8% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito di un'agenzia immobiliare e tale valore è in crescita rispetto a quanto riscontrato per il biennio precedente, diversamente da quanto rilevato per la domanda (*graf. 5*).

GRAFICO 5

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



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

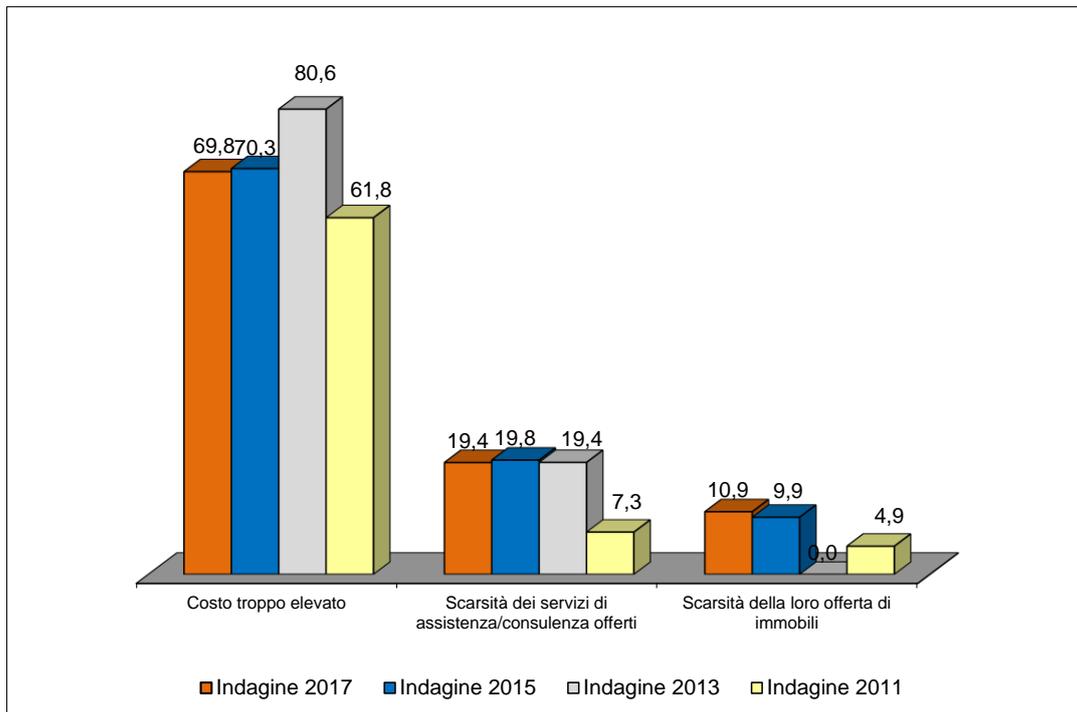
Il profilo demografico di chi ha utilizzato l'aiuto di un professionista della mediazione immobiliare per vendere un immobile denota valori superiori alla media tra persone anziane, con un basso livello culturale, fuori dal mercato lavorativo e residenti a Milano, viceversa è basso il ricorso tra i cittadini di Torino.

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 (69,8%), 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 (19,4%); infine, vi sono coloro che hanno indicato la scarsità delle offerte immobiliari (10,9%).

Dal confronto con l'Indagine 2015 è emerso che la situazione non ha subito variazioni rilevanti (*graf.6*).

