

**L'INDAGINE TECNOBORSA 2019:
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

Gli agenti immobiliari vanno sempre più professionalizzandosi per andare incontro a una domanda ormai esigente e una concorrenza che deriva anche dal mondo tecnologico e, per questo, genera la nascita di nuovi servizi e, soprattutto, di nuove modalità di approccio al pubblico.

Infatti, un settore che sta crescendo assai velocemente è il cosiddetto *Protech* ovvero *Property&Technology* che racchiude tutte le innovazioni basate sul digitale e relative al mondo della progettazione, costruzione, gestione e commercializzazione degli immobili.

Bisogna tener presente la concorrenza sorta a seguito della crescita delle agenzie online e la nascita di nuove Startup che si basano su una rete di agenti attivi su tutto il territorio senza un negozio su strada, il che consente di abbattere i costi generali e il costo delle commissioni, sostituendole con una quota forfettaria che spesso è a carico del solo compratore.

Inoltre, vengono offerti servizi digitali a disposizione sia degli agenti che dei clienti come software di valutazione del prezzo basati su banche dati; App che gestiscono il calendario delle visite e aggiornano in tempo reale le proposte di vendita; annunci di ultima generazione con tour virtuali degli immobili offerti, etc.

Infine, per gli amanti del fai da te vi sono società che, saltando completamente l'intermediario, forniscono ai clienti gli strumenti per pubblicare annunci in proprio e danno l'assistenza per portare a termine una trattativa in assenza di mediatori e, addirittura, sono presenti sul mercato società che in pochi giorni permettono di predisporre dossier da presentare in sede notarile.

Pertanto, se gli agenti non dimostreranno di poter offrire un valore aggiunto ai potenziali clienti, questi saranno tentati di andare verso la disintermediazione, specialmente tra le nuove generazioni. Ma, attenzione, il fenomeno di agenti fittizi e società non affidabili è sempre in agguato ragion per cui, non a caso, una larga fetta di pubblico preferisce ancora oggi rivolgersi personalmente a un agente immobiliare ovvero scoprire che, dietro buona parte degli annunci pubblicati, c'è il lavoro di un'agenzia immobiliare.

Concludendo, c'è da sottolineare che la valutazione vera e propria – intesa come Stima analitica che comporta il ricorso a un professionista del settore e, di conseguenza, un certo costo – spesso viene interpretata come semplice valutazione commerciale che non richiede la conoscenza e l'applicazione di molti criteri estimativi. Per tale motivo si

riscontra molta approssimazione nel mercato che, a sua volta, genera un *gap* rilevante tra la cifra inizialmente richiesta e quella finale di collocamento, allungando i tempi di transazione e rendendo incerto il buon esito della transazione stessa.

2. L'intermediazione

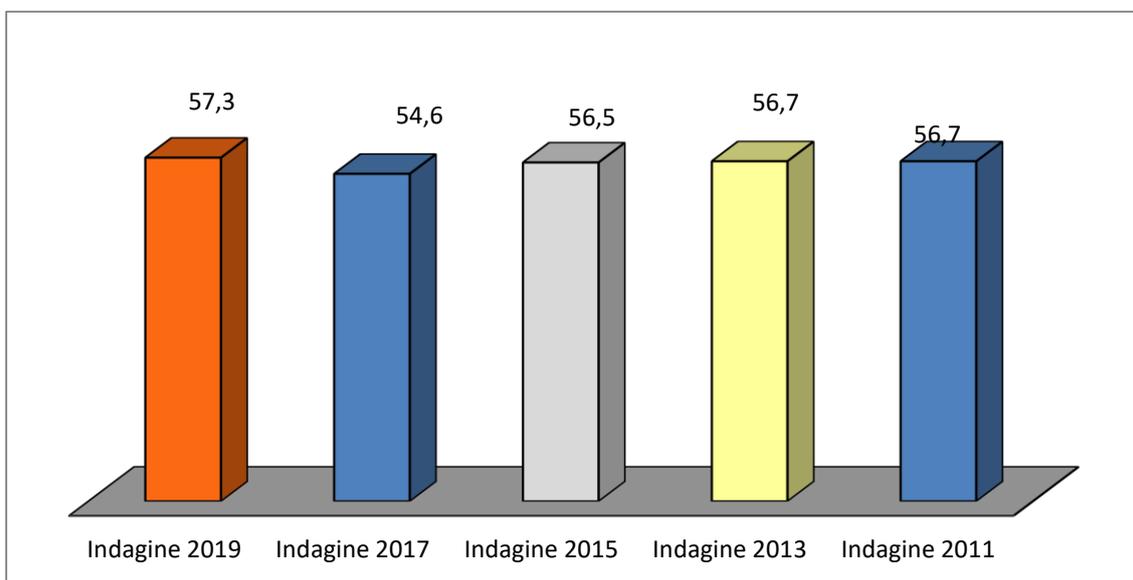
2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Il 57,3% delle famiglie che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile – nel biennio 2017-2018 – 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 incremento, tanto da toccare il valore più alto dall'inizio delle rilevazioni (*graf. 1*). Questo sta ad indicare che, nonostante il crescere delle possibilità offerte dal *web*, l'agenzia non perde il suo *appeal*.

GRAFICO 1

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



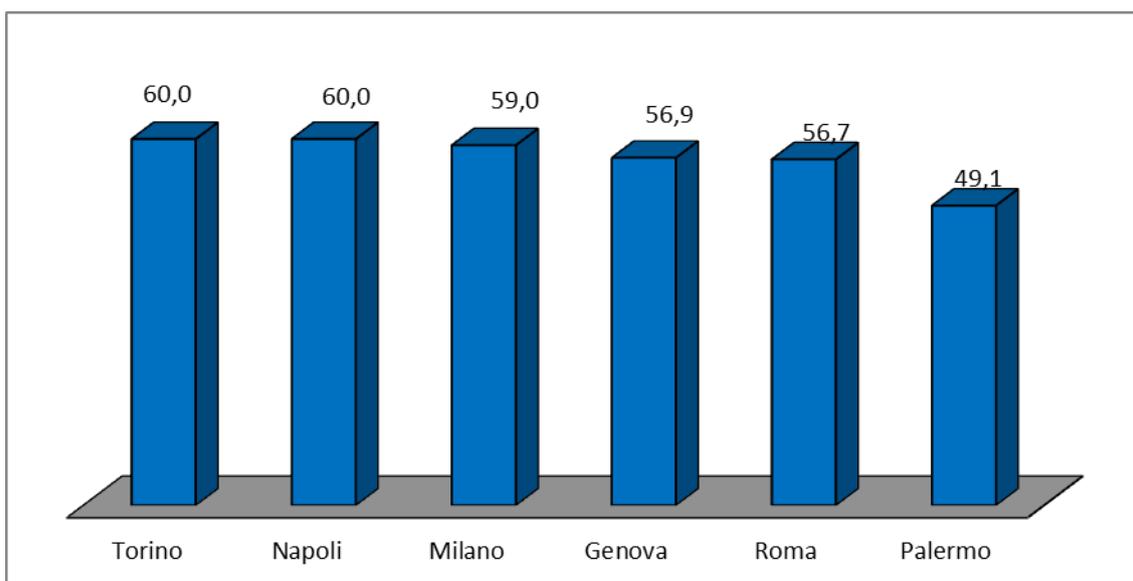
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

In alcune delle città prese in esame la percentuale è ancora più alta, infatti a Torino e Napoli è pari al 60% e a Roma al 59%. Si sono registrati valori sotto il 50% solo a Palermo (49,1%) (graf. 2).

