

QEI

Quaderni

di ECONOMIA IMMOBILIARE

2012

PERIODICO
SEMESTRALE DI
TECNOBORSA

Indagine Tecnoborsa
Mercato Immobiliare e Imprese Italiane

Indagine Tecnoborsa 2011
Intermediazione e Valutazione

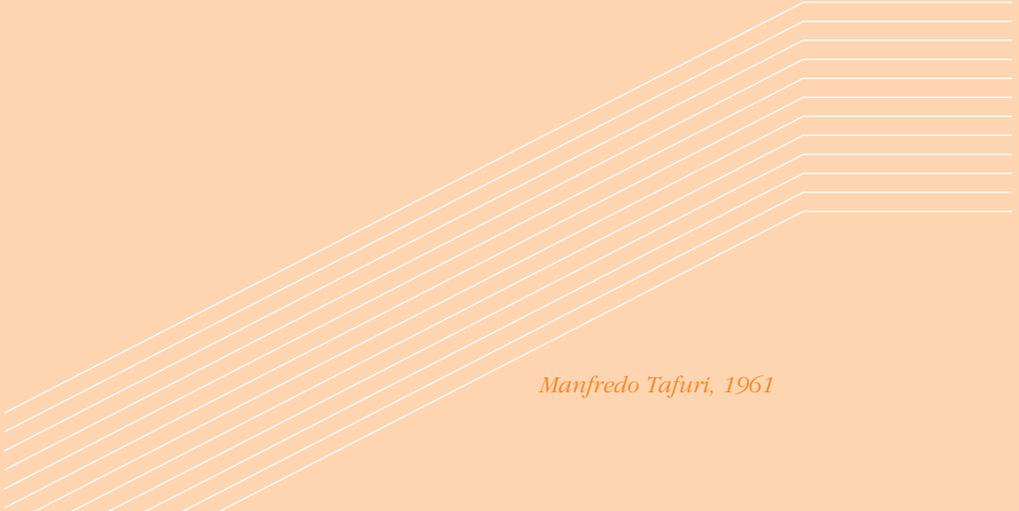
Dottrina estimativa
Codice delle Valutazioni Immobiliari Tecnoborsa

Listino Ufficiale
Borsa Immobiliare di Roma

16

QUEI

**“Sotto qualsiasi angolo di vista
noi esaminiamo quest’opera,
essa ci appare
contemporaneamente
come sintesi di tutte
le esperienze precedenti
e come decisa apertura
verso nuovi orizzonti operativi,
verso nuovi modi di considerare
i problemi dell’architettura,
dell’urbanistica, della città stessa”**



Manfredo Tafuri, 1961



Gennaio/Giugno 2012
n. 16 - Anno VIII

QEI - Quaderni di Economia Immobiliare Periodico semestrale di Tecnoborsa

DIRETTORE RESPONSABILE

Maria Annunziata Scelba

COMITATO EDITORIALE

Giampiero Bambagioni

Ettore Troiani

Direzione, redazione e amministrazione
Tecnoborsa S.C.p.A.

Sede legale: Via de' Burrò 147 - 00186 Roma

Sede operativa: Via Capitan Bavastro 116 - 00154 Roma

Telefono (+39) 0657300710

Fax (+39) 0657301832

info@tecnoborsa.com

www.tecnoborsa.it

*Pubblicazione depositata per la protezione
della proprietà scientifica e letteraria.*

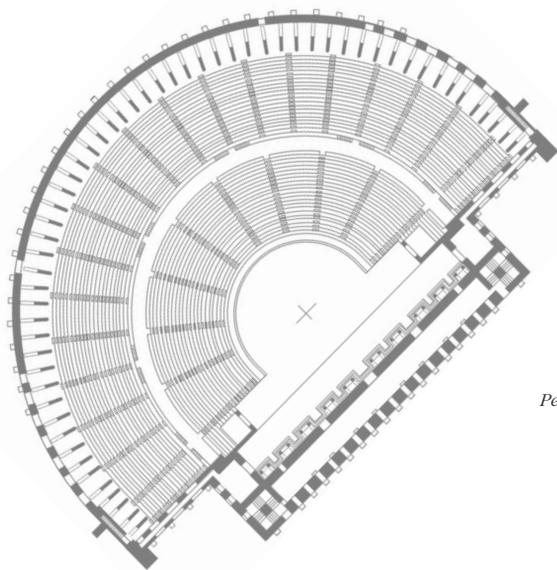
*Ogni diritto è riservato. La riproduzione degli articoli,
anche parziale, è permessa solamente citando la fonte.*

*L'Editore e gli autori della presente pubblicazione
non possono assumere alcuna responsabilità
conseguente a perdite subite da terzi in quanto
derivate dall'uso o dal mancato uso dei testi
o del materiale ivi contenuto.*

L'Editore è a disposizione per eventuali diritti di terzi.

Registrazione

Registrazione Tribunale di Roma
del 29 maggio 2003 n° 254/2003



IMPAGINAZIONE
Digitalialab - Roma

STAMPA
Grafica Giorgetti - Roma

*Per l'intero corredo illustrativo del presente numero
si ringrazia il Prof. Ing. Marco Ferrero,
Professore Associato di Architettura Tecnica,
autore delle foto qui pubblicate*

Tecnoborsa è una società consortile per azioni istituita dal sistema delle Camere di Commercio per contribuire allo sviluppo, alla regolazione, alla trasparenza e alla ricerca nel campo dell'economia immobiliare italiana e internazionale.

Pertanto, **Tecnoborsa** è un ente istituzionale senza fini di lucro e vuole essere un mezzo per regolare il mercato immobiliare nazionale attraverso lo sviluppo di sistemi, strumenti e linee guida atti a favorire l'interazione di tutti i soggetti che raffigurano l'intero panorama della domanda e dell'offerta in Italia.

La stessa compagine societaria di **Tecnoborsa** dimostra la sua forte vocazione di rappresentanza e, ad oggi, annovera 26 soci, di cui 21 espressione del sistema delle Camere di Commercio, unitamente ad altri organismi:

- Borsa Immobiliare di Napoli S.r.l.
- Camere di Commercio di:
Ascoli Piceno, Bari, Brescia, Brindisi,
Cosenza, Matera, Milano, Novara, Parma,
Perugia, Pescara, Pisa, Ravenna, Rieti,
Rimini, Roma, Terni
- Confedilizia
- European Real Estate Institute - EREI
- FIAIP - Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali
- Geo.Val. - Geometri Valutatori Esperti
- Progetto Associates Srl
- Regione Lazio
- Unioncamere Regionale Lazio
- Unioncamere Molise
- Unione Nazionale delle Camere di Commercio



In linea con la propria *mission* e per consolidare le funzioni di analisi e approfondimento, **Tecnoborsa** ha istituito il proprio Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI, un nucleo di studio che cura la rilevazione, l'elaborazione e la diffusione di dati di importanza strategica per la pianificazione e l'attuazione di scelte nella sfera della politica economica, urbanistico-edilizia, creditizia e fiscale. Annualmente viene realizzata l'Indagine sul mercato immobiliare e le famiglie italiane.

L'attività di **Tecnoborsa** è supportata da un Comitato Tecnico-Scientifico rappresentativo di tutti i maggiori soggetti esperti in materia che, in particolare, contribuisce alla realizzazione del “Codice delle Valutazioni Immobiliari - *Italian Property Valuation Standard*”, un vero e proprio strumento di lavoro per gli operatori del settore. Attraverso i QEI - Quaderni di Economia Immobiliare, **Tecnoborsa** si propone, dunque, di affrontare da vicino temi, indagini, normative e processi, per ampliarne la circolazione e la conoscenza ma sempre in chiave di trasparenza e regolazione, per creare e accrescere una nuova cultura in ambito immobiliare, anche a livello internazionale.

COMITATO TECNICO-SCIENTIFICO TECNOBORSA

- ▶ ABI - Associazione Bancaria Italiana
- ▶ Agenzia del Territorio
- ▶ AIAV - Associazione Italiana per la Gestione e l'analisi del valore
- ▶ ANAMA - Associazione Nazionale Agenti e Mediatori d'affari
- ▶ ANIA - Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici
- ▶ ASPESI - Associazione Nazionale Società Promozione e Sviluppo Immobiliare
- ▶ ASSOVIAB - Associazione Società di Valutazioni Immobiliari Banche
- ▶ CENSIS - Centro Studi Investimenti Sociali
- ▶ Collegio Nazionale Agrotecnici e Agrotecnici Laureati
- ▶ Collegio Nazionale Periti Agrari e Periti Agrari Laureati
- ▶ Confedilizia - Confederazione Italiana Proprietà Edilizia
- ▶ Consiglio dell'Ordine Nazionale Dottori Agronomi e Dottori Forestali
- ▶ Consiglio Nazionale Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori
- ▶ Consiglio Nazionale Geometri e Geometri Laureati
- ▶ Consiglio Nazionale Ingegneri
- ▶ Consiglio Nazionale Periti Industriali e Periti Industriali Laureati
- ▶ Consiglio Nazionale delle Borse Immobiliari Italiane
- ▶ Consiglio Superiore dei Lavori Pubblici - Ministero delle Infrastrutture
- ▶ E-Valuations-Istituto di Estimo e Valutazioni
- ▶ FIAIP - Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali
- ▶ FIMAA - Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari
- ▶ GEO.VAL - Associazione Geometri Valutatori Esperti
- ▶ INU - Istituto Nazionale di Urbanistica
- ▶ ISMEA - Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare
- ▶ Ministero dello Sviluppo Economico
- ▶ Ministero dell'Economia e delle Finanze - Dipartimento del Tesoro
- ▶ Terotec - Laboratorio Innovazione Manutenzione e Gestione Patrimoni Urbani e Immobiliari
- ▶ UNI - Ente Nazionale Italiano di Unificazione
- ▶ Unioncamere - Unione Italiana delle Camere di Commercio
- ▶ Università Bocconi - Newfin
- ▶ Università Luiss Guido Carli

SOMMARIO

PRESENTAZIONE	8
I - MERCATO IMMOBILIARE E IMPRESE ITALIANE	10
1. Introduzione	11
2. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista delle aziende.....	12
2.1. I contenuti dell'Indagine	12
2.2. La sintesi dei risultati	12
3. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista del proprietario dell'immobile di colui che lo rappresenta nella gestione.....	19
3.1. I contenuti dell'Indagine	19
3.2. La sintesi dei risultati	20
3.2.1. Lo stato attuale.....	20
3.2.2. Gli ultimi cinque anni della gestione immobiliare	21
3.2.3. Le tendenze attese nel prossimo futuro	24
3.2.4. I <i>driver</i> del business immobiliare e i fattori di complessità: una <i>sensitivity analysis</i> sul futuro	26
4. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: i settori del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato	28
4.1. Il settore del commercio.....	28
4.1.1. Situazione immobiliare attuale	28
4.1.2. Trasferimenti di sede	31
4.2. Il settore del turismo.....	34
4.2.1. Situazione immobiliare attuale	34
4.2.2. Trasferimenti di sede	37
4.3. Il settore dei servizi	40
4.3.1. Situazione immobiliare attuale	40
4.3.2. Trasferimenti di sede	43
4.4. Il settore dell'artigianato: le aziende artigiane nei settori dell'agricoltura, della manifattura e delle costruzioni	46
4.4.1. Situazione immobiliare attuale	46
4.4.2. Trasferimenti di sede	49
5. Considerazioni conclusive	52
5.1. Le asimmetrie sul territorio.....	52
5.2. Il <i>driver</i> del cambiamento e il ruolo della dimensione ottimale della sede	52
5.3. La relativa stabilità del sistema.....	53
5.4. Gli Immobili <i>retail</i> : verso quale direzione?	54

II - L'INDAGINE TECNOBORSA 2011: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE NELLE SEI GRANDI CITTÀ INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE	56
1. Introduzione	57
2. L'intermediazione	57
2.1. I canali prescelti nelle transizioni immobiliari effettuate	57
3. La valutazione	62
3.1. L'utilizzo di uno specialista per la valutazione dell'immobile nelle transizioni effettuate	62
4. Conclusioni	65
III - DOTTRINA ESAMINATIVA E STANDARD INTERNAZIONALI DI VALUTAZIONE	67
1. Introduzione	68
2. Le dinamiche di mercato e l'importanza della corretta valutazione degli immobili	69
3. La nuova edizione del "Codice delle Valutazioni Immobiliari" e le "Linee guida" promosse dall'Abi	70
4. La deontologia e le responsabilità civili professionali	71
5. I principali criteri di misurazione delle consistenze sulla base degli <i>standard</i> nazionali e internazionali	71
6. Il ruolo chiave del valutatore immobiliare adeguatamente preparato	75
IV - IL LISTINO UFFICIALE DELLA BORSA IMMOBILIARE DI ROMA	76
1. Introduzione	77
2. Il Listino Ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma - i criteri di base	78
3. Ulteriori caratteristiche che concorrono alla valutazione di un immobile	79
4. Il Comitato di Listino della Borsa Immobiliare di Roma	79
I NUMERI PUBBLICATI	81

Presentazione

a cura di Valter Giammaria

Presidente **Tecnoborsa**



Valter Giammaria
Presidente **Tecnoborsa**

E' con un nuovo studio a cura di Tecnoborsa che si inaugura il presente *Quaderno*: l'Indagine Mercato immobiliare e Imprese italiane, un lavoro di ricerca che va a colmare una lacuna specifica nell'ambito dell'analisi del mercato immobiliare nel comparto delle aziende qui prese in esame, particolarmente sentita nella fase di crisi che attraversa il Paese. Questa Indagine è il frutto di due ricerche che si sono avvalse di questionari tra loro distinti ma affini e, in parte, complementari: la prima analisi, di natura quantitativa, è stata condotta su un campione rappresentativo di imprese italiane; la seconda, qualitativa, sui gestori dei patrimoni immobiliari. Nell'affrontare il primo tema si è inteso sondare da vicino i singoli settori produttivi che caratterizzano maggiormente l'imprenditoria italiana – commercio, turismo, servizi e artigianato – e ci si è interrogati sull'immobile d'impresa e il suo utilizzo; nel secondo caso ci si è rivolti ai proprietari o ai gestori che operano per loro conto. Il risultato finale ricostruisce un quadro d'insieme del mercato *business*, sia da parte degli utilizzatori – le imprese che rappresentano la domanda – che da parte degli operatori che gestiscono patrimoni immobiliari – che potremmo definire l'offerta. Agli autori va un mio speciale ringraziamento per aver concorso con successo alla realizzazione di questa 'opera prima'. In linea con l'ormai decennale attività di ricerca del Centro Studi sull'Economia Immobiliare - Csei di **Tecnoborsa** in questo numero dei *QEI* troviamo anche l'ultima parte dell'Indagine 2011 sulle famiglie che vivono nelle sei maggiori città italiane e il loro rapporto con il mercato immobiliare: si tratta della sezione riguardante l'intermediazione e la valutazione ovvero il ricorso alle agenzie o altri canali, in caso di transazioni immobiliari, e il ricorso o meno a esperti e qualificati valutatori, in caso di stime o perizie immobiliari. Per la prima parte dell'Indagine 2011 sulle tran-

szazioni effettuate e previste e sui mutui si rimanda, invece, al precedente *QEI* n° 15.

Per quanto riguarda la dottrina estimativa e gli standard internazionali di valutazione, è stato dedicato un apposito capitolo di riflessioni, a cura del Vicepresidente di **Tecnoborsa** Giampiero Bambagioni, nonché Responsabile Scientifico del “*Codice delle Valutazioni Immobiliari*”, proprio in occasione della pubblicazione della quarta edizione del *Codice*, presentato recentemente a Roma. Infatti, l’importanza della corretta valutazione degli immobili è fondante per la *mission* di **Tecnoborsa** e la nuova edizione del *Codice* – la cui prima edizione risale ormai al 2000 – è l’occasione per tornare a parlare in termini ancora più aggiornati ed esaustivi dei principali criteri di misurazione e del ruolo chiave del valutatore immobiliare altamente professionalizzato. La nuova edizione è, inoltre, arricchita dalle Linee guida promosse dall’Abi, frutto di un lavoro di stretta cooperazione con **Tecnoborsa**, con i Consigli Nazionali delle professioni ordinarie di categoria e con società di valutazione..

Infine, sempre in tema di valutazione, i *Quaderni* tornano a parlare delle Borse Immobiliari Italiane e, in particolare, del “*Listino ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma*” a cura di Augusto D’Anna, il Coordinatore del Comitato del Listino della Bir che qui ringraziamo. Questo numero si conclude, dunque, parlando dei criteri di base e delle caratteristiche che concorrono, sul campo, alla valutazione di un immobile, in attuazione dei criteri estimativi del *Codice* **Tecnoborsa**.

**l’importanza della
corretta valutazione
degli immobili è
fondante per la
mission di
Tecnoborsa e la
nuova edizione del
Codice è l’occasione
per tornare a
parlare in termini
ancora più
aggiornati ed
esaustivi dei
principali criteri di
misurazione e del
ruolo chiave del
valutatore
immobiliare
altamente
professionalizzato**

I - MERCATO IMMOBILIARE E IMPRESE ITALIANE

a cura di Gino Alisi, *Senior Management Nexen*
Alice Ciani, *Centro Studi sull'Economia Immobiliare Tecnoborsa*
Filippo Mercurelli Salari, *Esperto Real Estate*

**Un'analisi nelle aree metropolitane
delle piccole e medie imprese del terziario e dell'artigianato
con un approfondimento sui gestori dei patrimoni immobiliari**



*Palazzo di Giustizia,
Guglielmo Calderini,
Roma, 1888-1910*

1. Introduzione

Da molti anni ormai il Centro Studi sull'Economia Immobiliare (Csei) di **Tecnoborsa** – all'interno dell'attività di analisi dell'economia immobiliare italiana – analizza la relazione tra le famiglie e il mercato immobiliare, svolgendo annualmente una ricerca demoscopica che è divenuta progressivamente un punto di riferimento per gli esperti del settore; dallo scorso anno, il Csei ha esteso il campo di indagine alle imprese e dunque al mercato *business*, completando quindi così lo scenario di analisi dell'immobiliare italiano.