GRAFICO 6

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



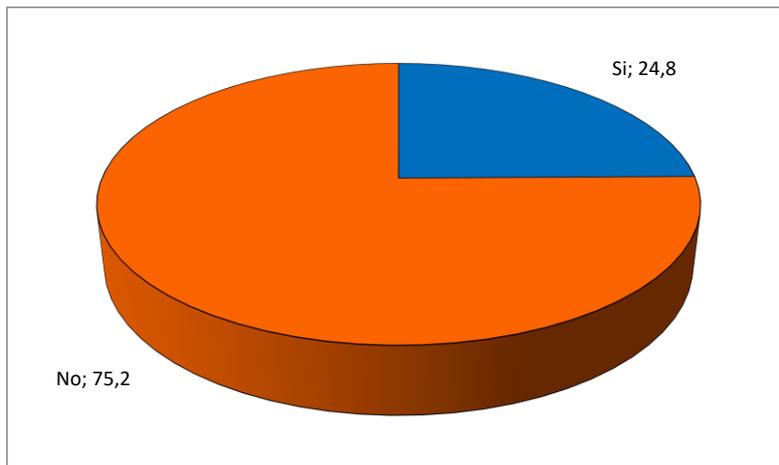
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Come per la domanda, anche a chi non ha utilizzato l'agenzia immobiliare per la vendita è stato chiesto se oltre al notaio si fosse fatto ricorso all'aiuto di un tecnico/professionista per concludere la transazione e in questo caso il 24,8% ha risposto affermativamente (*graf. 7*). Quindi, circa il 28% di chi ha venduto un'abitazione nel biennio 2015-2016 ha svolto tutte le attività per concludere la transazione con l'aiuto del solo notaio.

GRAFICO 7

RICORSO ALL'AIUTO DI ALTRE FIGURE

(vendite effettuate, val.%)

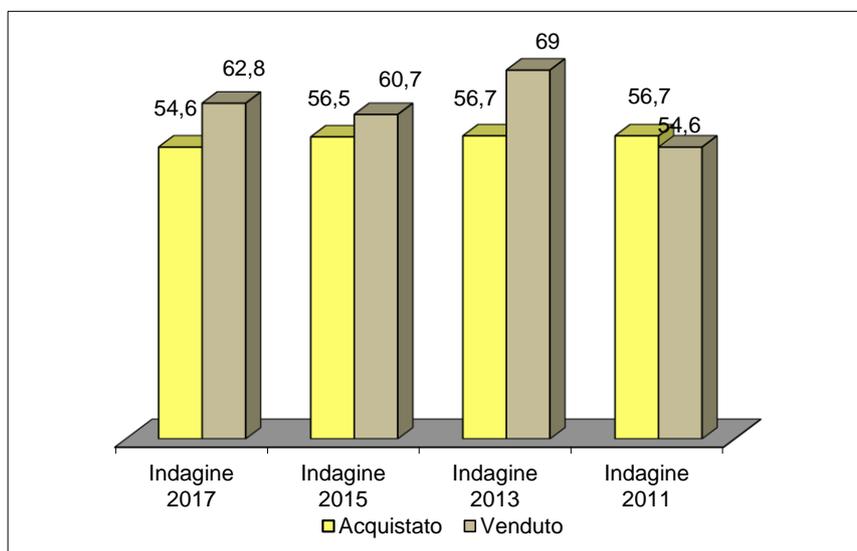


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto la domanda con l'offerta emerge che, in linea con quanto rilevato nella precedenti Indagini, il ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare è maggiore tra chi vende rispetto a chi acquista (*graf.8*).

GRAFICO 8

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



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

In entrambi i casi la motivazione principale del mancato ricorso è da imputare ai costi troppo elevati, seguiti dalla scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti e dalla carenze delle offerte immobiliari.

Tra coloro che hanno fatto la doppia transazione, ossia venduto e acquistato, nel biennio preso in esame, è emerso che il 18,7% non ha utilizzato l'agenzia in entrambi i casi, il 22,4% vi è ricorso solo per vendere, il 20,5% solo per acquistare e il restante 38,4% ne ha fatto, invece, uso in entrambi i casi.