GRAFICO 2

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE NELLE SINGOLE CITTA'

(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 34% è stato grazie al passa parola con conoscenti e custodi di stabili, etc.; per il 21,2% hanno funzionato gli annunci su Internet attraverso siti di offerte immobiliari; per il 19,9% hanno avuto successo gli annunci attraverso *social network*; per il 13% la lettura di cartelli vendesi; per il 7,9% è valsa la consultazione di riviste specializzate e, infine, per il 3,9% l'individuazione del bene è avvenuta recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari.

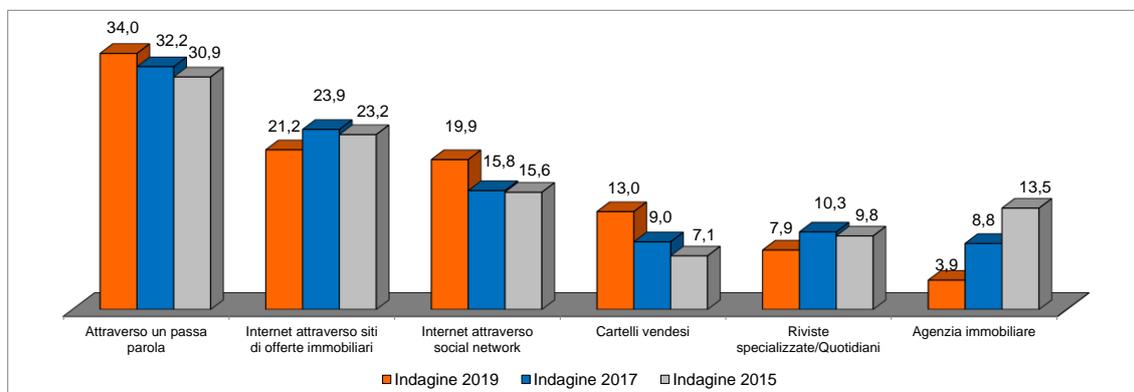
Dal confronto con l'Indagine precedente si è riscontrato che continua a crescere l'efficacia dei cartelli vendesi, del passa parola e degli annunci sui *social network*, mentre è scesa quella degli altri tre canali (graf. 3).

GRAFICO 3

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA

DEL BENE ACQUISTATO

(val. %)



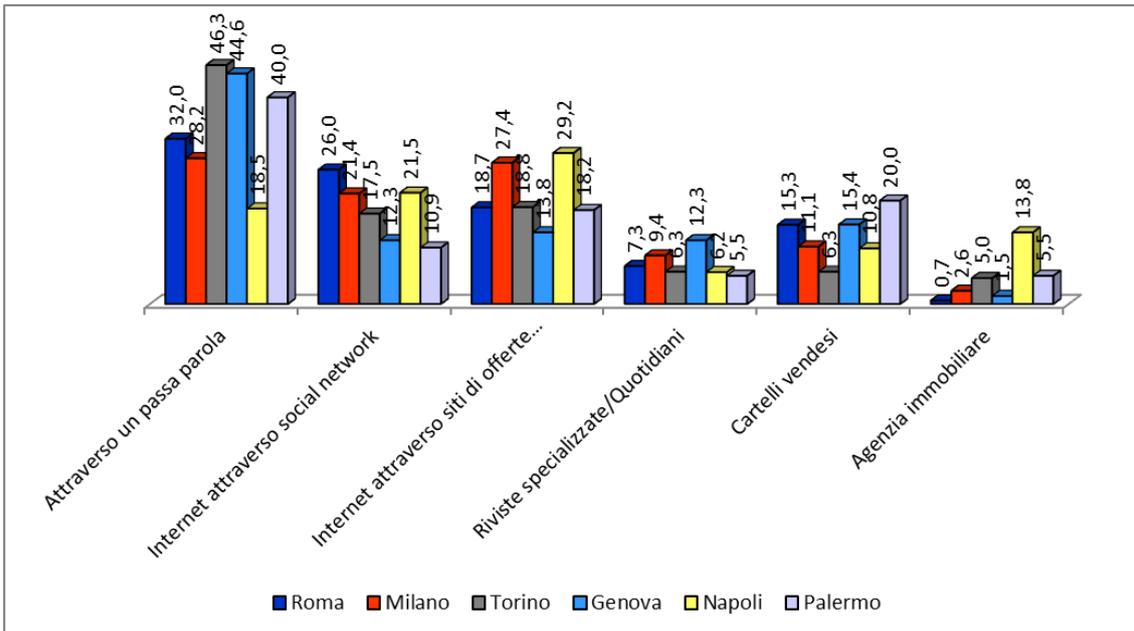
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Andando ad analizzare il fenomeno nelle singole città si è riscontrato che è alto l'utilizzo del passa parola a Torino (46,3%), Genova (44,6%) e Palermo (40%); gli annunci pubblicizzati sui *social network* hanno avuto particolare successo a Roma (26%); mentre quelli sui siti di offerte immobiliari a Napoli (29,2%) e Milano (27,4%); gli annunci pubblicati su riviste specializzate a Genova (12,3%) e Milano (9,4%); i cartelli vendesi a Palermo (20%), Genova (15,4%) e Roma (15,3%); infine, le agenzie immobiliari sono state utilizzate come canale informativo diretto per lo più a Napoli (13,8%), Palermo (5,5%) e Torino (5%) (*graf. 4*).