In questo articolo vengono, quindi, presentati i risultati principali di due ricerche svolte tra giugno e dicembre 2011:

- un'indagine quantitativa su un campione rappresentativo di imprese italiane che operano nel terziario (commercio, turismo e servizi) e le aziende artigiane appartenenti agli altri settori (agricoltura, manifattura e costruzione);
- un'indagine qualitativa sui gestori dei patrimoni immobiliari.

L'insieme delle due indagini fornisce un quadro completo e interessante del mercato *business*, e cerca di dare una risposta alle seguenti domande: come sta cambiando l'immobile a supporto dell'attività di impresa? Quali sono i *driver* che ne hanno determinato il cambiamento e le modalità di godimento negli ultimi anni? Quali tendenze emergono per il prossimo futuro?

Trattandosi di un mercato, di uno spazio, in cui le forze della domanda si confrontano con le forze dell'offerta, si è

scelto di analizzare separatamente, nelle modalità di seguito esposte, i due attori del mercato immobiliare:

- le imprese, gli utilizzatori, da una parte;
- i proprietari immobiliari o gli operatori che operano per loro conto (i gestori), dall'altra.

Sebbene l'oggetto dell'indagine sia l'immobile a strumento dell'attività di impresa, e sebbene si sia certamente cercato di raccogliere i dati delle parti coinvolte su argomenti affini, si è però evitato di porre le stesse domande simmetricamente alle due parti. Il tentativo è stato, invece, di porre delle domande pertinenti in relazione al ruolo dell'intervistato, sia esso azienda utilizzatrice, da un lato, che gestore/proprietario dall'altra. Va sottolineato, inoltre, che l'oggetto dell'indagine è l'immobile e il suo utilizzo e non il *business* immobiliare. Tale distinzione è particolarmente importante nel momento in cui si riferisce ai gestori dei fondi immobiliari; si è dunque evitato di spostare l'attenzione sulla profittabilità e sulla congiuntura economica in corso, al fine di cogliere i *trend* di medio e lungo periodo che sottostanno alla modifica del settore.

Le sezioni che seguono riportano i risultati delle due indagini realizzate. In particolare, al paragrafo 4 e 5, vengono riportati i risultati dell'indagine sulle imprese per settore di attività economica, mentre l'ultimo paragrafo del lavoro è dedicato alla sintesi finale.

Oggetto dell'indagine è l'immobile e il suo utilizzo e non il *business* immobiliare

2. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista delle aziende

2.1. I contenuti dell'indagine

La sezione iniziale dell'indagine affronta tre argomenti:

- a) la funzione d'uso dei locali utilizzati attualmente;
- b) il titolo di godimento degli immobili in oggetto;
- c) gli strumenti di finanziamento dell'acquisto.

La seconda parte dell'indagine approfondisce il fenomeno della mobilità dell'impresa, esplorando la ragioni sottostanti al cambiamento (o al mancato cambiamento) della sede. Nello specifico, i punti esaminati sono i seguenti:

- rispetto al passato, alle aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni, è stato chiesto il motivo del cambiamento; viceversa, delle aziende che non hanno cambiato sede se ne approfondisce la situazione, in modo da comprenderne le ragioni;
- rispetto al futuro prossimo (in un orizzonte di dodici mesi dall'intervista), è stato chiesto se è previsto un cambiamento di sede e le ragioni alla base di tale prospettiva. Il tema è stato approfondito chiedendo verso quale titolo di godimento (acquisto *vs.* locazione), l'azienda intende orientarsi e, nel caso dell'acquisto, l'eventuale strumento di credito che si ha intenzione di utilizzare.

L'ultima parte dell'indagine è stata dedicata a valutare il grado di soddisfazione dell'immobile attualmente in uso.

Sono esclusi dalla rilevazione gli stabilimenti industriali, il cui mercato risponde a logiche ed esigenze evidentemente diverse

2.2. La sintesi dei risultati

Il 59,8% delle aziende intervistate utilizza la sede rilevata come ufficio, il 42,2% per la vendita al pubblico (essenzialmente attività commerciali) e il 31,5% per la produzione (es. capannoni, magazzini, ecc.). Si ricorda, peraltro, che sono esclusi dalla rilevazione gli stabilimenti industriali, il cui mercato risponde a logiche ed esigenze evidentemente diverse.

L'utilizzazione della sede di riferimento come ufficio prevale ovviamente nei servizi (76,4%) ma anche nelle costruzioni (72,7%), dove chiaramente l'attività produttiva si esplica essenzialmente al di fuori dei locali dell'impresa. L'attività di produzione è, invece, maggiormente diffusa nelle sedi oggetto di campionamento per le attività manifatturiere di tipo artigianale (64,6%).

Gli immobili nei quali operano le aziende, con riferimento alle sedi considerate, sono per lo più in affitto (56,7% delle aziende), sono in *leasing* per il 26% mentre per il 15,7% risultano nella proprietà o comunque nella disponibilità delle imprese. Il grafico seguente evidenzia la relazione tra funzione d'uso e titolo di utilizzo dell'immobile (si ricorda che il totale di colonna può essere superiore a 100% per la ovvia molteplicità della funzione

GRAFICO 1
TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE
(val. %)

Funzione d'uso	Totale	Titolo di utilizzo			
		in affitto	in leasing	di proprietà	parte in affitto parte di proprietà
Ufficio	59,8	56,7	68,7	55,1	69,2
Produzione (es. capannoni, magazzini)	31,5	31,8	31,8	29,1	37,8
Vendita al pubblico (ad es. un negozio)	42,2	43,6	36,5	45,6	50,2

Fonte: **Tecnoborsa**

d'uso della sede); si noti, in particolare, come il *leasing* risulti superiore nel caso di utilizzazione dell'immobile come ufficio (*graf. 1*).

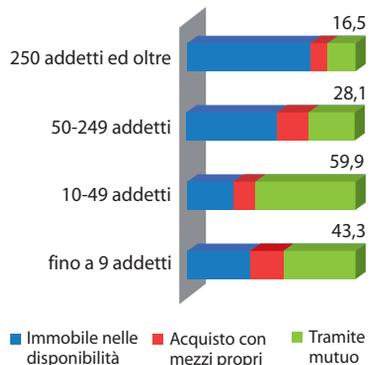
Tra le imprese che hanno dichiarato di essere localizzate in un immobile di proprietà, nel 44,3% dei casi l'acquisto è avvenuto attraverso il ricorso ad un mutuo per un valore apparentemente minore rispetto a quello riscontrabile nel mercato residenziale; ma se si considera il 36,9% delle imprese che ha sede in un immobile che rientra nella loro disponibilità, l'acquisto tramite finanziamento bancario diviene largamente prevalente.

E' interessante, peraltro, notare come la dimensione d'impresa influisca nella scelta del ricorso al mutuo, per le imprese che hanno dichiarato di utilizzare una sede almeno parzialmente in proprietà: una scelta che vale soprattutto per le aziende di dimensione inferiore ed, in particolare, per quelle sino a 50 addetti (*graf. 2*).

Negli ultimi dieci anni hanno cambiato la

propria sede il 16,8% delle società intervistate, un valore quindi piuttosto limitato, con differenze molto sensibili per territorio, tipologia di attività e dimensione, che si evidenzieranno in seguito.

GRAFICO 2
RICORSO A UN FINANZIAMENTO
PER ACQUISTARE L'IMMOBILE RISPETTO
ALLA DIMENSIONE DELL'IMPRESA
(val. %)



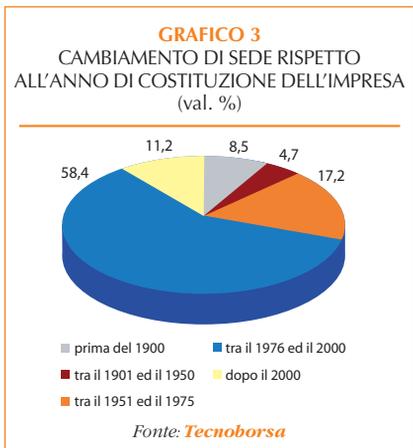
Fonte: **Tecnoborsa**

Va detto che una buona parte delle aziende del campione è di recente costituzione e, quindi, chiaramente fuori *target* rispetto ad uno spostamento di sede (*graf.3*).

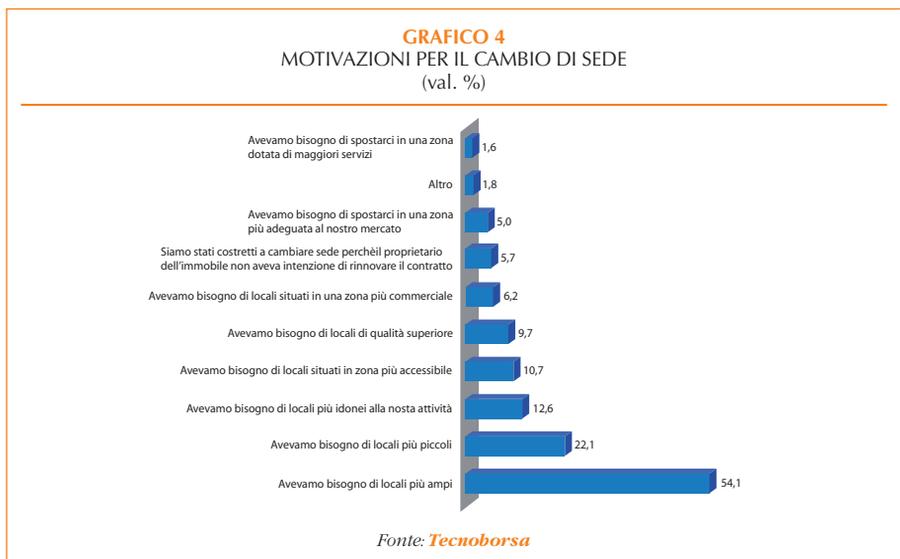
Le ragioni che hanno spinto, o che spingono, le aziende a cambiare sede sono sostanzialmente tre:

- la necessità di locali più ampi, per un'ampia maggioranza dei rispondenti (54,1%);
- l'esigenza di locali di minori dimensioni (22,1%);
- la ricerca di locali maggiormente idonei alla propria attività (12,6%), con ciò intendendo per lo più una *location* più adatta, in particolare per quanto concerne la clientela.

Sono quindi le prospettive di sviluppo che determinano una più forte spinta al



cambiamento della sede d'impresa, mentre – come si vedrà anche oltre – il *downsizing* è una scelta difficile e perseguita solo in caso di assoluta necessità (*graf.4*).



Il cambiamento di sede è inversamente correlato alla dimensione d'impresa, come mostra il grafico seguente e, dunque, legato - non solo ma anche - ai costi e alle difficoltà logistiche (graf.5).

Si riscontrano anche differenze settoriali molto significative¹ e, in particolare, una relativa minore mobilità nel commercio, categoria in cui solamen-

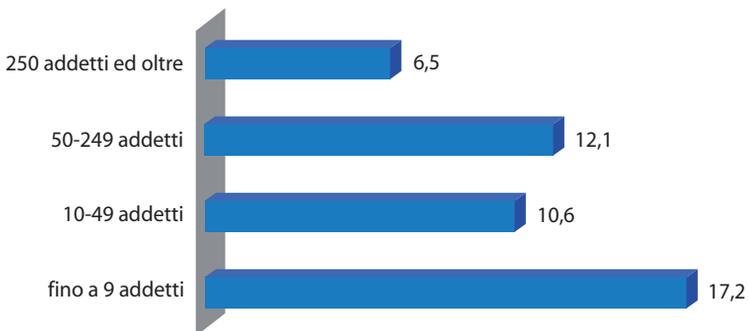
Sono le prospettive di sviluppo che determinano una più forte spinta al cambiamento della sede d'impresa

te l'11% circa delle imprese si è spostata di sede nel corso dell'ultimo decennio, fenomeno che si spiega tanto con i pericoli della perdita della clientela quanto anche con la difficoltà (spesso impossibilità), di riutilizzare efficientemente un *layout* e un arredamento su cui si è fatto in genere un importante investimento.

Un dato di un certo rilievo emerge analizzando le aziende in funzione del cambiamento o meno della sede nella quale svolgono l'attività economica e del titolo di utilizzo della sede attuale, ovvero della nuova sede, per quanto concerne le aziende che si sono trasferite negli ultimi dieci anni. Si può, infatti, notare come tra coloro che hanno cambiato localizzazione vi sia una particolare e significativa utilizzazione del-

⁽¹⁾ Cfr. Paragrafo 4 del presente Capitolo.

GRAFICO 5
CAMBIAMENTO DI SEDE RISPETTO ALLA DIMENSIONE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

lo strumento del *leasing* immobiliare (*graf.6*).

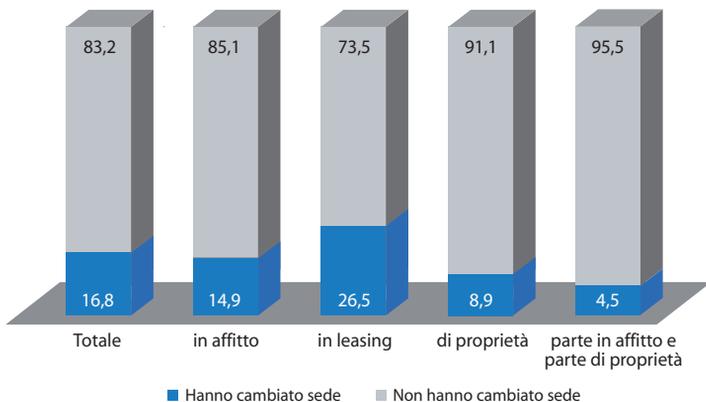
La relativa scarsa propensione alla costosa mobilità della propria sede trova comunque origine in un livello di soddisfazione generalmente molto elevato rispetto all'attuale localizzazione: l'87,8% del campione ha, infatti, dichiarato di essere molto o abbastanza soddisfatto della sede utilizzata attualmente; il 5,9% ha affermato di essere mediamente soddisfatto; solo il 6,4% è poco o per nulla soddisfatto. L'impegnativa scelta della sede, che per certi versi - come nel caso, ad esempio, del commercio - rappresenta uno dei fattori critici del successo d'impresa, viene dunque perseguita con grande oculatezza da parte delle aziende italiane,

una scelta evidentemente molto ponderata e che consegue risultati positivi nel tempo. A conferma della tesi, si può, altresì, notare come l'indicatore del livello di soddisfazione è maggiore presso le aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni: valore soddisfazione pari all'87,8%, contro l'81,3% pari al valore medio nazionale.

Si noti, inoltre, che la soddisfazione per l'attuale sede cresce linearmente con il crescere della dimensione d'impresa, verosimilmente anche per un investimento più rilevante e, dunque, maggiormente ponderato; relativamente al settore non si evidenziano, invece, differenze degne di particolare nota.

Le aziende che negli ultimi dieci anni

GRAFICO 6
TITOLO DI UTILIZZO E CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

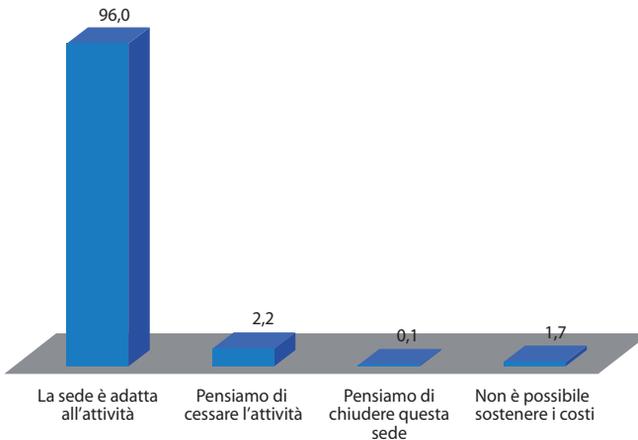
non hanno mai cambiato sede sono state, dunque, l'83,2%. Di queste, la stragrande maggioranza (76,8%), non ha mai ritenuto di dover cambiare, mentre solo il 2,6% sta considerando l'ipotesi; il 3,8% ha, inoltre, valutato nel passato il cambiamento, senza però procedere effettivamente allo spostamento. All'interno di tale aggregato le imprese che hanno valutato l'idea di cambiare sede, senza riuscirci o comunque abbandonando tale proposito, sono risultate in prevalenza le piccole (10-49 addetti), operative per lo più nel settore del commercio. Alla base dell'abbandono del progetto di trasferimento ci sono le difficoltà organizzative che il cambiamento avrebbe comportato, il

costo dell'affitto della nuova sede, superiore rispetto a quello della sede precedente, le difficoltà di trovare le risorse finanziarie necessarie per passare alla nuova sede, il timore di perdere la propria clientela e, infine, le difficoltà nel trovare una sede adeguata alle proprie esigenze (graf. 7).

Le aziende hanno messo in evidenza diverse problematiche incontrate pensando di cambiare la sede della propria attività:

- le difficoltà che il cambiamento avrebbe comportato (43,8%): sostanzialmente, oltre quattro aziende ogni dieci avrebbero desiderato cambiare sede, ma hanno preferito restare in quella che avevano per le

GRAFICO 7
MOTIVAZIONI CONTRO L'INTENZIONE DI UN CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

difficoltà organizzative che il cambiamento avrebbe comportato;

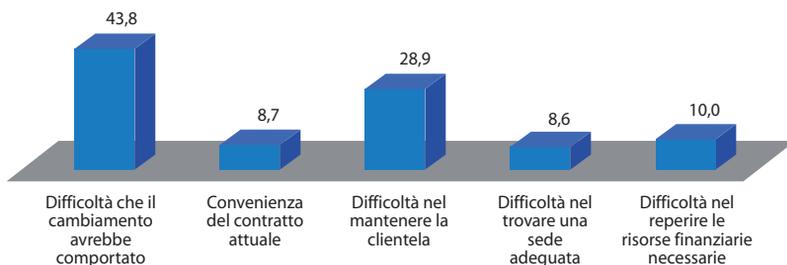
- l'8,7% ha scartato l'idea trovando meno conveniente il contratto di affitto della nuova sede rispetto al contratto della sede nella quale erano e sono; il 10,0% ha scartato l'idea di cambiare sede per una ragione sostanzialmente analoga, ossia per la difficoltà di trovare le risorse finanziarie necessarie per passare alla nuova sede;
- il 28,9% ha scartato l'idea di cambiare sede nel timore di perdere la propria clientela e l'8,6% delle aziende, infine, ha preferito restare nella sede nella quale operava non avendo trovato una *location* adeguata alle proprie esigenze (graf.8).