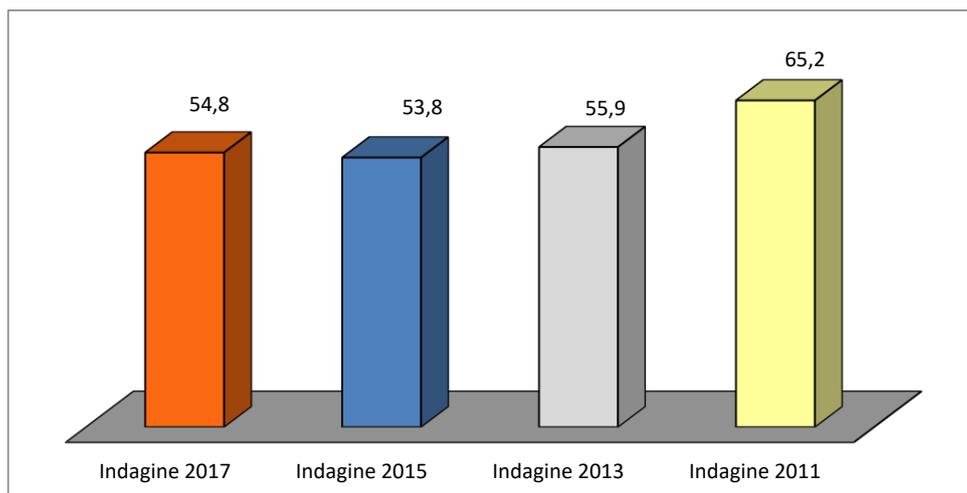
3. La valutazione

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

Dall'Indagine 2017 è emerso che il 54,8% 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 salito di un punto percentuale rispetto alla rilevazione del 2015 ma rimane ancora inferiore a quello delle due Indagini precedenti (*graf. 9*).

GRAFICO 9

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE
(acquisti effettuati, val. %)



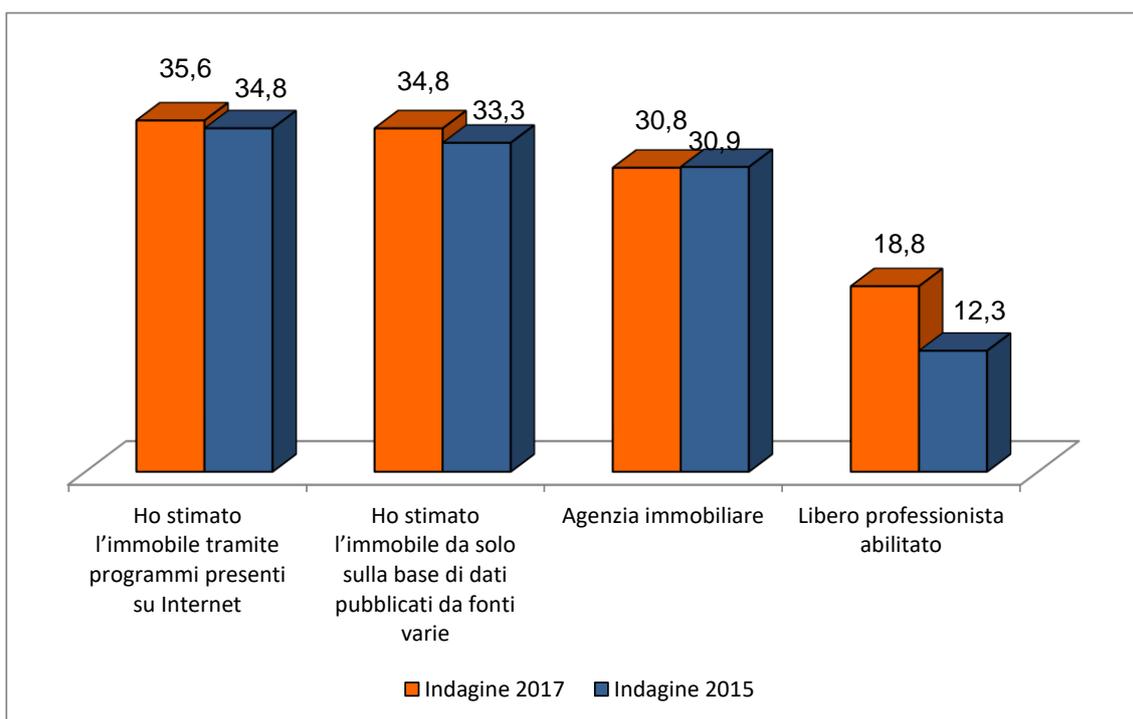
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tra coloro che hanno acquistato un bene dopo averlo fatto valutare prevalgono le coppie con figli il cui capofamiglia ha tra i 35 e i 54 anni. Le città dove il ricorso alla valutazione è stata maggiore sono risultate essere Napoli e Palermo, mentre a Genova è stato molto basso.