GRAFICO 4

CANALI INFORMATIVI ATTRAVERSO I QUALI SI E' VENUTI A CONOSCENZA
DEL BENE ACQUISTATO NELLE SINGOLE CITTA'

(val. %)



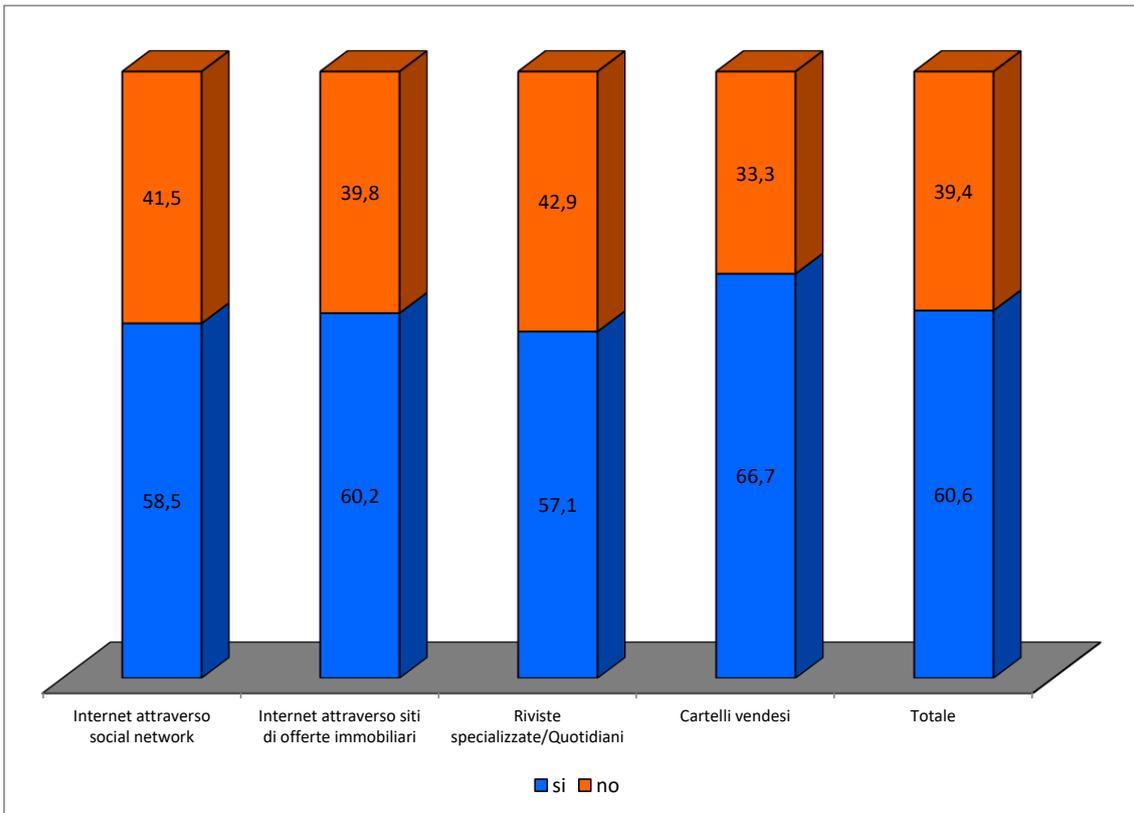
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tuttavia, il 60,6% 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, complessivamente il canale informativo più attivo è in realtà l'agenzia.

In particolare, le agenzie immobiliari hanno inserito il 58,5% degli annunci pubblicati sui *social network*; il 60,2% di quelli che si trovano sui siti di offerte immobiliari; il 57,1% di quelli che si leggono sulle riviste specializzate e il 66,7% di quelli presenti sui cartelli vendesi (*graf. 5*).

GRAFICO 5

ANNUNCI PUBBLICATI DALLE AGENZIE IMMOBILIARI
 ATTRAVERSO I DIVERSI CANALI INFORMATIVI
 (val. %)



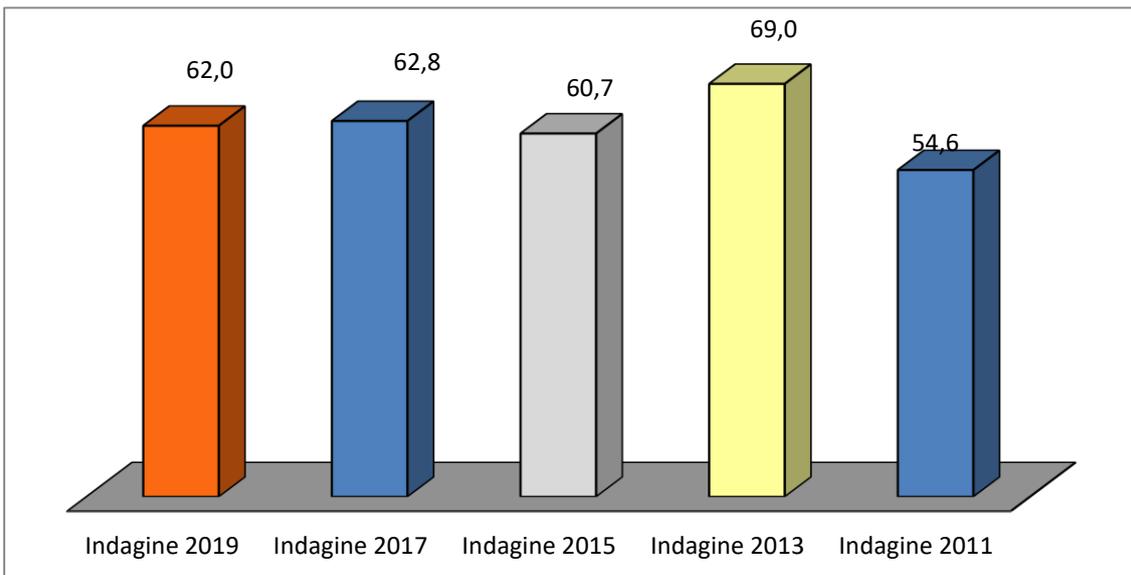
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, dall'Indagine è emerso che il 58,3% degli immobili acquistati erano stati affidati direttamente dal venditore a un'agenzia immobiliare. Tale percentuale sale sopra la media a Torino (69,2%), Palermo (63,3%), Roma (61,4%) e Genova (60%); viceversa, presentano valori sotto la media Napoli e Milano (entrambe al 56,8%).

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si nota che il 62% di coloro che hanno ceduto un'abitazione hanno usufruito di un'agenzia immobiliare ma tale valore, a differenza di quanto riscontrato per la domanda, è leggermente in calo rispetto a quanto rilevato nel biennio precedente (*graf. 6*).