Sono pochissime, ma non una quota

irrilevante (3,1%) le imprese che hanno intenzione di cambiare sede in futuro, ma per l'82,6% di esse l'orizzonte è certamente superiore ai dodici mesi e, quindi, chiaramente abbastanza indeterminato; si noti che per oltre la metà di coloro che con ogni probabilità cambieranno nei prossimi dodici mesi vi è la prospettiva di una sede di proprietà (53,4%), mentre la restante quota acquisterà in modo proporzionale con *leasing* o affittando: sembra dunque emergere una ten-

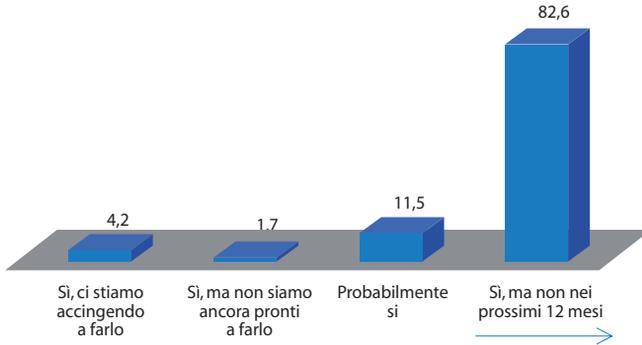
Le aziende che negli ultimi dieci anni non hanno mai cambiato sede sono state l'83,2%

GRAFICO 8
MOTIVAZIONI PER IL MANCATO CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 9
 IMPRESE CHE HANNO INTENZIONE DI CAMBIARE SEDE
 (val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

denza di un certo rilievo alla patrimonializzazione che, se confermata, potrà fornire interessanti spunti di riflessione futura ed opportunità nel mercato immobiliare (*graf.9*).

3. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: il punto di vista del proprietario dell'immobile o di colui che lo rappresenta nella gestione

3.1. I contenuti dell'indagine

L'indagine è divisa in quattro sezioni:

- la prima sezione è rivolta a scattare una fotografia della situazione attuale. Vuole fornire una misura dell'ampiezza dei portafogli in gestione al momento attuale, la sua distribuzione sul territorio nazionale (Nord, Centro, Sud), la destinazione d'uso, la distribuzione

in relazione alla dimensione del Comune presso il quale sono ubicati gli immobili, la posizione in relazione al centro città o la periferia;

- la seconda sezione indaga gli stessi parametri con attenzione, però, all'evoluzione che ha avuto luogo negli ultimi cinque anni;
- la terza sezione vuole cogliere, sempre sulle stesse variabili, le tendenze che i gestori si aspettano nel prossimo futuro in riferimento ai propri portafogli;
- l'ultima sezione tende a neutralizzare l'impellenza della gestione corrente. Ai gestori è stato chiesto, infatti, sulla base della loro esperienza, quali saranno, in futuro, i *driver* progettuali nel settore immobiliare rivolto alle aziende. E' una *sensitivity analysis* a cui il *panel* è stato sottoposto chiedendo una valutazione compresa tra 0 e 10 di una *check list*.

3.2. La sintesi dei risultati

3.2.1. Lo stato attuale

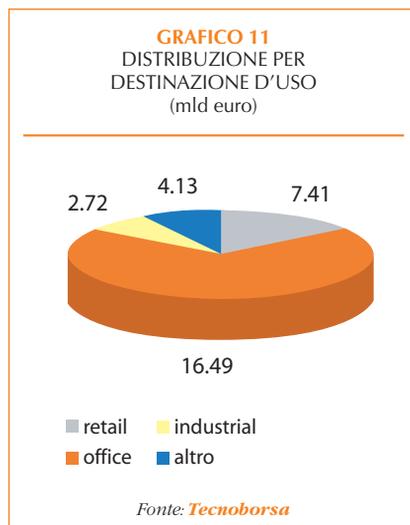
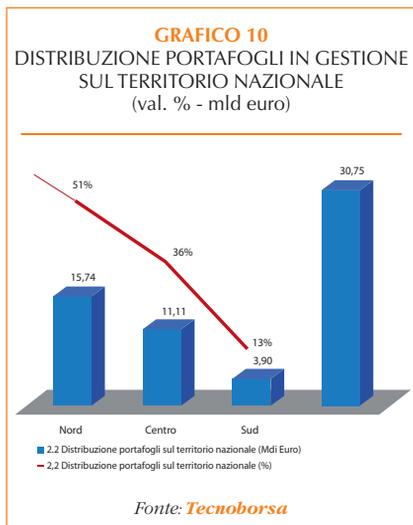
Tutti gli operatori intervistati operano da un lasso di tempo superiore ai cinque anni e solamente il 3% del *panel* (espresso in termini di massa amministrata), gestisce immobili di proprietà, essendo il residuo 97% composto da gestori puri.

La sede direzionale degli operatori intervistati è ubicata nel 30% dei casi nel centro Italia e il restante al Nord, ma la massa amministrata che fa riferimento agli operatori con sede nel Centro Italia è pari al 55%.

In termini di distribuzione geografica, i 30,8 mld di euro dei portafogli oggetto dell'indagine sono ubicati per circa 15,74 mld al Nord (51%), 11,11 mld nel Centro Italia (pari al 36%), 3,9 mld nel Sud Italia (13%) (*graf.10*).

La destinazione d'uso dei portafogli è divisa in 7,4 mld di euro nel *retail* (il 24%), 16,49 mld di euro in uffici (54%), e 2,72 mld con destinazione industriale, pari al 9% del totale. La logica di gestione prevalente e i sistemi informativi in uso presso le società di gestione hanno suggerito l'inserimento anche degli immobili industriali (esclusi dalla ricerca rivolta alle aziende). Sarebbe stato difficile scorporare l'aggregato in termini statistici e, inoltre, nella logica di gestione dei grandi portafogli, l'immobile artigianale tende a essere considerato alla stregua dell'immobile industriale. A tale riguardo, va osservato che gli immobili utilizzati per la logistica sono stati assimilati al comparto industriale (*graf.11*).

E' stata introdotta una categoria residuale, indicata nei grafici come altro,



che comprende gli immobili ad uso produttivo non riconducibile alle categorie precedenti (residenze per anziani, hotel, etc). E' un aggregato rilevante, pari a circa 4 miliardi di euro, il 13% dell'intero portafoglio.

Ulteriore dimensione dell'universo considerato è la distribuzione dei portafogli in relazione all'ampiezza del Comune di appartenenza. Al fine della ricerca è stato definito grande centro urbano il Comune con popolazione superiore a 500.000 abitanti. Secondo tale spartiacque emerge una marcata concentrazione dei portafogli nei grandi centri: 19,75 mld sono, infatti, ubicati nei grandi centri, pari al 64% del totale.

Particolare attenzione è stata conferita al comparto *retail* che, come emerge anche dai dati seguenti, è probabilmente il comparto più dinamico, sia in relazione all'analisi degli ultimi cinque anni sia rispetto alle aspettative sul prossimo futuro. Nello specifico, limitatamente agli operatori che dispongono di una significativa quota di immobili *retail* è stato chiesto quale quota di tali immobili fosse costituita da grandi strutture organizzate (*shopping mall, retail park*), rispetto agli immobili *high street*. Ai soli immobili *high street* è stata, inoltre, chiesta una valutazione da 1 a 10 in relazione alla qualità commerciale della posizione. Ne è risultato che gli operatori intervistati dispongono di un 40% degli immobili su strada e che la loro qualità media è pari a un valore di 4,9, dunque non particolarmente validi.

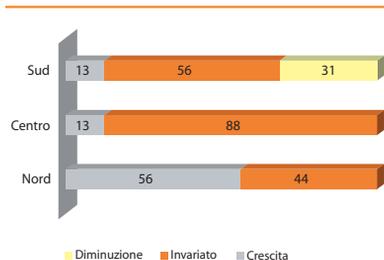
3.2.2. Gli ultimi cinque anni della gestione immobiliare

Sebbene sia stato chiesto ai *panel* degli intervistati se nel corso degli ultimi cinque anni abbiano rilevato una tendenza, da parte dei conduttori, alla locazione rispetto la compravendita, è emerso che tale domanda, rivolta ai gestori di portafogli terzi, genera risposte distorte: la disponibilità di un fondo immobiliare a cedere un immobile in locazione/vendita, dipende dalle strategie e dai regolamenti dei singoli fondi immobiliari (quali, ad esempio, la durata), che sono assunti dal gestore al momento del conferimento del mandato.

La modifica della distribuzione sul territorio italiano dei portafogli immobiliari ha visto lo spostamento dell'interesse verso il Centro Nord² (graf. 12).

⁽²⁾ I dati sono espressi in termini di frequenza delle risposte, non di variazione del valore dei portafogli.

GRAFICO 12
VARIAZIONE DISTRIBUZIONE
PORTAFOGLI SUL TERRITORIO NAZIONALE
NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI
(val. %)



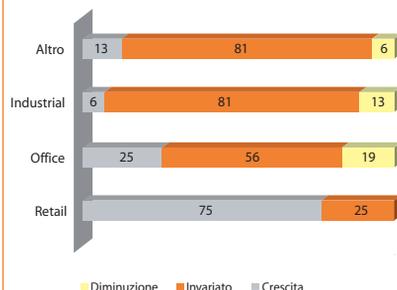
Fonte: Tecnoborsa

La destinazione d'uso ha visto una grande dinamica verso gli immobili commerciali, quasi il 75% degli intervistati registra una crescita in tal senso. Quasi costante il peso degli uffici, in leggero calo la componente con destinazione industriale (*graf.13*).

Nel corso degli ultimi cinque anni gran parte degli operatori non ha gestito un significativo spostamento verso i grandi centri. Tra coloro, però, che hanno visto dei mutamenti, ha predominato la maggiore allocazione verso le aree metropolitane principali: il 38% ha assistito ad una moderata o forte dinamica verso i grandi centri, rispetto al 25% che hanno spostato l'attenzione verso i piccoli centri (*graf.14*).

La posizione degli immobili in relazione al tessuto urbano, nel corso degli ultimi cinque anni, mostra una sostanziale stabilità, predominando, però, tra coloro

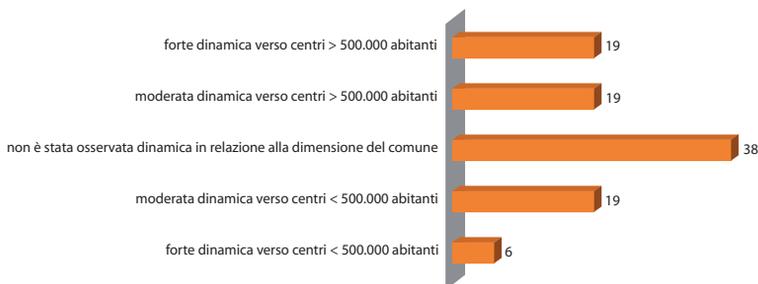
GRAFICO 13
 VARIAZIONE DESTINAZIONE D'USO DEI PORTAFOGLI NEGLI ULTIMI CINQUE ANNI (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

La destinazione d'uso ha visto una grande dinamica verso gli immobili commerciali, quasi il 75%

GRAFICO 14
 DINAMICHE IN RELAZIONE ALLA DIMENSIONE DEL COMUNE DI APPARTENENZA (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 15
DISTRIBUZIONE NEL TESSUTO URBANO
(val. %)



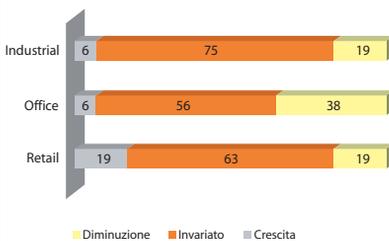
Fonte: *Tecnoborsa*

che hanno affrontato delle variazioni, la maggiore importanza verso il centro città (*graf.15*).

Le singole unità immobiliari, ad eccezione del *retail* che appare stabile, hanno mostrato una leggera diminuzione in termini di dimensione media. Tale fenomeno è stato più marcato per gli uffici (*graf.16*).

I gestori hanno certamente dovuto affrontare dei mutamenti nell'inquilinato aziendale. Indipendentemente dagli eventi che hanno determinato i cambiamenti, dovuti al contratto (recesso, scadenza naturale del contratto), oppure eventi nuovi che hanno avuto luogo nel corso della locazione, quasi mai la di-

GRAFICO 16
DIMENSIONE MEDIA
UNITÀ IMMOBILIARE
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

Ci si attende che la dimensione media delle unità immobiliari tenda a diminuire. In particolare, saranno gli uffici ad avere in futuro una metratura media inferiore all'attuale

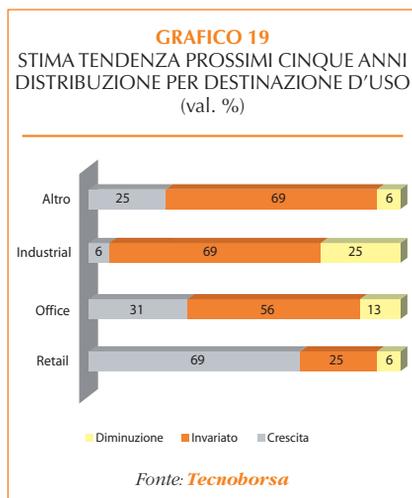
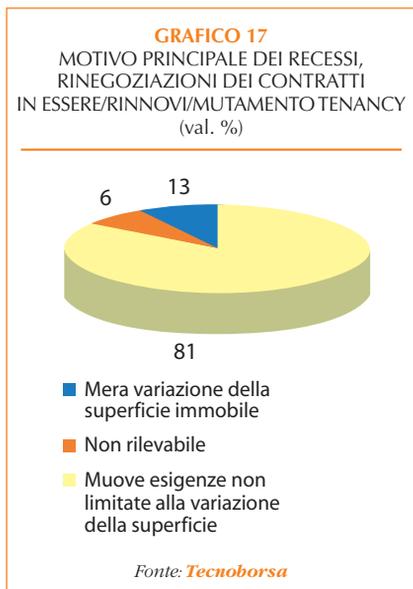
menzione dell'immobile locato (necessità di un immobile più grande *vs* immobile più piccolo), esaurisce il motivo del cambiamento (*graf.17*).

3.2.3. Le tendenze attese nel prossimo futuro

Nel prossimo futuro i gestori si aspettano un deciso spostamento del portafoglio gestito verso il Centro del nostro Paese e, in particolar modo, il Nord Italia nella distribuzione geografica dei loro portafogli. Il 56% degli intervistati prevede un'ulteriore diminuzione del peso del Sud Italia, a fronte di un 75% di intervistati che prevede una crescita al Nord (*graf.18*). In merito alla destinazione d'uso, appare evidente la crescita della componente *retail*, confermando un *trend* già os-



servato nei passati cinque anni. Moderata sarà la crescita nel prodotto *office*, diminuirà l'industriale e crescerà l'attenzione degli immobiliari nei confronti dei beni che non rientrano nelle categorie canoniche, indicato come altro (*graf.19*).



I grandi centri urbani catalizzeranno l'attenzione in maniera drastica (56% degli intervistati) e solamente il 13% si aspetta un interesse immobiliare verso i piccoli centri (*graf.20*).

Il centro città sarà sempre più importante, anche se un numero rilevante di

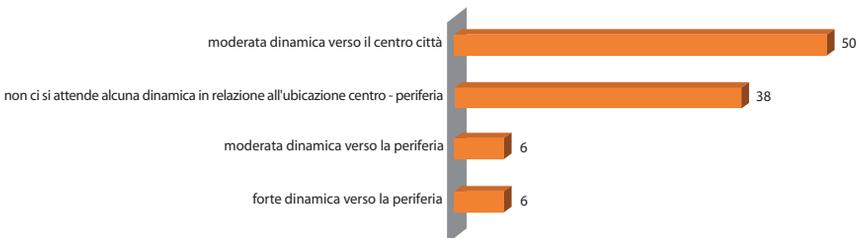
intervistati non prevede comunque una significativa mutazione nei propri portafogli. Probabilmente, ciò dipende dalla ricerca di un equilibrio nei rendimenti dei portafogli, in quanto tradizionalmente il centro città presenta dei saggi di rendimento minori (*graf.21*).

GRAFICO 20
STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI
DINAMICHE IN RELAZIONE ALLA DIMENSIONE DEL COMUNE DI APPARTENENZA
(val. %)



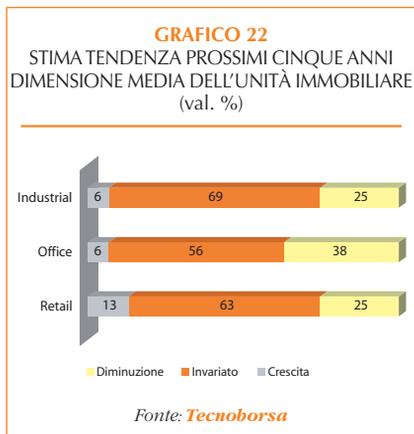
Fonte: *Tecnoborsa*

GRAFICO 21
STIMA TENDENZA PROSSIMI CINQUE ANNI
TENDENZA NELLA DISTRIBUZIONE NEL TESSUTO URBANO
(val. %)



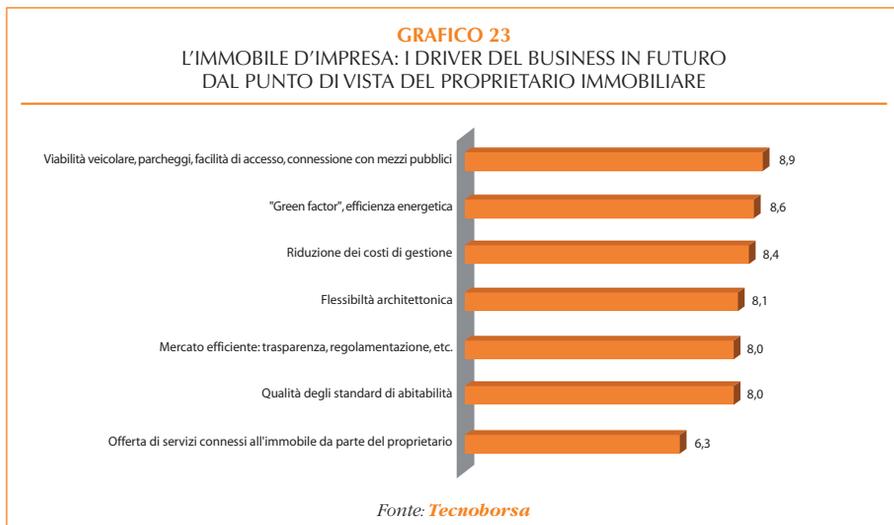
Fonte: *Tecnoborsa*

Ci si attende che la dimensione media delle unità immobiliari tenda a diminuire. In particolare, saranno gli uffici ad avere in futuro una metratura media inferiore all'attuale (graf.22).