Andando ad analizzare i singoli canali utilizzati da coloro che hanno stimato da soli e/o hanno fatto stimare il bene prima di acquistarlo è emerso che il 35,6% ha dichiarato di aver utilizzato programmi presenti su Internet; il 34,8% listini, ricerche di mercato, ecc.; il 30,8% si sono rivolti a un'agenzia immobiliare e il 18,8% a un libero professionista abilitato (*graf. 10*). Dalle percentuali si evince che molti acquirenti hanno utilizzato due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare.

GRAFICO 10

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



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

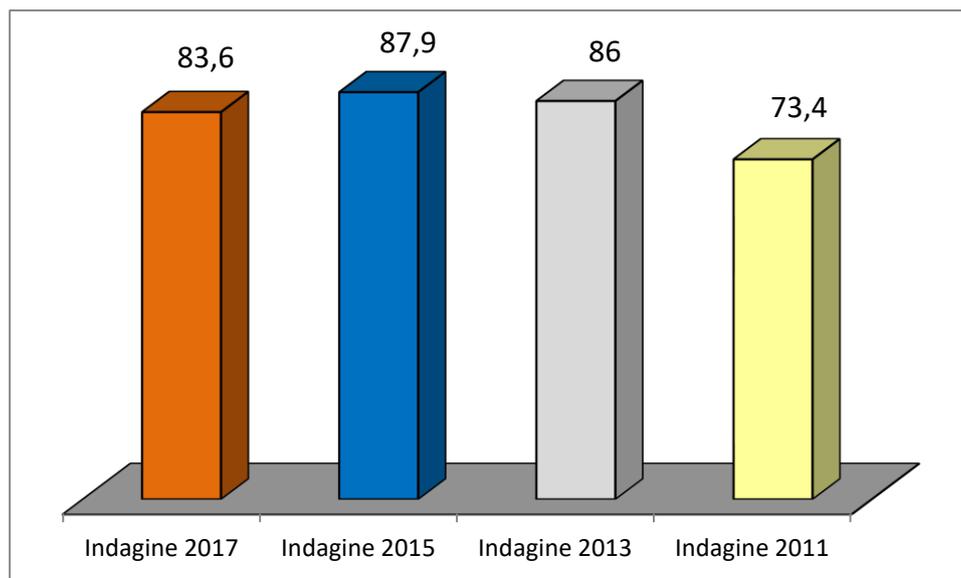
Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'83,6% di chi è riuscito a vendere un immobile, nel biennio preso in esame, lo ha fatto valutare prima di immetterlo sul mercato. Rispetto alle rilevazioni precedenti il fenomeno – contrariamente a quanto

rilevato per la domanda – è risultato essere in diminuzione e, infatti, c'è stato un calo di 4,3 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2015 (*graf. 11*).

GRAFICO 11

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)