GRAFICO 6

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

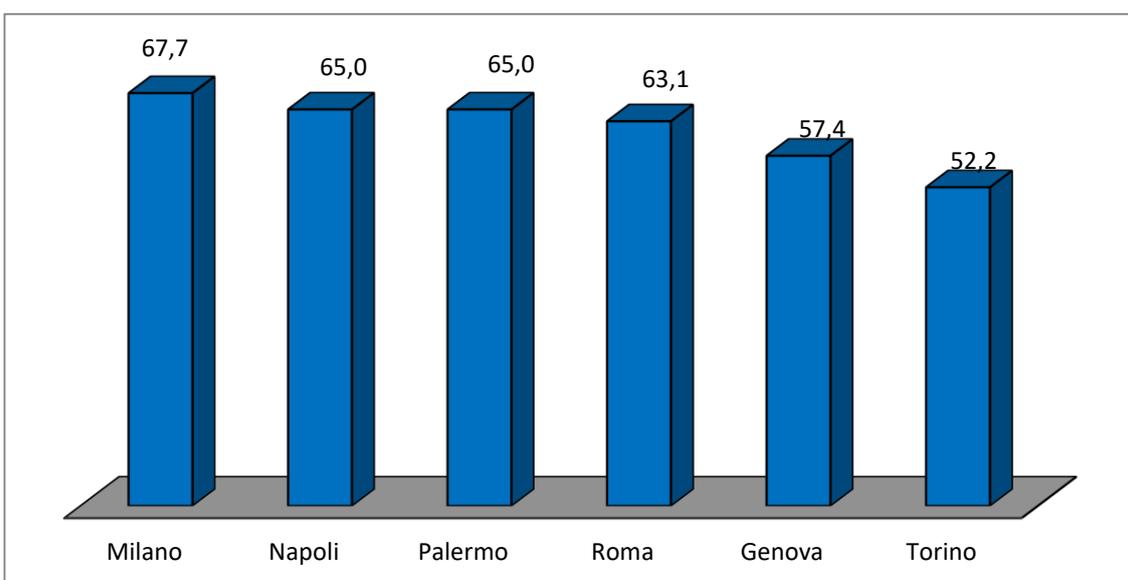


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singola città è molto alto l'utilizzo dell'agenzia per cedere un immobile a Milano (67,7%), seguita da Napoli e Palermo a parità di punteggio (65%) e da Roma (63,1%); mentre presentano uno scarso ricorso a questa figura di intermediario immobiliare le famiglie residenti a Genova (57,4%) e Torino (52,2%) (graf. 7).

GRAFICO 7

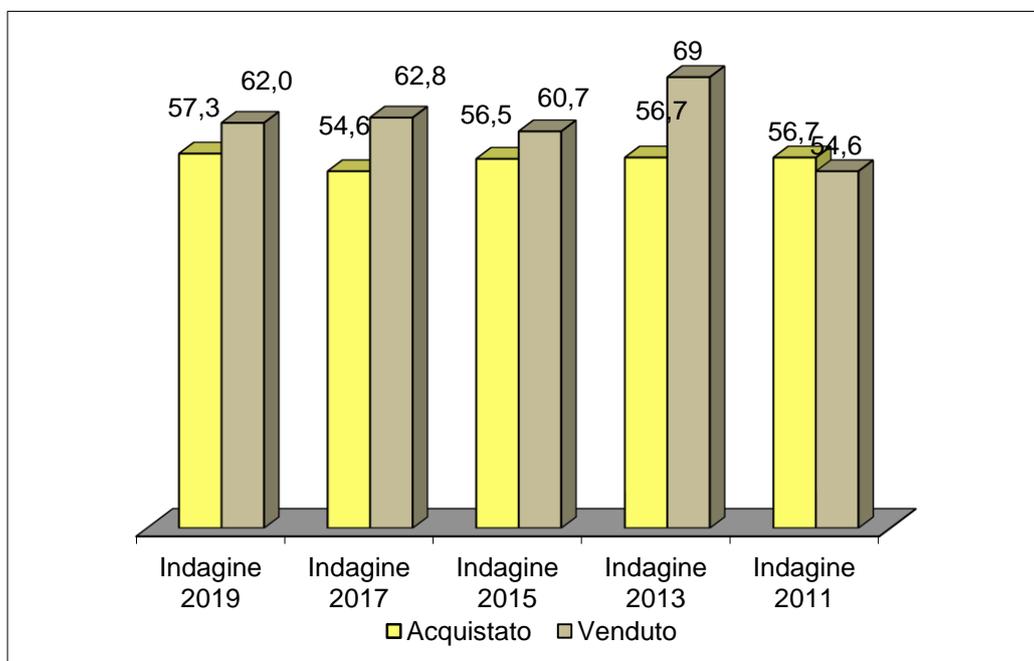
UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE NELLE SINGOLE CITTA'
(vendite effettuate, val.%)



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, anche se il *gap* nell'ultima rilevazione è sceso rispetto a quella precedente (*graf.8*).

GRAFICO 8

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



Tra coloro che hanno fatto la doppia transazione, ossia venduto e acquistato – nel biennio preso in esame – è emerso che il 15,2% non ha utilizzato l'agenzia in nessuno dei due casi, il 25,4% vi ha fatto ricorso solo per vendere, il 25,4% solo per acquistare e, invece, il restante 33,9% ne ha fatto uso in entrambi i casi.

3. La valutazione

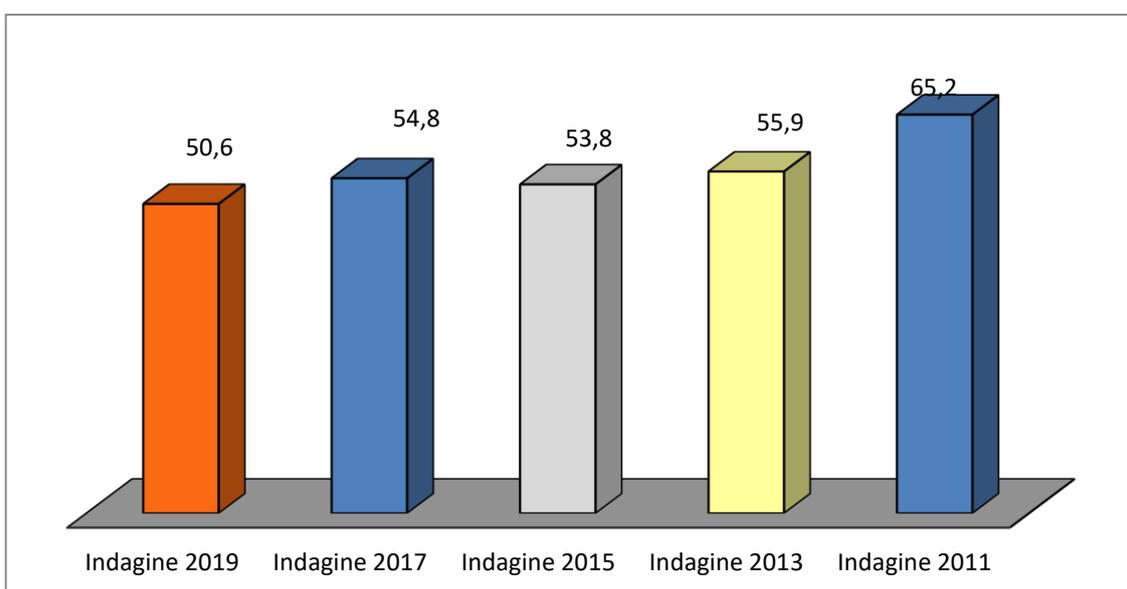
3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transazioni effettuate

Dall'Indagine 2019 è emerso che il 50,6% 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 sceso di 4,2 punti percentuali rispetto alla rilevazione del 2017, toccando il minimo storico da quando **Tecnoborsa** ha iniziato a monitorare il fenomeno (graf. 9).