3.2.4. I driver del business immobiliare e i fattori di complessità: una sensitivity analysis sul futuro

L'immobile a supporto dell'attività di impresa deve essere sempre più facilmente accessibile, interconnesso con la mobilità cittadina. Al primo posto si trova la viabilità ma è sorprendente l'attenzione al *green factor* (secondo in ordine di importanza), soprattutto se si pensa alla quota significativa di immobili *retail* nel *panel*, che sembrerebbero meno sensibili a tali requisiti (rispetto a quanto lo è ad esempio, il controllo dei costi di gestione che è al terzo posto). Invece, i gestori non vedono come fattore chiave la fornitura di servizi collegati all'immobile, probabilmente ritenendo che il mercato, autonomamente, possa rispondere in modo più efficiente alle richieste dei conduttori (graf.23).



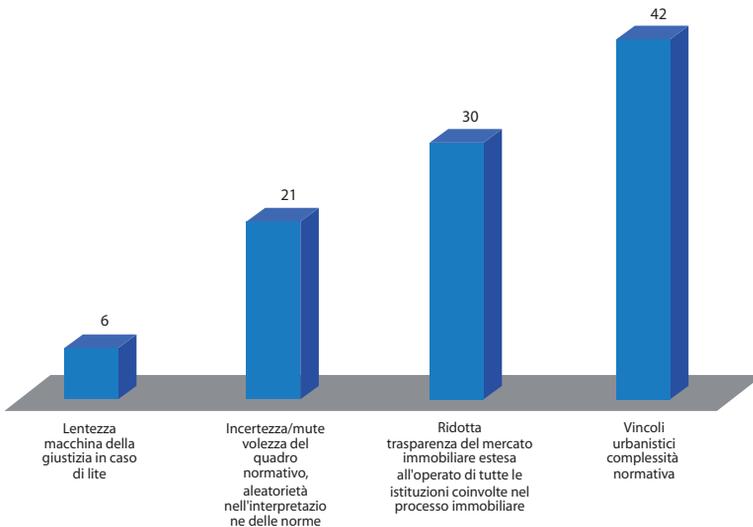
Di contro, sul fronte, degli ostacoli che i gestori intravedono nello sviluppo del settore e dei prodotti, emerge come fattore dominante la complessità normativa (votata dal 42,5% degli intervistati). Un diverso aspetto dello stesso problema, emerso nel corso delle interviste, è la mutevolezza del quadro normativo e la conseguente aleatorietà interpretativa. Sommando i dati delle due risposte il fattore di *handicap* connesso al contesto normativo sale al 63%. Attenzione particolare merita l'*bandi-*

cap generato dalla mancanza di trasparenza del mercato. Il dato conferma quanto sopra emerso, dove, invece, alla trasparenza del mercato, vista come *driver* di sviluppo, era stato dato un valore pari a 8 (su una scala compresa tra 0 e 10) (graf.24).

Sommando i dati delle risposte il fattore di *handicap* connesso al contesto normativo sale al 63%

GRAFICO 24

L'IMMOBILE D'IMPRESA: OSTACOLI, BARRIERE E DIFFICOLTÀ PER SVILUPPARE IL SETTORE E OFFRIRE SUL MERCATO IL PRODOTTO IMMOBILIARE APPROPRIATO
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

4. L'immobile a supporto dell'attività di impresa: i settori del commercio, del turismo, dei servizi e dell'artigianato

4.1. Il settore del commercio

4.1.1. Situazione immobiliare attuale

Nelle 12 aree metropolitane analizzate dall'indagine **Tecnoborsa** il 42,3% delle aziende operanti nel settore del commercio utilizza la sede rilevata come ufficio, il 30,5% per la produzione e il 64,4% per la vendita al pubblico (graf. 25).

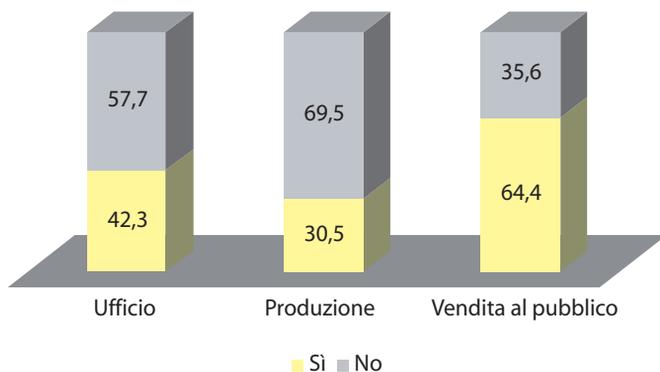
Di queste sedi l'8,8% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 8,8% a ufficio e vendita al pubblico; il

13,8% a vendita al pubblico e produzione, mentre il 2,8% sono utilizzate per tutte e tre le funzioni considerate.

Andando a studiare il fenomeno rispetto al numero di addetti dell'impresa emerge che l'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti); l'utilizzo dei locali per la produzione predomina tra le imprese di piccole dimensioni (10-49 addetti) e grandi dimensioni (oltre 250 addetti); la vendita al pubblico prevale presso le microaziende (1-9 addetti).

Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali si è riscontrato che ben il 62,5% delle aziende opera in sedi prese in affitto, il 19% in strutture di proprietà, il 18% utilizza in *leasing* la sede

GRAFICO 25
FUNZIONE D'USO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**



*Obelisco Mussolini,
Costantino Costantini,
Roma, 1932*

analizzata e solo lo 0,5% opera in locali in parte di proprietà e in parte in affitto (graf.26).

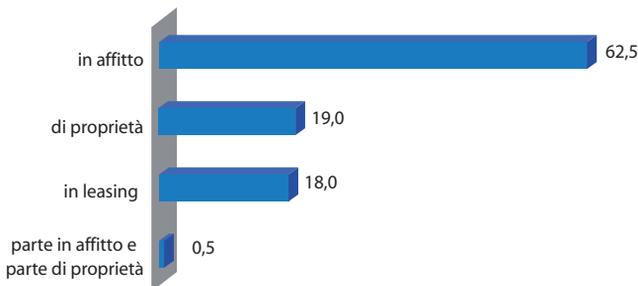
Nell'ambito delle aziende che sono in

affitto è emerso che prevalgono quelle di grandi dimensioni (oltre 250 addetti); per quelle che operano in locali di proprietà predominano le microaziende (1-9 addetti); mentre tra quelle che utilizzano il *leasing* è alta la quota di imprese di medie dimensioni (50-249 addetti).

Nell'ambito dell'aggregato delle aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, il 75,1% delle nuove sedi sono in affitto, il 15,2% sono di proprietà e il 9,7% sono in *leasing*.

Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in affitto e di proprietà prevale come utilizzo la vendita al pubblico, mentre in quelli in *leasing* è decisamente sopra media la quota di aziende che li usano con fun-

GRAFICO 26
TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

zioni di ufficio e leggermente più rilevante la percentuale che li utilizzano per la produzione (graf.27).

Andando ad analizzare la situazione immobiliare delle imprese che operano in una sede di proprietà o parte in affitto e parte di proprietà è emerso che il 41,2% ha affermato che l'immobile era nelle loro disponibilità; rientrano nell'ambito di tale risposta anche le situazioni in cui l'immobile è di proprietà del titolare dell'impresa, o di uno dei soci, ma non propriamente dell'impresa stessa; il 24,3% ha affermato che l'impresa ha provveduto all'acquisto con i propri mezzi o ad esempio con i mezzi di una capogruppo, di un consorzio della quale fa parte, ecc.; il 34,5% delle aziende, invece, ha fatto delle aziende ha fatto ricorso ad un

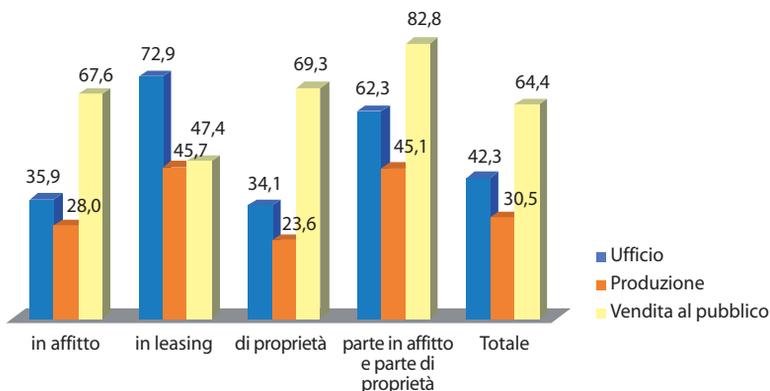
mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale (graf. 28).

GRAFICO 28
RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 27
TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità prevalgono quelle di piccole dimensioni (10-49 addetti); tra quelle che hanno provveduto con mezzi propri emergono le grandi imprese (oltre 250 addetti), mentre sono ricorse a un finanziamento quelle medie (50-249 addetti).

4.1.2. Trasferimenti di sede

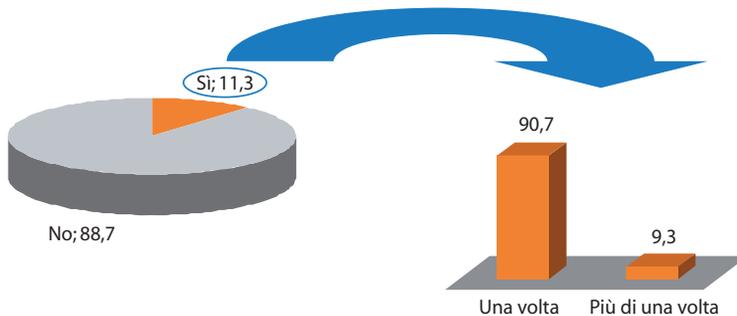
Ben l'11,3% delle imprese hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi 10 anni: tra queste, il 90,7% lo ha fatto una sola volta e il 9,3% almeno due volte (graf.29). Per le aziende che operano nel settore del commercio tale percentuale è piuttosto consistente, perché quando ci si sposta si va incontro a diverse problematiche: i costi per allestire una nuova postazione sono, infatti, piut-

L'11,3% delle imprese hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi 10 anni

tosto alti, c'è una mancanza di guadagno perché si è fermi per lunghi periodi e, fattore ancor più importante, c'è il rischio di perdere parte della clientela. Hanno cambiato sede prevalentemente le microimprese e il 75% di esse ha scelto la soluzione in affitto.

Tra le ragioni che hanno spinto un'azienda a spostarsi in locali e/o zone più adatte alle proprie esigenze, al primo posto viene indicata la necessità di operare in locali più grandi (79,4%), mentre nessuna ha dichiarato di essersi spostato in locali più piccoli. A seguire, con un notevolissimo divario, si trovano quelle

GRAFICO 29
CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



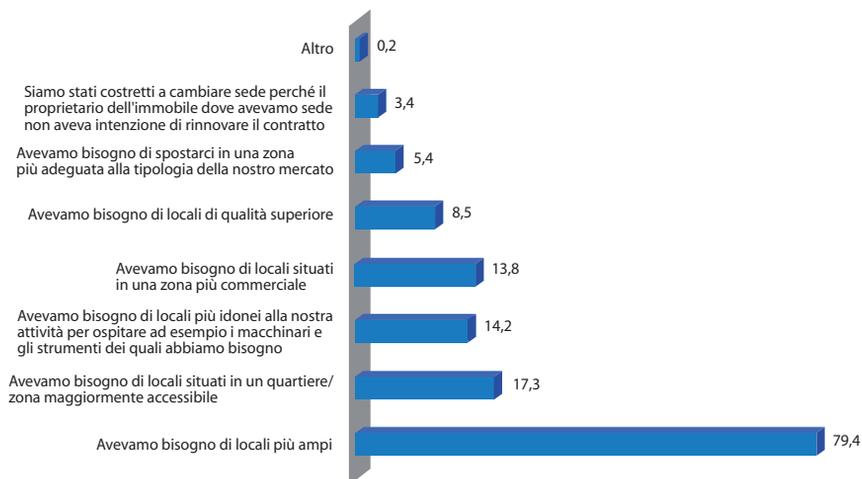
Fonte: **Tecnoborsa**

che lo hanno fatto per trasferirsi in sedi situate in zone più accessibili (17,3%), in locali più idonei a ospitare macchinari o strumenti necessari a svolgere l'attività dell'esercizio (14,2%), in zone più commerciali, ampiamente frequentate dai consumatori e ben servite dai trasporti pubblici (13,8%) o in locali di qualità superiore (8,5%); infine, solo il 3,4% ha affermato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (graf.30).

A coloro che non hanno mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: il 5,6% ha risposto di sì ma

La quasi totalità di coloro che non hanno mai pensato di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze

GRAFICO 30
MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE
(val. %)



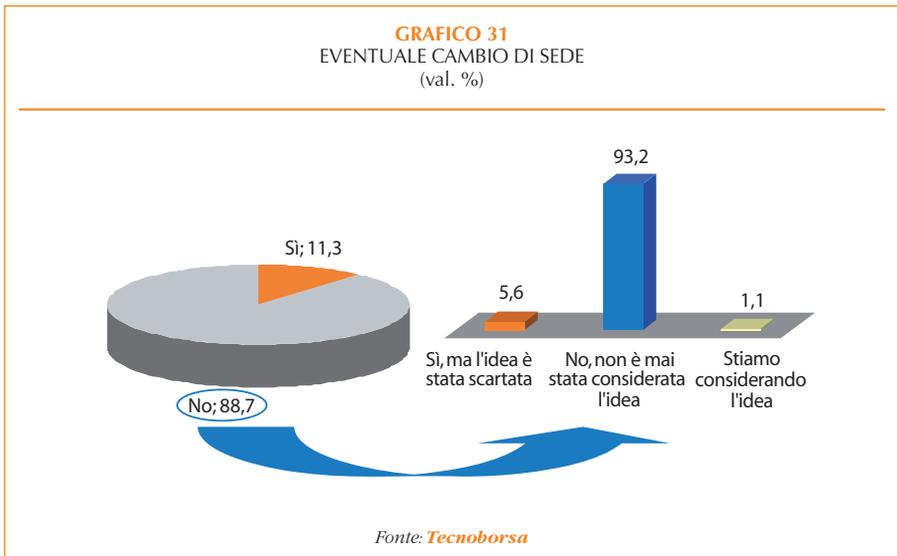
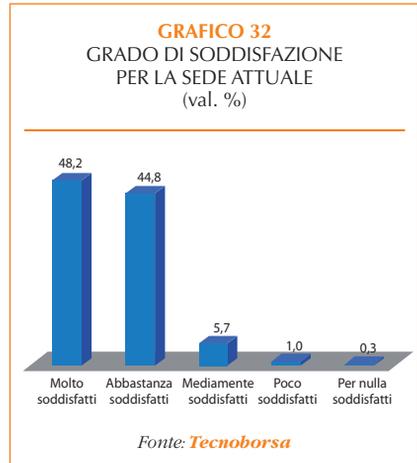
Fonte: **Tecnoborsa**

di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 93,2% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; solo l'1,1% ha preso in considerazione tale eventualità (graf. 31).

La quasi totalità di coloro che non hanno mai pensato di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze (95,3%), mentre, il 3% ha affermato che sta valutando l'idea di cessare l'attività e il restante 1,6% ha affermato che per l'azienda non è possibile sostenere i costi di un cambiamento di sede. Tra coloro che stanno considerando di spostarsi, solo il 10,5% pensa di farlo nei 12 mesi successivi alla rilevazione.

Infine, agli intervistati è stato chiesto quanto sono soddisfatti delle sede che occupano attualmente ed è emerso che

il 93% ha affermato di essere molto o abbastanza soddisfatto (graf.32), tale percentuale raggiunge il 98,3% tra le gran-



di imprese (oltre 250 addetti) e arriva al 100% tra coloro che hanno cambiato dimora nell'ultimo decennio.

4.2. Il settore del turismo

4.2.1. Situazione immobiliare attuale

Le funzioni d'uso alle quali sono destinati i locali delle sedi delle aziende che operano nel settore del turismo, rilevate presso i Comuni punti di campionamento, sono al 59,4% per la vendita al pubblico, al 55,7% per ufficio e solo al 15,9% per la produzione (graf. 33).

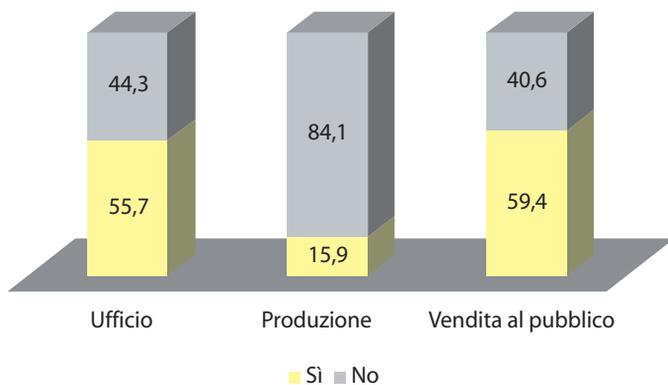
A questo proposito va sottolineato che per molte delle tipologie di impresa che ricadono in questo settore la vendita al pubblico di prodotti e servizi e/o la produzio-

ne e/o l'ufficio sostanzialmente possono coincidere, infatti, di queste sedi il 13,4% sono adibite a ufficio e vendita al pubblico; un ulteriore 6,8% a vendita al pubblico e produzione; il 2,9% sia a ufficio che a produzione; mentre il 3,9% utilizza le sedi per tutte e tre le funzioni considerate.