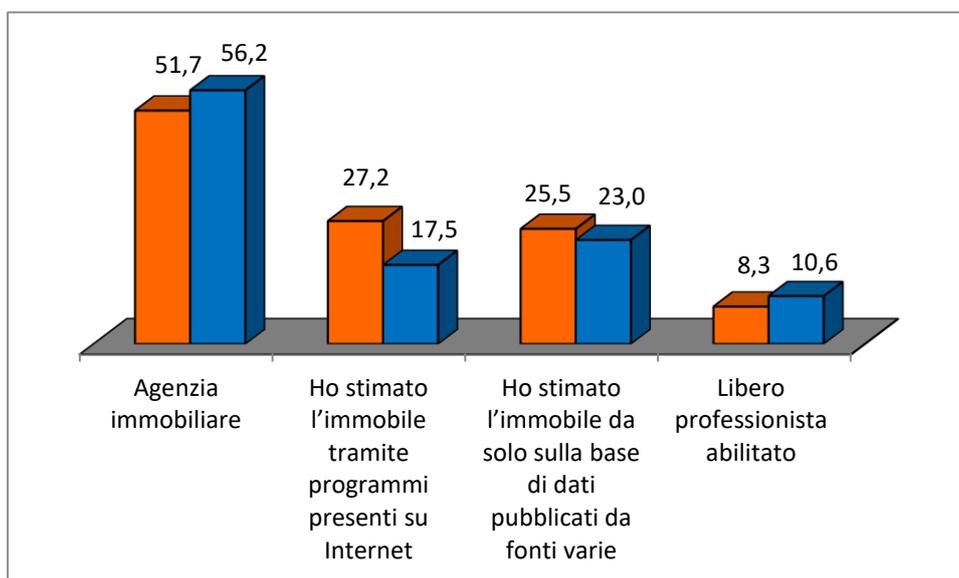
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando a studiare la tipologia di canale utilizzato da parte di chi ha fatto valutare e/o ha valutato il bene prima di venderlo si è riscontrato che il 51,7% è ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare; il 27,2% si è avvalso del supporto di programmi presenti su Internet; il 25,5% ha fatto da solo sulla base di dati pubblicati da fonti varie; infine, l'8,3% si è rivolto a un libero professionista abilitato. Rispetto all'Indagine precedente è sceso il ricorso al libero professionista e all'agenzia immobiliare – anche se quest'ultima rimane il canale più utilizzato – quindi, complessivamente, è cresciuta la quota di chi ha fatto da solo (*graf. 12*).

GRAFICO 12

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)



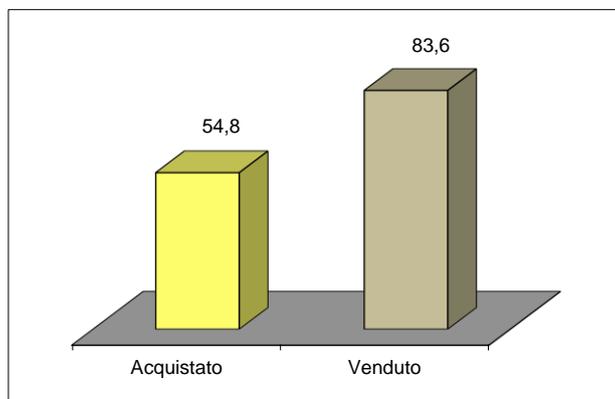
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare nella domanda e nell'offerta emerge che – come nelle 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, essendosi fatto un'idea propria (*graf. 13*).

GRAFICO 13

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)



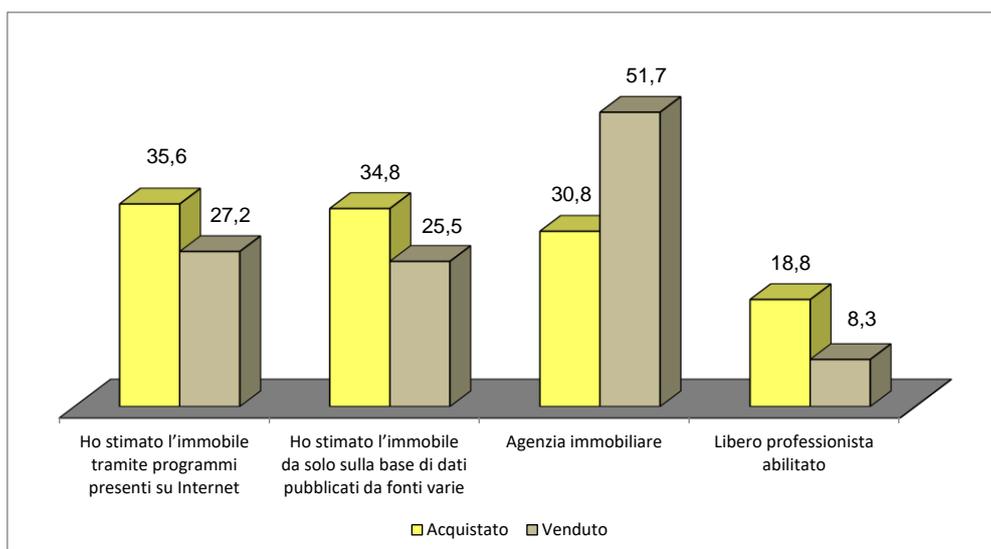
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, nell'Indagine 2017 emerge che chi vende preferisce affidare la valutazione dell'immobile all'agenzia immobiliare, mentre chi acquista ricorre principalmente al fai da te aiutandosi attraverso programmi Internet e/o consultando fonti varie (graf. 14).