GRAFICO 9

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



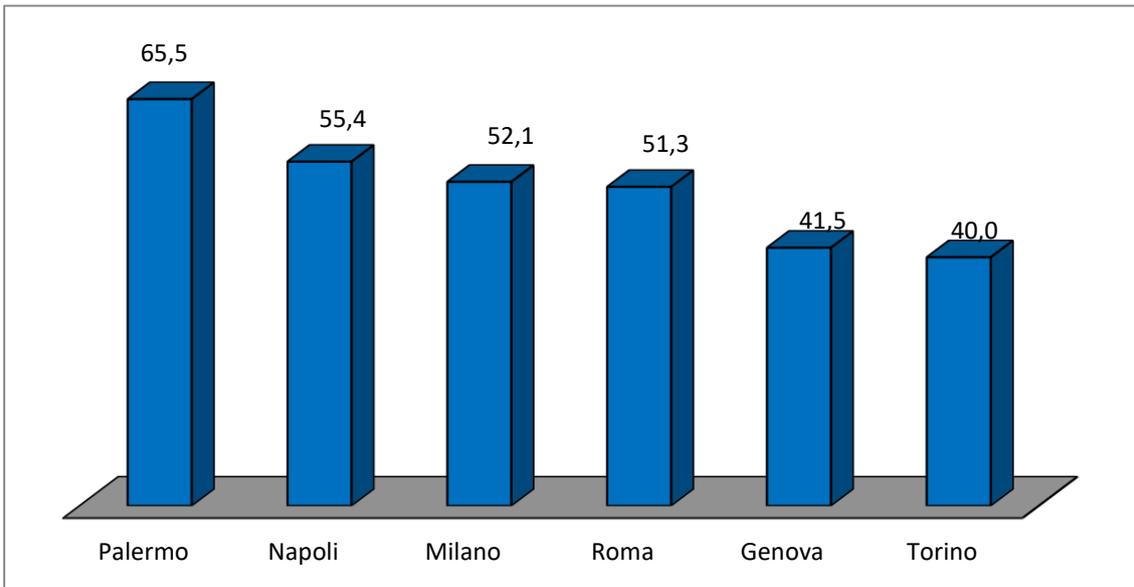
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singola città è molto alto il ricorso alla valutazione prima di acquistare un immobile a Palermo (65,5%), a seguire, ma con una significativa differenza, ci sono Napoli (55,4%), Milano (52,1%) e Roma (51,3%); invece, presentano uno scarso ricorso a questa figura professionale le famiglie residenti a Genova (41,5%) e Torino (40%) (graf. 10).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(acquisti effettuati, val. %)



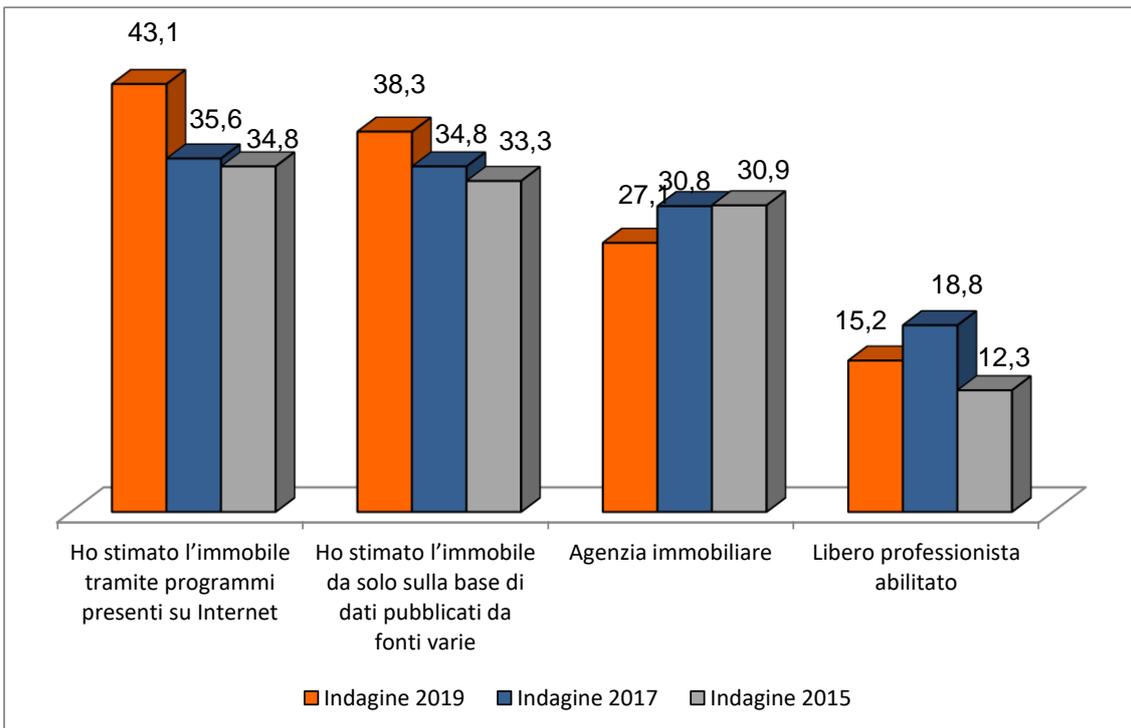
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

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 43,1% hanno dichiarato di aver utilizzato programmi presenti su Internet; il 38,3% di essere ricorsi all'aiuto di listini, ricerche di mercato, etc.; il 27,1% si è rivolto a un'agenzia immobiliare e il 15,2% a un libero professionista abilitato. Da un confronto con le rilevazioni precedenti è emerso che è cresciuto il fai date, mentre è sceso il ricorso ai due canali tradizionali. Inoltre, dalle percentuali si evince che molti acquirenti hanno utilizzato due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare (*graf. 10*).