L'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende piccole (10-49 addetti) e grandi dimensioni (oltre 249 addetti). La vendita al pubblico prevale presso le medie e grandi aziende (oltre 49 addetti), mentre l'utilizzo per la produzione è abbastanza trasversale.

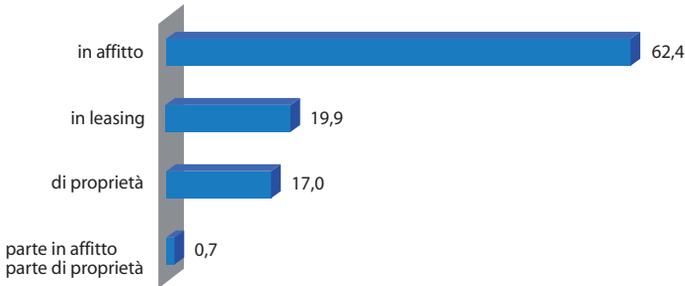
Nell'ambito dell'aggregato delle aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, il 58,5% delle nuove sedi sono state adibite a uso ufficio, il 60,9% alla vendita

GRAFICO 33
FUNZIONE D'USO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 34
TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*



*Scuola di Matematica,
Gino Ponti,
Roma, 1934*

al pubblico e il 14% alla produzione. Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali si è riscontrato che ben il 62,4% delle aziende opera in sedi prese in locazione e nell'ambito di tali aziende prevalgono le microaziende (1-9 addetti). Il 19,9% delle aziende utilizzano in *leasing* finanziario (formula molto diffusa per gli alberghi), tra queste, fanno registrare dei valori superiori a quello medio delle imprese con oltre nove addetti. Il 17% delle aziende utilizza una sede di proprietà e tra queste prevalgono le piccole aziende (10-49 addetti) e le grandi (oltre 249 addetti). Solo lo 0,7% opera in locali in parte di proprietà e in parte in locazione (*graf. 34*). Da un *focus* sulle imprese che hanno cambiato sede almeno una volta negli ultimi dieci anni, è emerso che il 64,2% operano in locali in affitto, il 31,3% in immobili in *leasing* e il restante 4,4% in beni di proprietà.

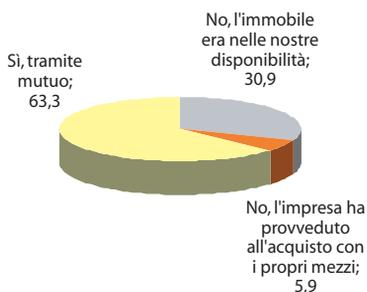
Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nel-

la quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che, tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in affitto, prevale come utilizzo l'ufficio, mentre tra quelle in *leasing* è decisamente sopra la media la quota di aziende che usano i locali per la vendita al pubblico e la produzione, mentre tra chi opera in locali di proprietà è significativa la quota di chi li destina alla produzione (*graf.35*).

Presso le aziende che operano in un immobile di proprietà è stato analizzato il ricorso o meno ad un finanziamento per l'acquisto di detto immobile ed è emerso che ben il 63,3% delle aziende ha acceso un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale, mentre il 5,9% ha comprato la struttura in cui opera utilizzando mezzi finanziari propri e il 30,9% svolge

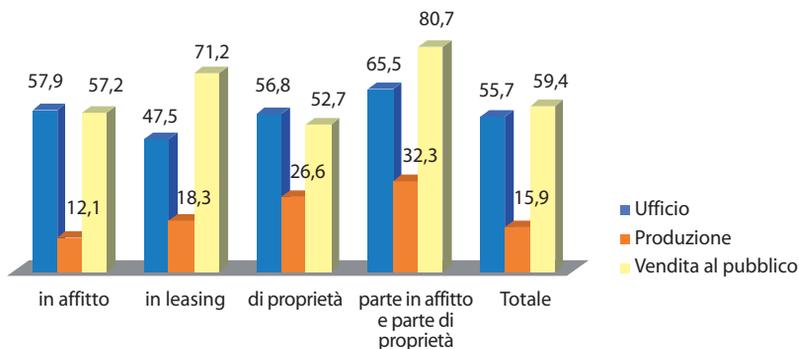
la propria attività in immobili che già in precedenza erano nelle loro disponibilità (*graf. 36*).

GRAFICO 36
RICORSO A UN FINANZIAMENTO
PER ACQUISTARE L'IMMOBILE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 35
TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Sono ricorse a un finanziamento/mutuo le microaziende e le piccole (fino a 49 addetti)

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità, prevalgono quelle di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti), mentre sono ricorse a un finanziamento/mutuo le microaziende e le piccole (fino a 49 addetti).

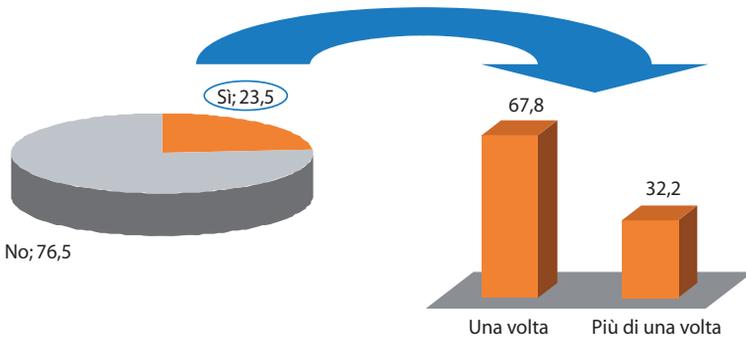
4.2.2. Trasferimenti di sede

Ben il 23,5% delle imprese che operano nel settore del turismo ha dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi dieci anni: tra queste, il 67,8% lo ha fatto una sola volta e il 32,2% almeno due volte (*graf.37*). Nelle aziende che operano nel settore del turismo sono stati analizzati bar, ristoranti e alberghi; tuttavia la mobilità logistica è molto diversa fra le tre tipologie.

Infine, il cambio di sede è avvenuto prevalentemente tra le microaziende (da 1 a 9 addetti).

Tra le motivazioni predominanti che hanno indotto un'azienda turistica a cambiare si rileva la necessità di operare in locali più grandi (35,2%), l'opportunità di posizionarsi in zone più accessibili (25,1%), l'esigenza di locali di qualità superiore (19,6%) e il bisogno di

GRAFICO 37
CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



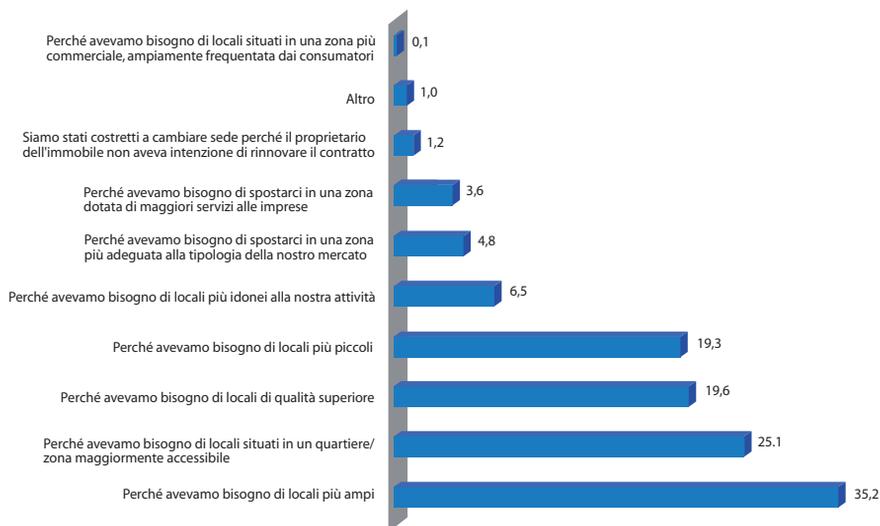
Fonte: *Tecnoborsa*

Per quanto riguarda il grado di soddisfazione nei confronti della sede che l'azienda occupa attualmente, circa il 90% afferma di essere molto o abbastanza soddisfatto

locali più piccoli (19,3%). Con un notevole divario seguono le altre motivazioni, quali l'esigenza di operare in locali più idonei all'attività (6,5%), in locali e/o zone più adeguate alla tipologia del mercato (4,8%), in zone dotate di maggiori servizi alle imprese (3,6%), mentre solo l'1,2% ha dichiarato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (graf.38).

Al 76,5% di coloro che hanno dichiarato di non aver mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se

GRAFICO 38
MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

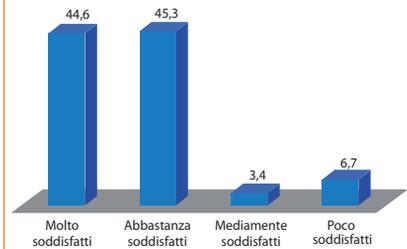
avessero mai preso in considerazione l'idea: il 3,8% ha risposto di sì ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 95,3% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; solo lo 0,9% ha preso in considerazione tale eventualità (graf.39).

La quasi totalità di coloro che non hanno mai pensato di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze (94,1%), mentre, il 4,1% ha affermato che per l'azienda non sarebbe possibile sostenere i costi dipendenti e conseguenti a un cambiamento di sede, quasi nessuno (0,1%) ha affermato che pensa di chiudere la sede oggetto dell'analisi e, infine, l'1,6% sta valutando l'idea di cessare l'attività

Per quanto riguarda il grado di soddisfazione nei confronti delle sedi che l'azienda occupa attualmente, è emerso

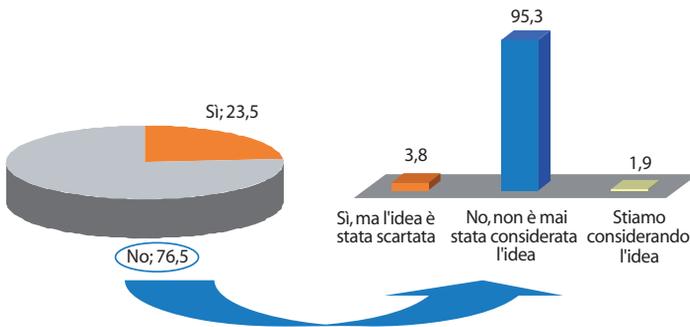
che circa il 90% afferma di essere molto o abbastanza soddisfatto (graf.40), e tale percentuale raggiunge il 100% tra le medie imprese (tra i 50 e i 249 addetti).

GRAFICO 40
GRADO DI SODDISFAZIONE
PER LA SEDE ATTUALE
(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

GRAFICO 39
EVENTUALE CAMBIO DI SEDE
(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

4.3. Il settore dei servizi

4.3.1. Situazione immobiliare attuale

Dall'analisi delle aziende operanti nel settore dei servizi, nei dodici Comuni campione presi in esame dall'Indagine **Tecnoborsa**, è emerso che, come nelle attese, ben il 76,4% di esse utilizza la sede rilevata come ufficio, il 21,7% per la vendita al pubblico e solo il 15,2% per la produzione (*graf. 41*).

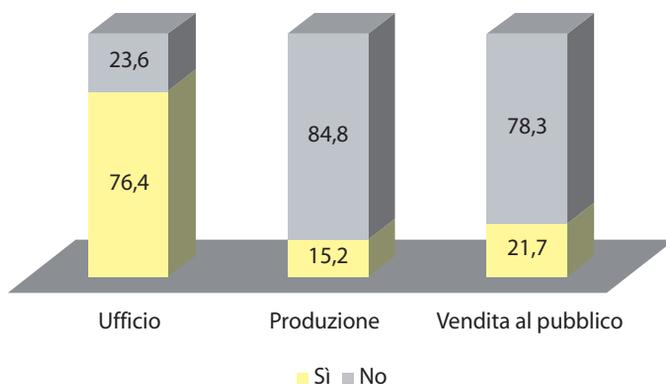
Di queste sedi, il 3,4% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 3,6% a ufficio e vendita al pubblico; l'1,6% a vendita al pubblico e produzione, mentre per il 2,4% sono utilizzate per tutte e tre le funzioni considerate.

Rispetto al numero di addetti impiegati dall'impresa, emerge che l'uso ufficio prevale significativamente tra le aziende di medie e grandi dimensioni (oltre i 50 addetti), mentre l'utilizzo dei locali per le altre due funzioni d'uso prevale presso le microaziende (1-9 addetti).

Da un'analisi circoscritta alle sole aziende che hanno cambiato sede negli ultimi dieci anni, la quota di quelle che hanno destinato le nuove sedi a uso ufficio sale all'82,8%, mentre quelle che le utilizzano per la produzione scende al 3,1%.

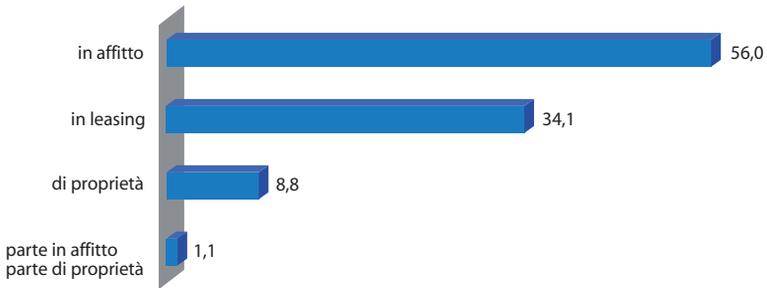
Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali, si è riscontrato che ben il 56% delle aziende opera in sedi prese in locazione, il 34,1% utilizza sedi in *leasing* finanziario, l'8,8% opera in strutture di

GRAFICO 41
FUNZIONE D'USO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 42
TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI
 (val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

proprietà e solo l'1,1% usa locali in parte di proprietà e in parte in affitto (graf. 42).

Nell'ambito delle aziende che sono in affitto, i dati evidenziano che prevalgono quelle di grandi dimensioni (oltre 250 addetti); tra quelle che operano in locali di proprietà predominano le piccole e le medie aziende (10-249 addetti); mentre tra quelle parte in affitto e parte in proprietà prevalgono le medie imprese (10-249 addetti); infine, tra quelle che utilizzano il *leasing* finanziario, il fenomeno è trasversale.

Da un *focus* sulle sole aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, la quota di chi è in affitto scende al 28,6%, mentre la percentuale di chi ha optato per il *leasing* sale addirittura al 68,2%, in quanto questa formula viene vista come una buona opportunità per ripartire i costi e nel frattempo - in conseguenza del riscatto finale del bene - patrimonializzare. Solo il 2,2%

opera in uffici di proprietà, molto probabilmente perché le aziende che operano nel settore dei servizi da un lato sono maggiormente flessibili e in grado di assecondare le dinamiche di mercato senza dover disporre di spazi produttivi o locali espositivi e, dall'altro, meno di altre hanno necessità di patrimonializzarsi in modo significativo al fine di offrire garanzie finanziarie aggiuntive; peraltro l'acquisto di un immobile rappresenta in genere un'immobilizzazione di valore rilevante, e, quindi, le imprese investono prevalentemente nel caso di attività consolidate ovvero nei casi in cui si determinano opportunità particolarmente importanti.

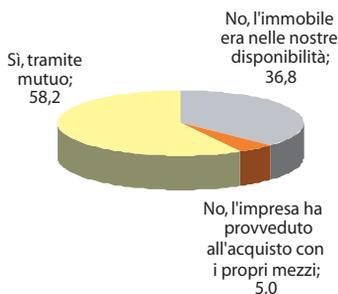
Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nella quale svolgono l'attività e il titolo di utilizzo di questa è emerso che, tra quelle che operano in locali presi in affitto, è sopra la media la quota di chi li utilizza per ufficio e per la produzione, men-

tre, tra quelle in *leasing* e/o che svolgono la loro attività in locali di proprietà, è sopra la media la percentuale di aziende che li usano per la vendita al pubblico (graf. 43).

Andando ad analizzare la situazione immobiliare delle sole imprese che sono localizzate in una sede di proprietà o parte in affitto e parte in proprietà, è emerso che il 36,8% ha affermato che l'immobile era nelle loro disponibilità; rientrano nell'ambito di tale risposta anche le situazioni in cui l'immobile è di proprietà del titolare dell'impresa o di uno dei soci, ma non propriamente dell'impresa stessa; solo il 5% degli intervistati ha affermato che l'impresa ha provveduto all'acquisto con i propri mezzi o, ad esempio, con i mezzi di una capogruppo, di un consorzio del quale fa parte, ecc.; ben il 58,2% delle aziende, invece,

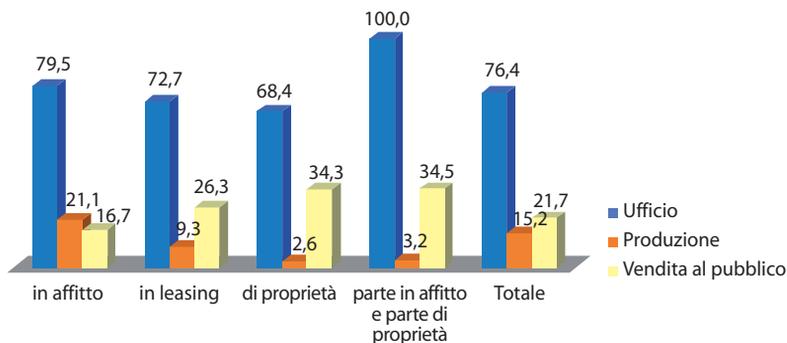
ha fatto ricorso a un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale (graf. 44).

GRAFICO 44
RICORSO A UN FINANZIAMENTO PER ACQUISTARE L'IMMOBILE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 43
TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE (val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Tra le imprese che hanno dichiarato che la sede in questione era nelle proprie disponibilità, prevalgono quelle di medie e grandi dimensioni (oltre 50 addetti); tra quelle che hanno provveduto con mezzi propri emergono le piccole, le medie e le grandi imprese (oltre 10 addetti), mentre è alto il ricorso a un finanziamento tra le piccole aziende (10-49 addetti).