GRAFICO 14

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2017 è emerso che più della metà degli acquirenti residenti nelle sei maggiori città italiane ha dichiarato di aver fatto ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare, anche se la percentuale è leggermente scesa rispetto alle precedenti rilevazioni toccando il suo minimo storico. Andando a indagare sulle motivazioni che spingono le famiglie a non utilizzare questi professionisti del settore è emerso che la ragione principale rimane il costo troppo elevato, motivazione in calo rispetto all'Indagine precedente insieme alla scarsità degli immobili offerti; viceversa, è cresciuta la quota di chi ha indicato come causa del mancato ricorso la scarsità dei servizi. Inoltre, circa un terzo degli acquirenti ha dichiarato di aver fatto tutto da solo senza ricorrere all'aiuto di nessuna figura professionale, fatta eccezione del notaio.

Poco meno della metà delle famiglie acquirenti è venuta a conoscenza del bene comprato recandosi direttamente presso un'agenzia o leggendo annunci pubblicati sempre da queste ultime sui diversi canali informativi.

Il ricorso all'agenzia immobiliare è più alto tra coloro che hanno venduto, con uno scarto di 8,2 punti percentuali. A differenza di quanto rilevato per la domanda, c'è stato un aumento di coloro che vi hanno fatto ricorso. Tuttavia, la motivazione prevalente del mancato ricorso è sempre la stessa, il costo troppo elevato, ma una discreta percentuale ha indicato espressamente anche la scarsità dei servizi offerti. Per quanto concerne le vendite è leggermente più bassa la percentuale di chi ha affermato di aver fatto tutto da solo per portare a buon fine la transazione.

Si arresta il *trend* decrescente delle famiglie che hanno dichiarato di aver valutato o fatto valutare il bene prima di acquistarlo, tuttavia è decisamente alta la quota di chi non è ricorso all'aiuto di un professionista e ha deciso di fare da solo con il supporto di programmi presenti su Internet o consultando fonti varie.

Dall'analisi dell'offerta è emerso un lieve decremento di chi ha fatto valutare il bene prima di venderlo e, in questo caso, è molto alta la quota di chi si rivolge a un professionista, in modo particolare a 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 e, infatti, c'è un *gap* di 28,8 punti percentuali; inoltre, chi vende ricorre principalmente all'agenzia immobiliare mentre chi acquista preferisce valutare il bene da solo.

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 (famiglie uni personali, coppie con figli, coppie senza figli).

Al fine di rappresentare in modo più efficiente il segmento della popolazione che aveva svolto almeno una transazione immobiliare nel corso dell'ultimo biennio (2015-2016), incrociato per Grande Comune e Tipologia di famiglia, il campione è stato caratterizzato da un sovra-campionamento a due stadi (n. 584 casi in totale) sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN) rispetto alla quota di proprietà compravendita, sulla base dei dati contenuti nel "Rapporto Immobiliare 2016 "Residenziale" – Agenzia del Territorio".

Il campionamento adottato è stato un campionamento di tipo disproporzionale a doppio stadio stratificato per città e tipologia familiare. Al primo stadio il sub-campione è stato costruito 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 è stato costruito di tipo disproporzionale a celle costanti all'interno di ogni fascia di città e tipologia familiare.

Numerosità campionaria complessiva: 2.052 interviste.