GRAFICO 10

TIPOLOGIA DI CANALE PER LA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



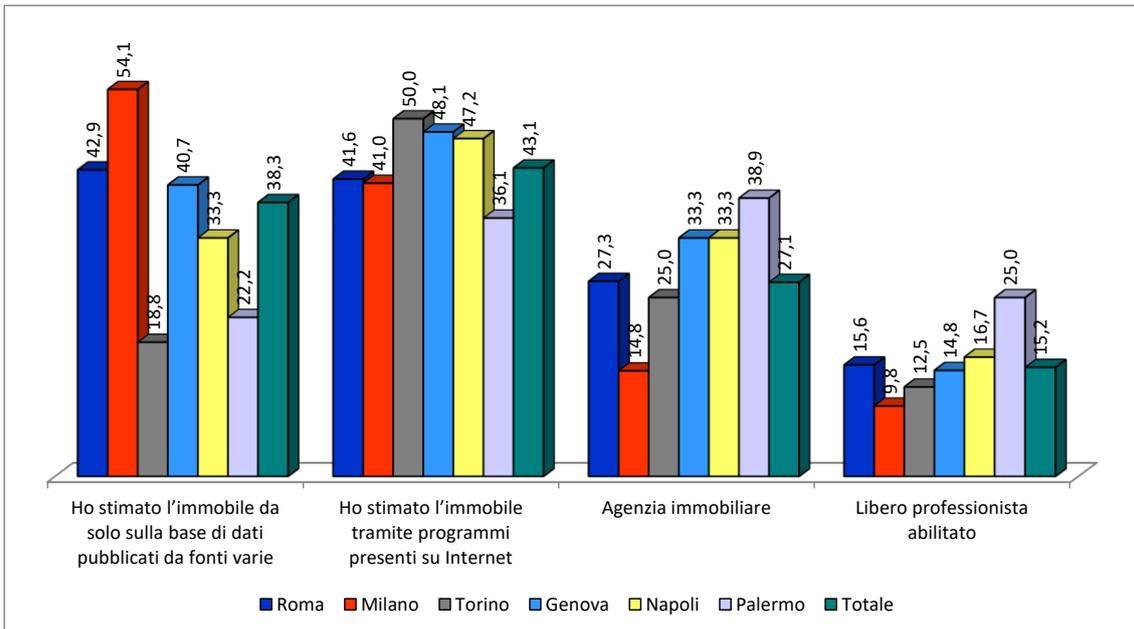
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La quota di famiglie che ha dichiarato di aver stimato l'immobile da sola prima di acquistarlo sulla base di dati pubblicati è decisamente sopra media a Milano (54,1%), seguita da Roma (42,9%) e Genova (38,3%); la percentuale di coloro hanno valutato il proprio immobile utilizzando programmi presenti su Internet è alta a Torino (50%), Genova (48,1%) e Napoli (47,2%); il ricorso all'agenzia immobiliare è sopra la media a Palermo (38,9%), Napoli (33,3%) e Genova (33,3%); infine, si sono rivolti a un libero professionista abilitato le famiglie che risiedono a Palermo (25%) (graf. 11).

GRAFICO 11

TIPOLOGIA DI CANALE PER LA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(acquisti effettuati, val. %)

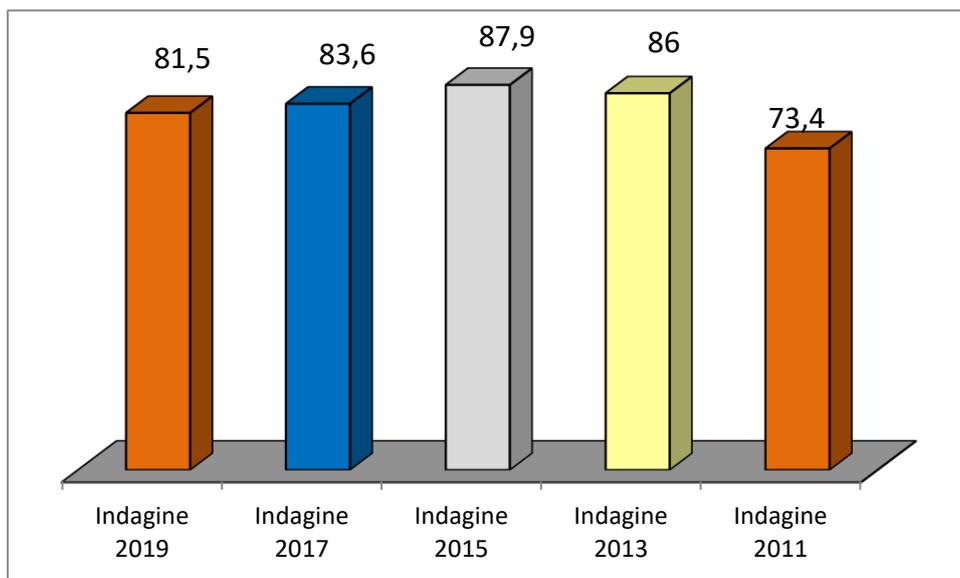


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'analisi dell'offerta è emerso che ben l'81,5% 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 – in linea con quanto rilevato per la domanda – è risultato essere in diminuzione e, infatti, c'è stato un calo di 2,1 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2017 (*graf. 12*).

GRAFICO 12

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



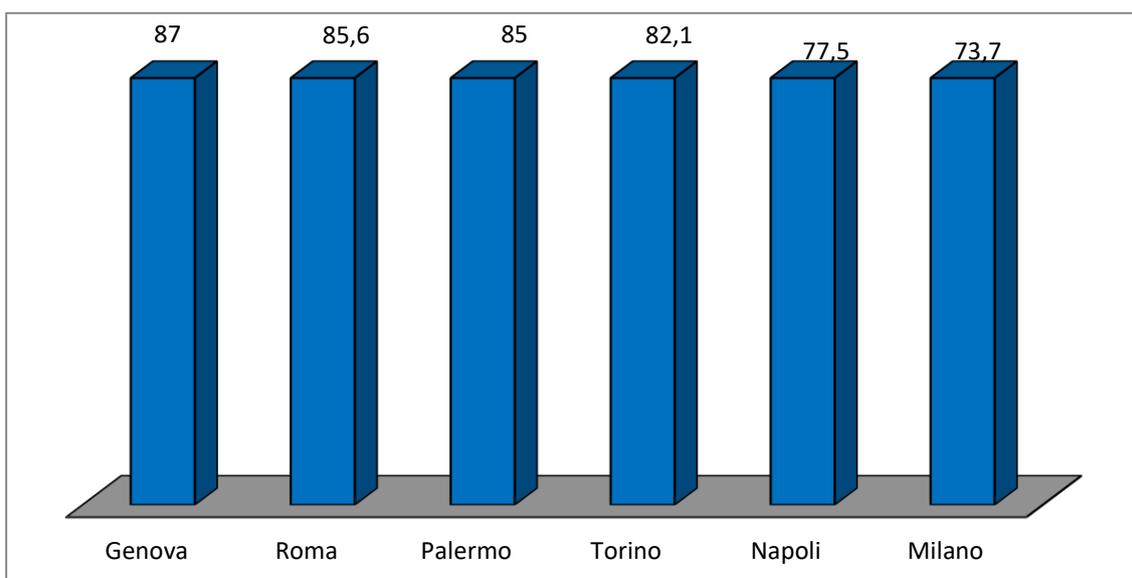
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

A livello di singola città è molto alto il ricorso alla valutazione prima di vendere un immobile a Genova (87%), seguita da Roma (85,6%), Palermo (85%), Torino (81,2%); mentre presentano uno scarso ricorso a questa figura professionale le famiglie residenti a Napoli (77,5%) e Milano (73,2%) (graf. 13).