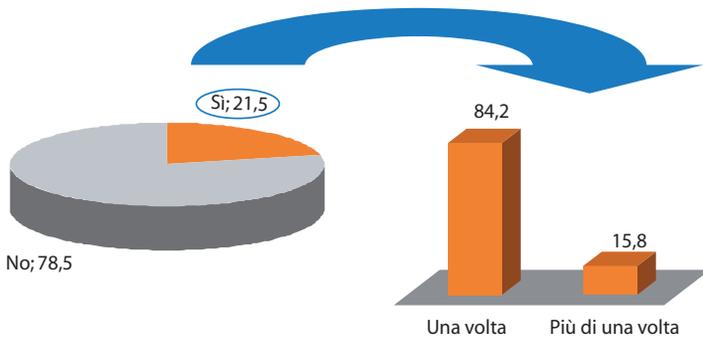
4.3.2. Trasferimenti di sede

Ben il 21,5% delle imprese hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi 10 anni; tra queste, l'84,2% lo ha fatto una sola volta e il 15,8% almeno due volte (graf. 45). Per le aziende che operano nel settore dei servizi mobilità e flessibilità sono, dunque, maggiori rispetto alle aziende che operano in altri settori, perché gli oneri complessivi di spostamento sono generalmente in-

feriori e, in particolare, il rischio di perdere la clientela è quasi nullo. Inoltre, dall'analisi dei dati rilevati è emerso che il cambiamento di sede è trasversale rispetto alla dimensione d'impresa.

Tra le ragioni che hanno spinto un'azienda a spostarsi in locali e/o zone più adatte alle proprie esigenze, al primo posto vengono indicate le due motivazioni legate alle dimensioni dei locali: il 37,7% lo ha fatto per operare in spazi più grandi e il 35,7%, viceversa, per spostarsi in locali più piccoli. A seguire, c'è chi ha affermato di aver spostato l'azienda per andare in immobili più idonei al tipo di attività svolta; invece, l'11,4% ha affermato di avere cambiato sede perché costretto, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto; l'8,3% lo ha fatto perché ha sentito l'esigenza di andare in locali di quali-

GRAFICO 45
CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



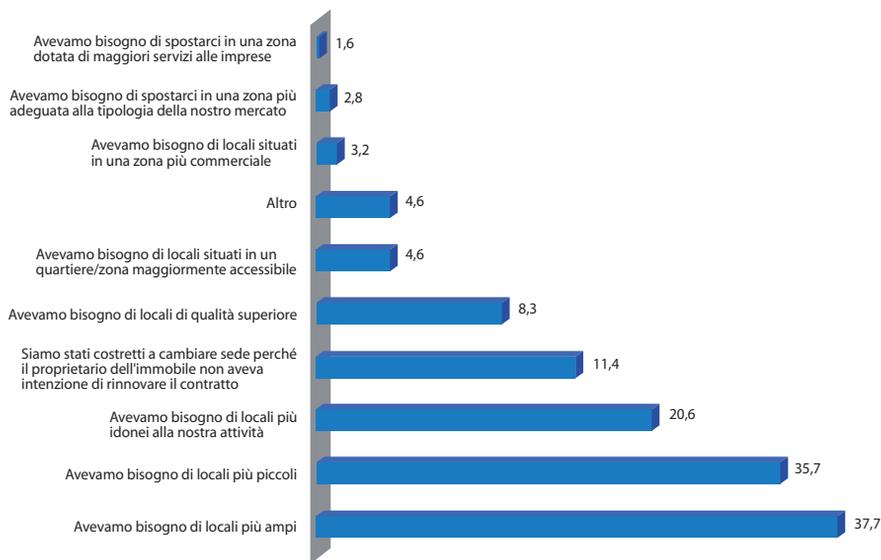
Fonte: *Tecnoborsa*

tà superiore; il 4,6% si è trasferito in sedi situate in zone più accessibili; il 3,2% ha ritenuto necessario spostarsi in zone più commerciali; il 2,8% ha sentito il bisogno di andare in zone più adeguate alla tipologia del mercato in cui operano; infine, solo l'1,6% si è spostato per andare in zone dotate di maggiori servizi alle imprese. Da un'analisi delle motivazioni che hanno spinto le aziende che operano nel settore dei servizi, emerge chiaramente che chi si sposta lo fa spinto dall'inadeguatezza dei locali; sono pochi quelli che si trasferiscono perché

non si trovavano bene nelle zone in cui era localizzata la loro sede (graf. 46). A coloro che non hanno mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: solo il 2,3% ha risposto di sì, ma di aver scartato l'idea in un secondo momento; ben il 93,3% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; infine, il 4,5% ha preso in con-

Chi si sposta lo fa spinto dall'inadeguatezza dei locali

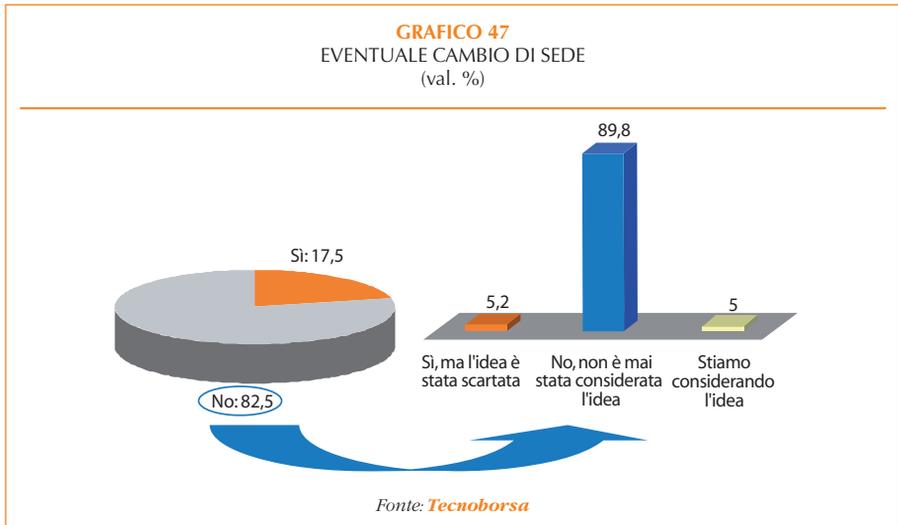
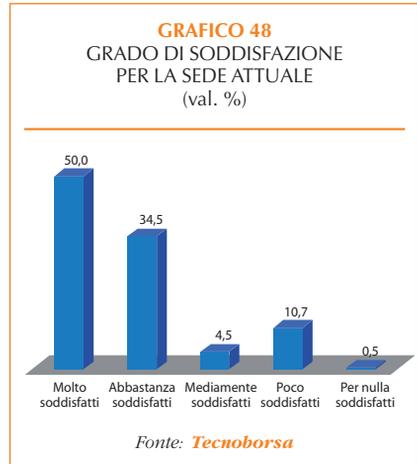
GRAFICO 46
MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE
(val. %)



Fonte: Tecnoborsa

siderazione tale eventualità (graf.47). La quasi totalità di coloro che non hanno mai considerato l'idea di cambiare sede ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale postazione è adatta alle proprie esigenze (97,2%), mentre l'1,6% ha affermato di non aver preso in esame la questione perché per l'azienda non è possibile sostenere i costi di un trasferimento; tra coloro che stanno considerando di spostarsi, solo il 2,6% pensa di farlo nei dodici mesi successivi alla rilevazione. Infine, agli intervistati è stato chiesto quanto sono soddisfatti delle sede che occupano attualmente ed è emerso che l'84,5% ha affermato di essere molto o abbastanza soddisfatto (graf.48), tale percentuale supera il 95% tra le piccole e medie imprese (tra i 10 e i 249 addetti). Confrontando il grado di soddisfazione di chi ha cambiato sede nell'ultimo

decennio con coloro che non l'hanno fatto, è emerso che la quota di chi è molto o abbastanza soddisfatto è quasi la stessa (l'85,6% contro l'84,1%).



4.4. Il settore dell'artigianato: le aziende artigiane³ nei settori dell'agricoltura, della manifattura e delle costruzioni

4.4.1. Situazione immobiliare attuale

Le destinazioni d'uso alle quali sono adibiti i locali ove svolgono l'attività principale le aziende artigiane che operano nel settore dell'agricoltura, della manifattura e delle costruzioni, rilevate presso i Comuni campionati, sono al 66% per ufficio, al 51,7% per la produzione e al 30,7% per la vendita al pubblico (graf. 49).

Di queste sedi, il 20,9% sono adibite sia a ufficio che a produzione; un ulteriore 1,8% a ufficio e vendita al pubblico; il 12,4% a vendita al pubblico e produzione, mentre il 6,7% utilizza le sedi per tutte e tre le funzioni considerate.

L'uso ufficio e produzione prevale significativamente tra le aziende che hanno più di nove addetti, mentre l'utilizzo per la vendita al pubblico è trasversale. Da un *focus* sulle sole aziende che negli ultimi dieci anni hanno cambiato almeno una volta la propria sede, risulta che ben l'80% delle nuove sedi sono state adibite a uso ufficio, il 70,5% alla produzione e solo il 35,3% alla vendita al pubblico.

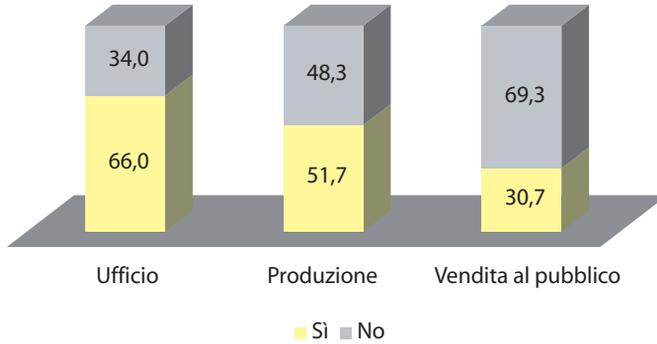
Per quanto concerne il titolo di utilizzo dei locali, si è riscontrato che ben il 49,1% delle aziende opera in sedi prese in locazione; il 29,5% delle aziende le utilizza in *leasing* e, tra queste, fanno registrare valori superiori a quello medio le imprese che hanno più di nove addetti; il 18% delle aziende utilizzano una sede di proprietà; infine, solo il 3,4% opera in locali in parte di proprietà e in parte in affitto (graf. 50).

³ In base alla Legge Quadro sull'artigianato 8 Agosto 1985, n. 443, è definita impresa artigiana l'impresa che, esercitata dall'imprenditore artigiano (colui che la conduce personalmente e professionalmente in qualità di titolare), ha per scopo prevalente lo svolgimento di un'attività di produzione di beni, anche semilavorati, o prestazioni di servizi (sono escluse le attività agricole, commerciali, di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande), ed entro i seguenti limiti dimensionali:

- a. per l'impresa che non lavora in serie: un massimo di 18 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 9; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 22 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- b. per l'impresa che lavora in serie, purché con lavorazione non del tutto automatizzata: un massimo di 9 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a

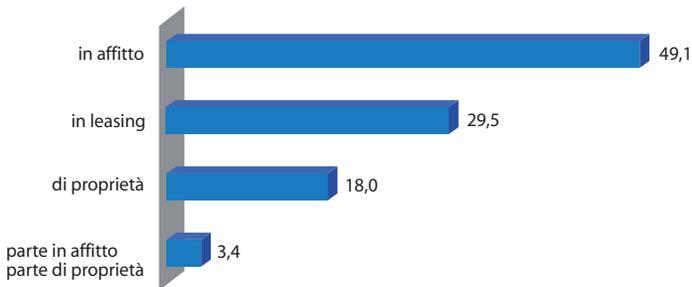
- 5; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 12 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti;
- c. per l'impresa che svolge la propria attività nei settori delle lavorazioni artistiche, tradizionali e dell'abbigliamento su misura: un massimo di 32 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 16; il numero massimo dei dipendenti può essere elevato fino a 40 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti (i settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali sono stati individuati con decreto del Presidente della Repubblica);
- d. per l'impresa di trasporto: un massimo di 8 dipendenti;
- e. per le imprese di costruzione edili: un massimo di 10 dipendenti, compresi gli apprendisti in numero non superiore a 5; il numero massimo di dipendenti può essere elevato fino a 14 a condizione che le unità aggiuntive siano apprendisti.

GRAFICO 49
FUNZIONE D'USO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

GRAFICO 50
TITOLO DI UTILIZZO DEI LOCALI
(val. %)



Fonte: *Tecnoborsa*

Da un'analisi effettuata esclusivamente sulle imprese che hanno cambiato sede almeno una volta negli ultimi dieci anni, il 51,7% opera in locali presi in affitto, il 36,7% in immobili in *leasing* fi-

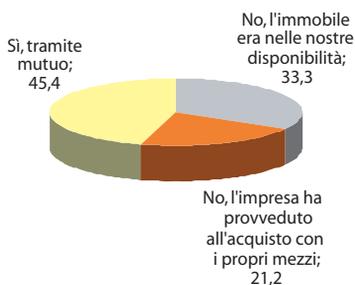
nanziario, l'11,2% in beni di proprietà e solo lo 0,3% in locali parte di proprietà e parte in locazione da terzi.

Da un'analisi delle aziende in funzione della tipologia di utilizzo della sede nel-

la quale svolgono l'attività economica e il titolo di utilizzo della sede, è emerso che, tra quelle che svolgono la loro attività in locali presi in locazione, è sopra la media la quota di coloro che li utilizzano per la produzione, mentre tra quelle in *leasing* prevale la quota di aziende che usano i locali per la vendita al pubblico e la produzione; infine, tra chi opera in beni di proprietà è decisamente elevata la quota di chi li utilizza a uso ufficio (*graf.51*). Anche in questo ambito, per le sole aziende che operano in un immobile di proprietà è stato analizzato il ricorso o meno ad un finanziamento per l'acquisto di detto immobile ed è emerso che ben il 45,4% delle aziende ha acceso un mutuo per acquistare l'immobile nel quale trova posto la propria sede attuale, mentre il 33,3% svolge la propria attività in immobili che erano nelle loro di-

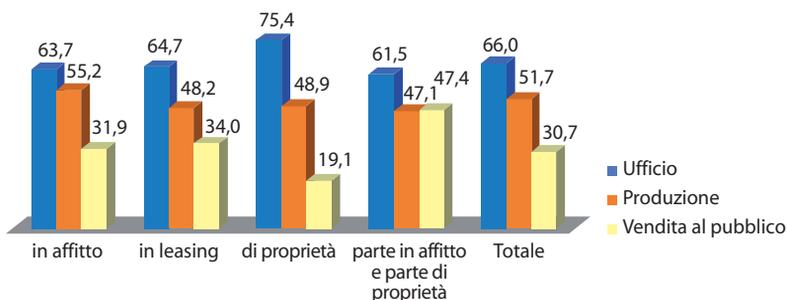
sponibilità e il restante 21,2% ha comprato la struttura in cui opera utilizzando mezzi propri (*graf.52*).

GRAFICO 52
RICORSO A UN FINANZIAMENTO
PER ACQUISTARE L'IMMOBILE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

GRAFICO 51
TITOLO DI UTILIZZO E FUNZIONE D'USO DELLA SEDE
(val. %)



Fonte: **Tecnoborsa**

Non sono emerse differenze di rilievo esaminando il ricorso al mutuo rispetto alla dimensione dell'impresa.

4.4.2. Trasferimenti di sede

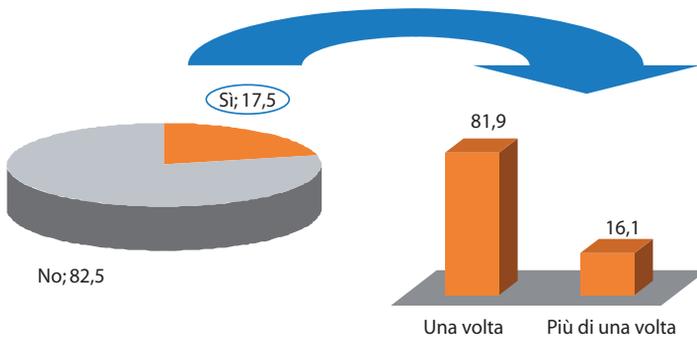
Il 17,5% delle imprese non artigiane hanno dichiarato di aver cambiato la propria sede negli ultimi dieci anni; tra queste, l'81,9% lo ha fatto una sola volta e il restante 16,1% almeno due volte (graf.53); il cambio di sede è avvenuto prevalentemente tra le microaziende (da 1 a 9 addetti).

La motivazione nettamente predominante che ha indotto un'azienda a spostarsi è stata la necessità di operare in locali più grandi (59,7%); a seguire, con un notevole divario, viene indicato il bisogno di operare in immobili più piccoli (24,4%); quindi, chi ha cambiato lo ha fatto per andare in locali

**Ben il 45,4%
delle aziende
ha acceso un mutuo
per acquistare
l'immobile nel quale
trova posto la propria
sede attuale**

più adatti alle esigenze dell'attività, mentre ci si sposta di meno se i locali risultano troppo grandi. Molto meno indicate le altre motivazioni previste, quali l'esigenza di locali di qualità superiore (8,9%); situati in zone più accessibili (8%); in aree più adeguate alla tipologia del loro mercato (7,3%); in zone più commerciali, maggiormente frequentate dai consumatori e ben servite dai

GRAFICO 53
CAMBIAMENTO DI SEDE
(val. %)



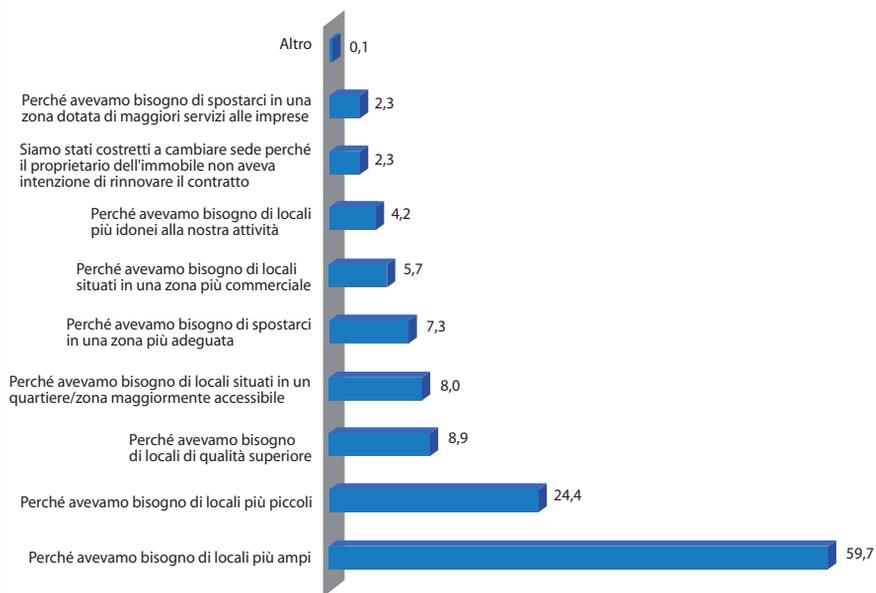
Fonte: *Tecnoborsa*

trasporti pubblici (5,7%); in zone dotate di maggiori servizi alle imprese (2,3%); inoltre, pochi hanno affermato di avere cambiato sede perché costretti, in quanto il proprietario dell'immobile non ha voluto rinnovare il contratto (2,3%) (graf.54).