GRAFICO 13

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE NELLE SINGOLE CITTA'

(vendite effettuate, val. %)

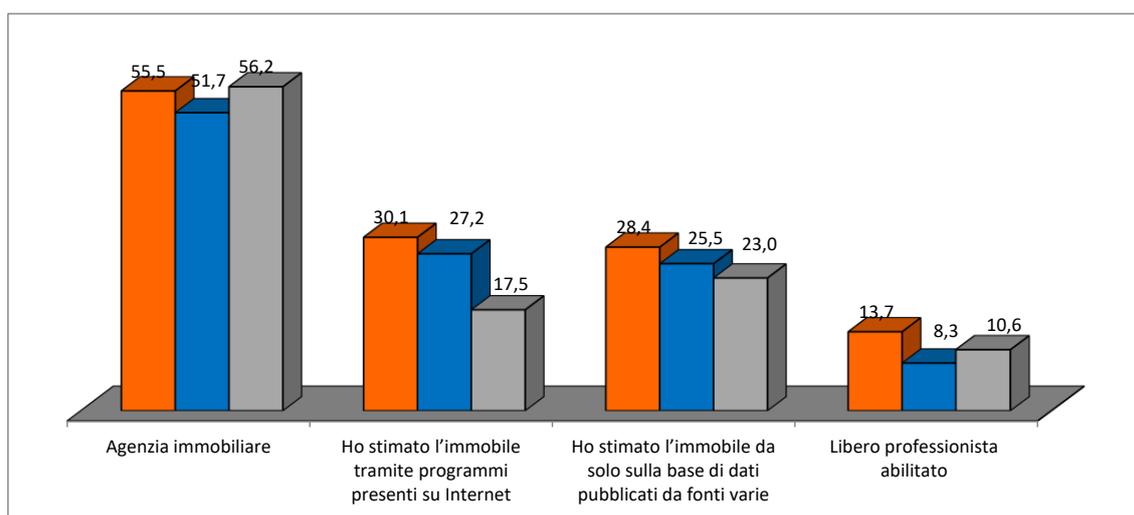


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

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 55,5% è ricorso all'aiuto di un'agenzia immobiliare; il 30,1% si è avvalso del supporto di programmi presenti su Internet; il 28,4% ha fatto da solo sulla base di dati pubblicati da fonti varie; infine, il 13,7% si è rivolto a un libero professionista abilitato (*graf. 14*).

GRAFICO 14

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

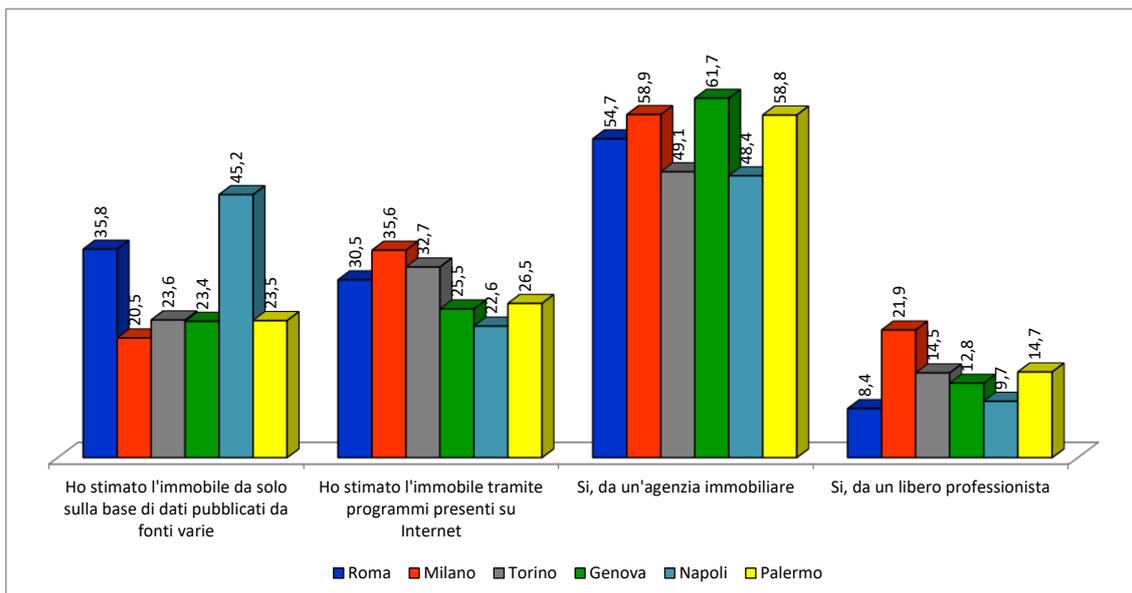


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La quota di intervistati che hanno affermato di aver stimato l'immobile da sola prima di venderlo sulla base di dati pubblicati da fonti varie è decisamente sopra la media a Napoli (45,2%) e Roma (35,8%); la percentuale di coloro hanno valutato il proprio immobile utilizzando programmi presenti su Internet è alta a Milano (35,6%) e Torino (32,7%); il ricorso all'agenzia immobiliare è alto a Napoli (61,7%), Milano (58,9%) e Palermo (58,8%); infine, si sono rivolti a un libero professionista abilitato prevalentemente le famiglie che risiedono a Milano (21,9%), Palermo (14,7%) e Torino (14,5%) (*graf. 15*).

GRAFICO 15

TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO PER LA VALUTAZIONE
NELLE SINGOLE CITTA'
(vendite effettuate, val. %)

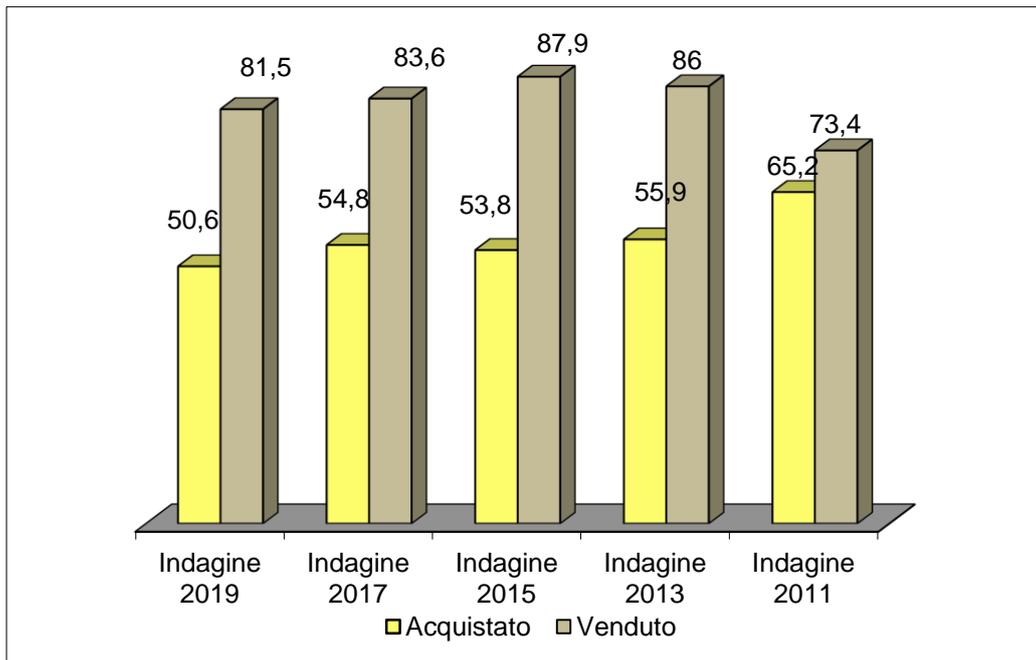


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

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. 16*).

GRAFICO 16

UTILIZZO DI UNO SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE
(compravendite effettuate, val. %)

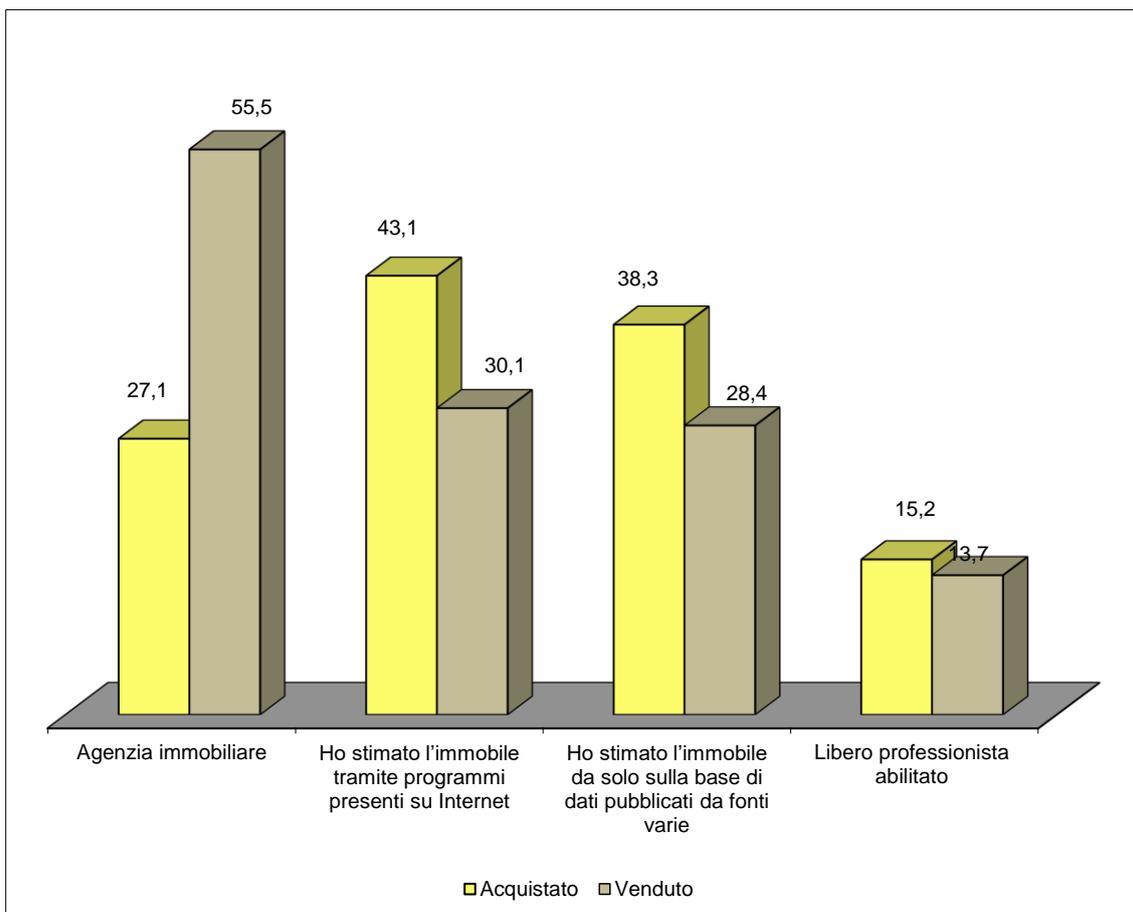


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Infine, per quanto concerne il tipo di figura professionale utilizzata per stimare i beni oggetto delle compravendite, nell'Indagine 2019 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. 17).

GRAFICO 17

TIPOLOGIA DI SPECIALISTA PER LA VALUTAZIONE
(compravendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2019 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, inoltre la percentuale è leggermente salita rispetto alle precedenti rilevazioni toccando il suo massimo storico.

Il canale informativo più efficace rimane il passaparola seguito da Internet e dai cartelli vendesi; mentre sono pochi coloro che si sono recati direttamente in agenzia.

Tuttavia, da un'analisi più approfondita si è rilevato che più del 60% del totale degli annunci diffusi sui diversi canali in realtà sono stati pubblicati da agenzie immobiliari che, quindi, restano i principali attori del mercato.

Analizzando l'offerta è emerso che poco meno dei due terzi di coloro che hanno venduto un bene sono ricorsi all'aiuto di un'agenzia immobiliare, valore più elevato di

quello riscontrato per la domanda, anche se lievemente in calo rispetto alla rilevazione precedente.

Per quanto riguarda la valutazione circa la metà delle persone che hanno dichiarato di avere acquistato un bene nel biennio 2017-2018 ha affermato di aver valutato e/o fatto valutare il bene, anche se il valore è decisamente in calo. Tuttavia, è cresciuta la quota di chi non è ricorso all'aiuto di un professionista del settore 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 ma, in questo caso, è molto alta la quota di chi si rivolge a un'agenzia immobiliare, rispetto al fai da te.

Infine, dal confronto tra domanda e offerta è emerso, come in tutte le indagini precedenti, che il ricorso alla valutazione è molto più alto tra chi vende; inoltre, chi vende ricorre principalmente all'agenzia immobiliare mentre chi acquista preferisce valutare il bene da solo.

Nota metodologica

L'indagine è stata basata su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse, stratificato secondo i seguenti criteri:

- Comuni con oltre 500.000 abitanti: n. 6 classi (Roma, Milano, Torino, Genova, Napoli e Palermo);
- tipologia di famiglia: n. 3 classi (famiglie unipersonali, 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 (2017-2018), incrociato per Grande Comune e Tipologia di famiglia, il campione è stato caratterizzato da un sovra-campionamento a due stadi (n. 660 casi in totale), sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN), rispetto alla quota di proprietà compravenduta, sulla base dei dati contenuti nel "*Rapporto Immobiliare 2018 "Residenziale"* – Agenzia del Territorio.

Per il campione non NTN è stato adottato 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.

Numerosità campionaria complessiva: 2.512 interviste.