All'82,5% di coloro che hanno dichiarato di non aver mai cambiato sede negli ultimi dieci anni è stato chiesto se avessero mai preso in considerazione l'idea: il 5,2% ha risposto di sì, ma di aver scartato l'idea in un secondo mo-

Una prima considerazione che emerge nel confronto tra domanda e offerta dei servizi immobiliari è l'asimmetria in riferimento al territorio nazionale

GRAFICO 54
MOTIVAZIONI PER IL CAMBIO DI SEDE
(val. %)

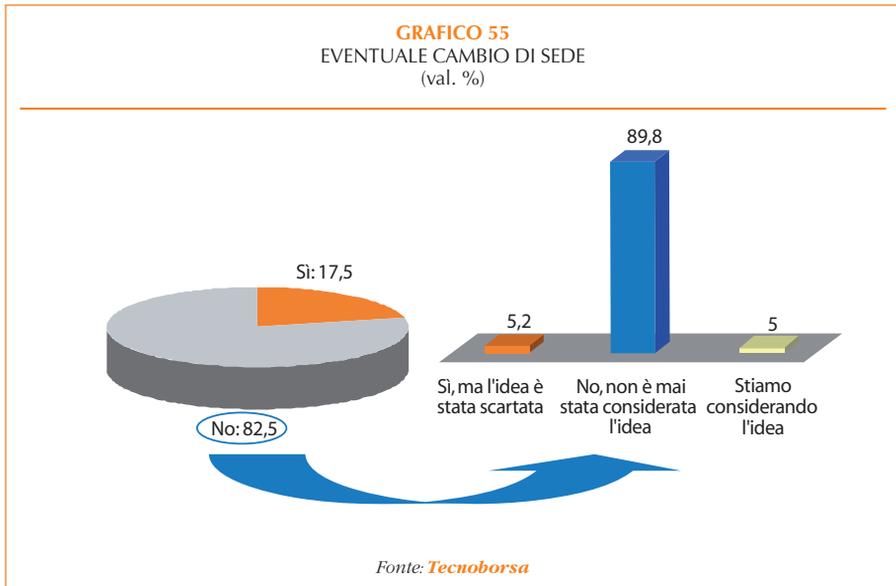
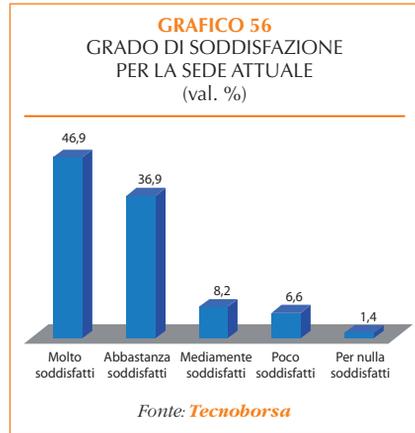


Fonte: Tecnoborsa

mento; ben l'89,8% ha detto di non aver mai considerato questa possibilità; infine, il 5% ha preso in considerazione tale eventualità (graf.55).

La quasi totalità di coloro che non hanno mai sentito l'esigenza di trasferirsi ha dichiarato di non averlo fatto perché l'attuale sede è adatta alle proprie esigenze (96,2%) e nessuno ha affermato che pensa di chiudere la sede oggetto dell'analisi; l'1,3% ha affermato che per l'azienda non sarebbe possibile sostenere i costi di un cambiamento di sede; mentre, il 2,5% sta valutando l'idea di cessare l'attività. Infine, per quanto riguarda il grado di soddisfazione nei confronti della sede che l'azienda occupa attualmente, è emerso che circa 83,8% afferma di essere molto o abbastanza soddisfatto

(graf.56). Tale percentuale sale all'89,2% se si considerano solo coloro che hanno cambiato sede nell'ultimo decennio.



5. Considerazioni conclusive

Il confronto dei due aspetti affrontati dall'indagine non consente una mera sovrapposizione dei dati a supporto di determinate tesi.

Tuttavia, sia le conferme che i *mismatching* rilevati propongono elementi di riflessione e chiavi interpretative sui mutamenti in atto per quanto riguarda l'immobile per l'impresa.

5.1. Le asimmetrie sul territorio

Una prima considerazione che emerge nel confronto tra domanda e offerta dei servizi immobiliari è l'asimmetria in riferimento al territorio nazionale.

Se sul fronte delle aziende non si è osservato un particolare *pattern* geografico, il parere raccolto presso i gestori è chiaro, si attendono: uno spostamento della loro operatività verso il Centro e, soprattutto, il Nord; un maggior ruolo delle grandi città, seppure moderatamente; infine, privilegeranno il centro città.

Lo scenario futuro sarà determinato, quindi, dalla risultante delle forze contrapposte: il fronte della competizione tra gli investitori porterà all'incremento del divario dello *yield* tra Nord e Sud, tra centro e periferia, tra grandi città e piccoli centri. Dalla ricerca, infatti, emerge che gli investitori avranno strategie di sviluppo simili e cercheranno prodotti analoghi a fronte di aziende che non hanno mostrato *pattern* di comportamento così omogenei. Sul fronte degli *economics* del *business*, però, la ridotta redditività degli investimenti immobiliari che ne

conseguirebbe nelle zone elette potrebbe portare gli operatori immobiliari a rivedere le strategie di sviluppo, contrastando il processo prima delineato oppure a rivolgersi verso prodotti immobiliari alternativi. È interessante notare, a esempio, che il campione dei gestori ha allocato una massa non irrilevante di patrimonio in prodotti non strettamente riconducibili al *retail*, *office* o *industrial*. Sebbene esuli dal campo di ricerca, va notata, ad esempio, la crescente attenzione verso l'edilizia.

5.2. Il *driver* del cambiamento e il ruolo della dimensione ottimale della sede

Una seconda area di divergenza che emerge riguarda il *driver* del cambiamento della sede aziendale. Da parte delle aziende sembra essere la dimensione dell'immobile lo stimolo al cambiamento. Sul fronte della percezione dell'immobiliarista, invece, il cambiamento entra in gioco, quasi sempre, insieme ad altri fattori.

A conferma di tale *mismatching* osserviamo che tra i *driver* del *business* in futuro, nella percezione dei gestori, la flessibilità architettonica - che sarebbe la migliore risposta alla richiesta delle imprese di un cambiamento dettato dalla variazione della superficie dell'immobile - non risulta essere prioritaria; ad esempio, il *green factor* sembra essere un requisito più importante.

Una possibile risposta a tale divergenza potrebbe essere la differente tipologia tra l'inquinato dei gestori e il campione delle aziende intervistato; a esempio,

la dimensione dell'impresa. Tanto maggiore è la dimensione del conduttore, tanto maggiore è il suo coinvolgimento nel mercato internazionale e nel mercato organizzato dei capitali e tanto maggiore sarà la sua sensibilità a istanze di rispetto ambientale e sostenibilità. E' quindi ragionevole pensare che la dominanza, nel campione intervistato, di società di gestione del risparmio, che spesso annoverano grandi conduttori, abbia implicitamente allontanato i dati raccolti sul tema del *driver* del cambiamento.

Se però, come risulta dai dati, la modifica delle dimensioni dell'immobile occupato rappresentasse il vero *driver* del cambiamento, perlomeno per una determinata classe di imprese, ciò rappresenterebbe un chiaro requisito progettuale per gli immobili in futuro.

5.3. La relativa stabilità del sistema

Sebbene non sia possibile sostenerlo scientificamente, perché non disponiamo di una ricerca equivalente antecedente alla presente con cui effettuare delle comparazioni, si può dire che il numero di imprese che hanno cambiato sede e' molto basso.

Si potrebbe dire che lo scenario economico da dieci anni a questa parte è certamente cambiato in modo rilevante. Ma, osservando i dati sui cambiamenti, così come emergono dalla ricerca, non si arriverebbe a tale conclusione. Lo scenario rilevato sul fronte delle aziende mostra un mondo molto stabile.

Una possibile interpretazione di tale risultanza statistica probabilmente risiede nella rigidità del mercato immobiliare italiano. Le strutture contrattua-



*Mosaico Fontana della Sfera,
Mario Paniconi e Giulio Pediconi,
Roma, 1933-1935*

li hanno una durata fissata per legge, il cambio di sede spesso comporta la realizzazione di lavori nella nuova *location* perché l'immobile non viene consegnato pronto all'uso. Cambiare significa nuovi arredi e, quindi, nuovi investimenti poiché sono sempre acquistati dal conduttore. Cambiare significa individuare una sede alternativa senza dispendio di energie e avere indicazioni chiare sulle richieste economiche da parte del mercato, per potere agevolmente valutare le ipotesi. In definitiva, un'interpretazione dei dati raccolti potrebbe essere la constatazione che il cambio della sede per le imprese è l'ultima risposta da parte dell'azienda a fronte di un cambiamento dello scenario più generale del *business*.

Ci si domanda, quindi, se tale bassa dinamica non sia in parte spiegabile con un'obsolescenza dei prodotti immobiliari tradizionali. A tale riguardo sarà interessante vedere se il settore metterà a punto in futuro prodotti immobiliari innovativi più flessibili, come ad esempio l'*office sharing* e i *temporary office*, soprattutto nelle aree metropolitane, così come avviene nei mercati nord europei.

5.4. Gli immobili *retail*: verso quale direzione?

L'attenzione nei confronti degli immobili ad uso *retail* è in forte crescita. Va osservato che spesso il comparto degli immobili commerciali è anticiclico: quando il ciclo economico è in fase negativa il comparto industriale e gli uffici ne risentono maggiormente del com-

parto *retail* e viceversa. Non ci sono indicazioni dirette se la maggiore importanza relativa degli immobili commerciali si tramuti in investimenti in negozi su strada o grandi strutture organizzate. Si può notare, però, che sebbene i negozi *high street* rappresentino il 40% del patrimonio *retail*, la valutazione qualitativa sia inferiore a 5, su una scala che va da 1 a 10.

La conclusione potrebbe essere che i grandi fondi immobiliari non siano la formula più competitiva o perlomeno non svolga un ruolo da protagonista nelle *prime location* commerciali. Sembrerebbe, quindi, ragionevole immaginare il loro sviluppo primariamente verso le grandi strutture organizzate. •

Nota metodologica

1. Indagine quantitativa su un campione rappresentativo di imprese italiane

Il mondo delle imprese è stato indagato sottoponendo, telefonicamente, ad un campione nazionale rappresentativo di 2.450 imprese, un questionario strutturato finalizzato alla raccolta di dati quantitativi. L'indagine è stata condotta da Format S.r.l. con il metodo CATI.

L'universo oggetto dell'indagine è costituito dalle imprese operanti nel settore del commercio, turismo, servizi, agricoltura (solo le imprese artigiane), manifattura (solo le imprese artigiane), costruzioni (solo le imprese artigiane); i punti di campionamento scelti sono 12 grandi città metropolitane italiane (Ancona, Ascoli Piceno, Bari, Brescia, Cagliari, Milano, Napoli, Parma, Perugia,

Pisa, Roma e Vicenza). Il campione delle imprese è stato costruito al fine di essere rappresentativo dell'universo in termini di distribuzione geografica sul territorio nazionale, settore di appartenenza (sei classi), dimensione dell'impresa, valutata in termini di numero di addetti (quattro classi).

I questionari completi e considerati idonei al fine della elaborazione sono stati 2.219; le interviste sono state condotte nel periodo compreso tra l'8 ed il 26 luglio 2011.

2. Indagine qualitativa sui gestori dei patrimoni immobiliari

Il mondo dei proprietari immobiliari è stato raggiunto indirettamente: si è ricorso infatti prevalentemente alle società di gestione di risparmio. In altre parole piuttosto che ricorrere ad un'indagine puntuale rivolta un alto numero di intervistati, si è ricorso ad un *panel* di gestori indipendenti, relativamente ridotto di numero, ma rilevante in termini di risorse amministrate, in quanto testimoni privilegiati dell'andamento del mercato.

I motivi alla base di tale scelta sono i seguenti:

- sono gestori che sebbene operino su incarico degli investitori immobiliari, sono indipendenti dai patrimoni che amministrano. Tale posizione consente di sviluppare una visione del mercato più obiettiva e autonoma;
- il loro operato è sottoposto alla vigilanza della Banca d'Italia, è rispettoso di un codice di comportamento comune tra gli intervistati, è ispirato alla

trasparenza e quindi coerente con gli obiettivi di una ricerca scientifica quale la nostra.

- un ristretto numero di operatori amministra una massa immobiliare rilevante, ampliando la rilevanza del sondaggio in riferimento alle dimensioni del mercato da indagare.

Il cambio della sede per le imprese è l'ultima risposta da parte dell'azienda a fronte di un cambiamento dello scenario più generale del business

L'anagrafica dei nominativi è stata reperita presso la Banca d'Italia e la lista è stata completata inserendo le più rilevanti *property companies* che gestiscono immobili di proprietà.

Sono stati contattati 19 operatori di cui 16 hanno partecipato alle interviste. La massa amministrata dagli intervistati totalizza 30,8 miliardi di euro, considerando in tale aggregato i soli portafogli immobiliari composti da immobili a supporto dell'attività di impresa.

La raccolta dei dati è avvenuta tramite interviste guidate da un questionario semi strutturato. Il questionario è stato sempre compilato dal ricercatore

Le persone intervistate hanno tutte incarichi di gestione all'interno della propria organizzazione e sono state intervistate nel periodo 15 - 31 gennaio 2012.

II - L'INDAGINE

TECNOBORSA 2011:

LE FAMIGLIE ITALIANE

E IL MERCATO IMMOBILIARE

NELLE SEI GRANDI CITTÀ

INTERMEDIAZIONE

E VALUTAZIONE

a cura di Alice Ciani

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

**In uno scenario profondamente mutato,
come si collocano attualmente i professionisti
del settore immobiliare cui si chiede di offrire
servizi non solo di intermediazione
ma anche di consulenza immobiliare globale**



*Fontana della Sfera,
Mario Paniconi
e Giulio Pediconi,
Roma, 1933-1935*

1. Introduzione

Il Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** analizza per la prima volta le scelte, le motivazioni e gli atteggiamenti delle famiglie residenti nei sei grandi comuni italiani con oltre 500.000 abitanti (Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo).

In un periodo di crisi come quello attuale, l'analisi economica e finanziaria di un investimento immobiliare, che coinvolge per molti i risparmi di una vita, rappresenta il momento più importante per comprendere la validità e la correttezza delle scelte che stanno per essere intraprese o che sono già state assunte. Per questo motivo il mercato richiede professionisti del settore sempre più seri e capaci di offrire servizi non solo di intermediazione ma anche di consulenza immobiliare globale. L'interdisciplinarietà è la parola chiave nel processo di sviluppo immobiliare e l'operatore deve essere in grado di confrontarsi con professionalità e soggetti differenti, siano essi architetti o ingegneri, banche, pubblica amministrazione, *advisor*. Anche se l'agenzia immobiliare rimane il canale preferito per la ricerca di un immobile, oggi ci sono altri canali come il passaparola, gli annunci, i cartelli e, soprattutto, le banche dati immobiliari online. Infatti, il mercato immobiliare su Internet in Italia nell'ultimo anno è cresciuto del 39% e una buona fetta di persone cerca casa anche sui *social network* come Facebook¹.

⁽¹⁾ Indagine Immobiliare. it

2. L'intermediazione

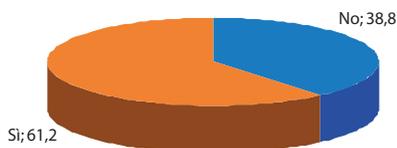
2.1. I canali prescelti nelle transazioni immobiliari effettuate

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate è emerso che, nel biennio 2009-2010, circa il 61,2% delle famiglie che hanno acquistato un immobile hanno fatto ricorso a un canale di intermediazione formale, ovvero un'agenzia immobiliare e/o altri consulenti (*graf. 1*).

Tra coloro che si sono serviti di una qualsiasi forma di intermediazione per acquistare un'abitazione prevalgono i nuclei familiari il cui capofamiglia ha più di 55 anni, con un titolo di studio medio o medio-basso; il maggiore ricorso lo si riscontra, proporzionalmente, nelle città di Torino e Genova.

Andando ad analizzare i canali di vendita prescelti è emerso che il 55,6% di chi ha acquistato un immobile si è rivolto esclusivamente a un'agenzia immobiliare, il 4,7% è ricorso solo ad altri consulenti, lo 0,9% si è rivolto sia ad un'agenzia im-

GRAFICO 1
UTILIZZO DEI CANALI
DI INTERMEDIAZIONE FORMALI
(acquisti effettuati, val.%)



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

mobiliare che ad altri consulenti, mentre il 38,8% ha scelto la formula del fai da te (graf.2).

L'agenzia immobiliare viene scelta prevalentemente da persone più anziane (con più di 65 anni) con una prevalenza spiccata tra i cittadini di Genova e Torino, mentre sono ricorsi all'aiuto di altri consulenti² i nuclei familiari più giovani; invece, rispetto alla professione e al titolo di studio, il fenomeno è abbastanza trasversale.

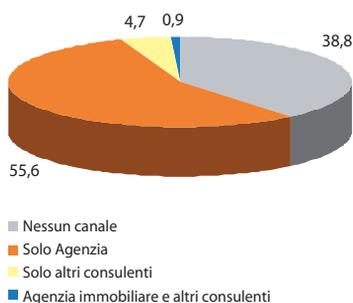
Tra i principali motivi del mancato ricorso all'agenzia da parte di chi ha acquistato un immobile è certamente il fattore prezzo a essere determinante;

⁽²⁾ La figura del consulente è controversa in quanto, sovente, nasconde l'esercizio abusivo di attività di intermediazione riservata agli iscritti nello specifico Registro previsto per legge.

troviamo infatti, in ordine decrescente: il costo troppo elevato (66,7%); una scarsa fiducia verso le agenzie (13,8%); la scarsità di offerte immobiliari (10,3%); infine, la scarsità dei servizi di assistenza/consulenza offerti (9,2%). L'alta percentuale di coloro che hanno indicato nel costo troppo elevato la causa di non ricorso alle agenzie denota che le famiglie in un periodo di crisi come quello attuale rivolgono una particolare attenzione alle spese e preferiscono risparmiare sui costi di agenzia (graf.3).

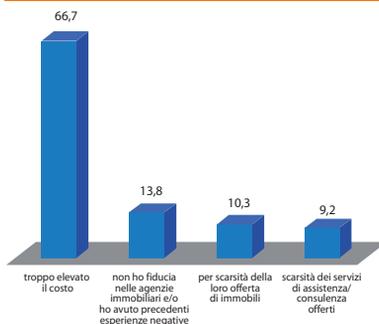
A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2009-2010 è stato chiesto anche tramite quali canali informativi sono venuti a conoscenza dell'immobile ed è risultato che per ben il 34,3% ciò è avvenuto attraverso il passa parola con gli amici e conoscenti o i portieri e i custodi degli immobili, che da sem-

GRAFICO 2
TIPOLOGIA DI CANALE UTILIZZATO
(acquisti effettuati, val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEITecnoborsa

GRAFICO 3
MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO
ALLE AGENZIE IMMOBILIARI
(acquisti effettuati, val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEITecnoborsa

pre rappresentano un punto di riferimento del mercato informale; per il 32,9% tramite un'agenzia immobiliare; per il 12,9% attraverso Internet; per il 12,7% dalla lettura di cartelli vendesi; per il 4,1% tramite la consultazione di riviste specializzate; infine, per il 3% attraverso i quotidiani. La differenza tra il 56,5% che ha dichiarato di essere ricorso all'agenzia immobiliare per acquistare l'immobile e il 32,9% che ne è venuto a conoscenza attraverso questa figura professionale potrebbe essere dovuta anche alla circostanza che molte persone vengono a conoscenza dell'immobile attraverso canali informali ma, dal momento che la vendita dell'immobile trovato era stata affidata a un'agenzia immobiliare dal proprietario, hanno usufruito di questo canale per concludere l'acquisto.

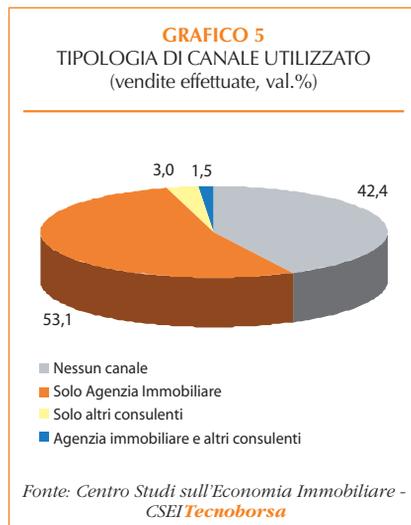
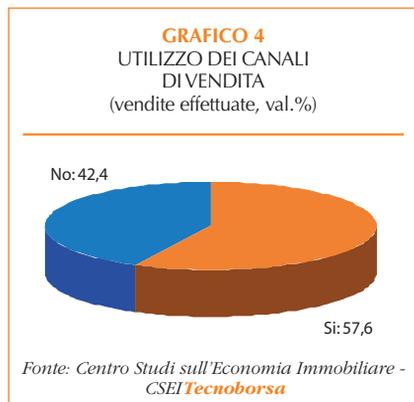
Spostando l'analisi dal lato dell'offerta è emerso che il 57,6% delle famiglie residenti nei sei grandi Comuni italiani che hanno ceduto un'abitazione si sono av-

valsi del servizio di un canale di vendita (graf. 4).

Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un canale per vendere un immobile nel biennio 2009-2010, prevalgono le famiglie con figli grandi con una maggiore propensione tra i residenti di Roma, Palermo o Torino il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 45 e i 65 anni.

Dall'analisi del grado di preferenza nei confronti delle diverse figure di intermediazione è emerso che il 53,1% delle famiglie che hanno venduto, hanno utilizzato solo l'agenzia immobiliare, il 3% è ricorso solo ad altri consulenti e l'1,5% si è rivolto sia ad un'agenzia immobiliare che a un altro consulente (graf.5).

L'agenzia immobiliare è preferita in particolar modo da persone tra i 45 e i 54 anni con un buon livello di istruzione che



vivono a Palermo; viceversa scelgono altri consulenti le famiglie più anziane, con un basso titolo di studio.

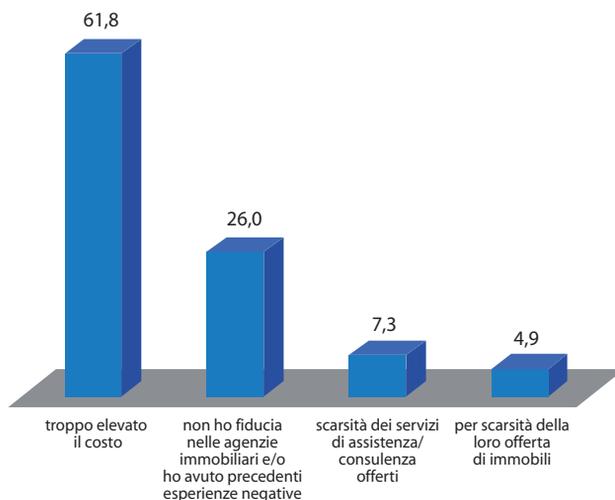
Andando ad analizzare le motivazioni che hanno spinto coloro che hanno venduto a non utilizzare l'agenzia immobiliare, al primo posto si trova il costo troppo elevato (61,8%), ed è la spiegazione più indicata anche da parte di chi ha acquistato un bene senza l'aiuto di questa figura professionale; al secondo posto c'è la mancanza di fiducia verso questa forma di intermediazione (26%); al terzo viene segnalata la scarsità dei servizi di consulenza/assistenza offerti (7,3%); infine c'è la carenza delle offer-

te immobiliari (4,9%). Quindi, da queste indicazioni emerge che le agenzie dovrebbero migliorare la loro comunicazione e aumentare i servizi offerti per giustificare un costo ritenuto comunque elevato dal cliente (graf.6).

Inoltre, a chi non si è rivolto a nessun professionista per vendere l'immobile è stato chiesto quali canali informativi sono stati utilizzati per promuovere il bene oggetto della transazione ed è emerso che il 72,2% è ricorso al passaparola, il 34,8% a Internet, il 17,4% ha utilizzato i cartelli "vendesi" e il 12,2% ha messo annunci su riviste specializzate e/o quotidiani.

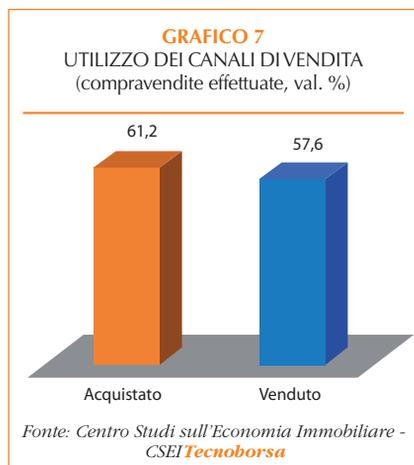
Mettendo a confronto la domanda con

GRAFICO 6
MOTIVAZIONI PER IL NON RICORSO ALLE AGENZIE IMMOBILIARI
(vendite effettuate, val.%)



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

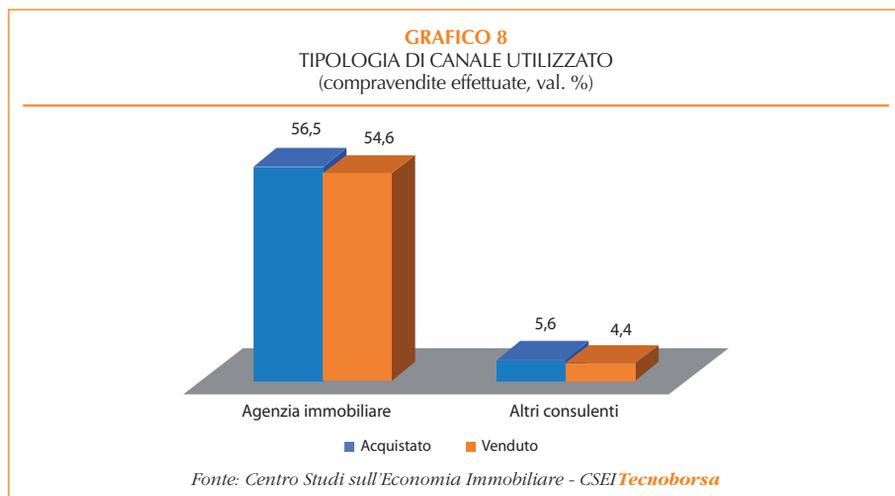
l'offerta emerge che il ricorso all'aiuto di un intermediari è più alto da parte di chi ha acquistato rispetto a chi ha venduto nel periodo analizzato (3,6 punti percentuali) (*graf. 7*).



Da un *focus* sul ricorso ai canali di intermediazione da parte di chi, nel biennio 2009-2010, ha effettuato una doppia transazione - acquistare e vendere - è emerso che il 54,6% degli intervistati ha utilizzato un intermediario in entrambi i casi; il 23,8% vi ha fatto ricorso solo per acquistare, il 7,7% solo per vendere e il 13,8% in nessuno dei due casi.

Dall'analisi del ricorso ai singoli canali di intermediazione emerge che l'agenzia immobiliare è preferita sia da parte di chi ha acquistato che di chi ha venduto (*graf. 8*).

Si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 65,2% di coloro che hanno acquistato



3. La valutazione

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

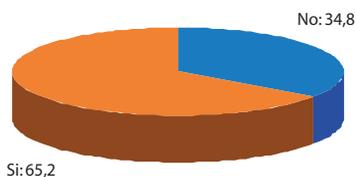
Dall'indagine **Tecnoborsa** 2011 sulle sei grandi città è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 65,2% di coloro che hanno acquistato (*graf. 9*), una cifra molto elevata e congrua con la rilevanza economica dell'acquisto che viene effettuato.

Tra coloro che hanno acquistato un bene servendosi di un valutatore prevalgono gli intervistati il cui capofamiglia o è molto giovane o ha più di 65 anni; alta la percentuale di ricorso a questa figura professionale in particolare tra i

residenti di Torino e Palermo.

Andando ad analizzare nello specifico da chi è stato valutato il bene acquistato si evidenzia che il 34,6% è ricorso all'agenzia immobiliare, il 17% a un libero professionista, il 10,9% ha stimato

GRAFICO 9
IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE
(acquisti effettuati, val.%)



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



*Scuola di Matematica,
Gino Ponti,
Roma, 1934*

l'immobile da solo sulla base di listini e/o ricerche di mercato; infine, il 5,8% ha utilizzato altre tipologie non specificate (*graf. 10*).

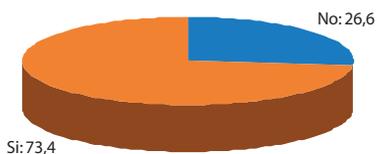
Geograficamente l'agenzia immobiliare è preferita da coloro che risiedono nei Comuni di Palermo e Torino, mentre Palermo è superiore al valore medio nazionale per il ricorso ai liberi professionisti e Napoli e Roma per il fai da te.

Dall'analisi dell'offerta è emerso che il 73,4% ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo nel mercato (*graf. 11*) e le città in cui è più alto il ricorso alle valutazioni sono Roma e Genova.

La figura professionale preferita per ot-

tenere una valutazione commerciale dell'immobile da parte di chi ha venduto è l'agenzia immobiliare (52,8%), seguita

GRAFICO 11
IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE
(vendite effettuate, val.%)

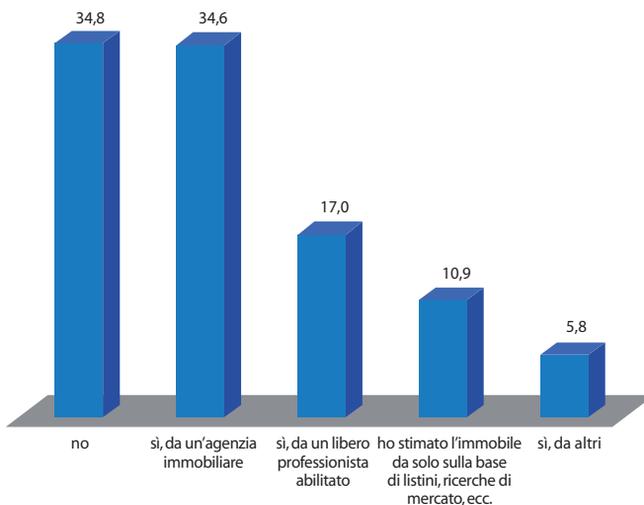


Si: 73,4

No: 26,6

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

GRAFICO 10
CANALI PER LA VALUTAZIONE
(acquisti effettuati, val.%)



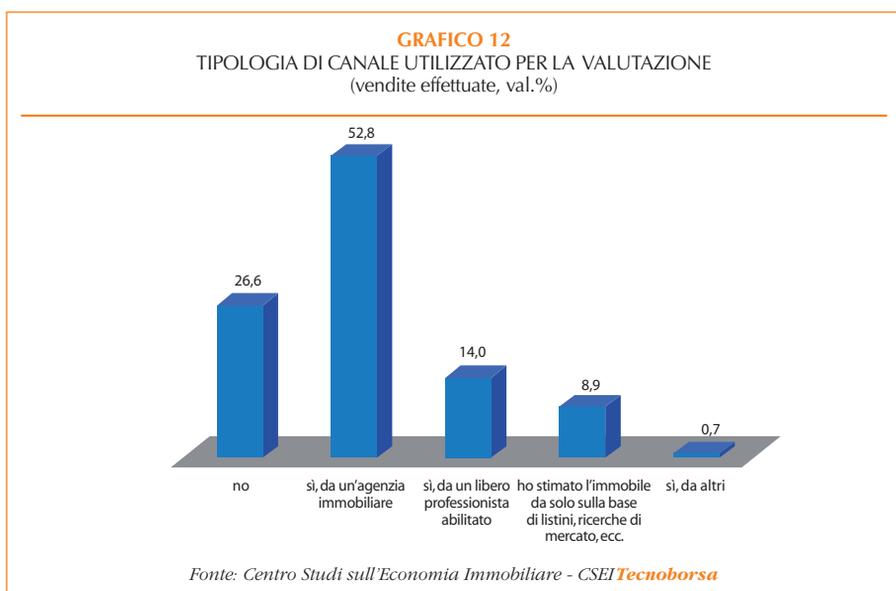
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEI **Tecnoborsa**

dai liberi professionisti abilitati (14%); l'8,9% ha stimato approssimativamente l'immobile da solo, mentre solo lo 0,7% si è rivolto ad altre figure non meglio specificate (graf. 12).

Dall'analisi territoriale è emerso che il fai da te viene preferito dalle famiglie residenti a Torino e Genova; alto è il ricorso all'agenzia immobiliare a Palermo e Genova; mentre a Roma e Torino è elevato l'utilizzo del libero professionista. Mettendo a confronto l'utilizzo dello specialista per la valutazione immobiliare tra domanda e offerta emerge che vi ricorre più chi vende rispetto a chi acquista, situazione opposta a quella rilevata per l'intermediazione (graf. 13). Questo dipende dal fatto che una famiglia prima di immettere un bene sul mer-



cato vuole accertarsi del corretto valore commerciale del bene.



4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2011 è emerso che più della metà di coloro che hanno acquistato e/o venduto un bene nel biennio 2009-2010 si sono rivolti a un canale di intermediazione, anche se vi ha fatto maggiormente ricorso chi ha comprato. Inoltre, esaminando i diversi canali a cui si sono rivolte le famiglie per farsi supportare nella ricerca del bene e/o dell'acquirente, è emerso che la quota di mercato è fortemente sbilanciata verso l'agenzia immobiliare rispetto agli altri canali. Infatti, sia per quanto concerne la domanda che per quanto riguarda l'offerta ci sono circa 50 punti percentuali di differenza. Quindi, si può affermare che il canale di intermediazione preferito dalle famiglie che risiedono nei sei maggiori Comuni italiani è, senza dubbio, l'agenzia immobiliare. Andando a studiare i motivi che sono a monte della decisione di non utilizzare l'agenzia immobiliare nelle transazioni immobiliari si è evidenziato che sia da parte degli acquirenti che dei venditori la spiegazione maggiormente indicata risiede nel costo troppo elevato, seguita con un notevole divario dalla mancanza di fiducia verso questo tipo di operatore del mercato dovuta a precedenti esperienze negative. Anche il ricorso a un valutatore esperto da parte delle famiglie che hanno affrontato l'acquisto e/o la vendita di un immobile nel biennio 2009-2010 è risultato essere molto alto, benché vi è ricorso di più chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato. Inoltre, sia per la domanda che per l'offerta la quota delle famiglie che hanno fatto valutare il bene og-

getto della transazione è maggiore di quelle che hanno usufruito dell'aiuto di un intermediario, quindi molti intervistati hanno dichiarato di aver fatto stimare il bene da una figura professionale prima di comprarlo o venderlo, ma poi non hanno usufruito di nessun operatore del settore per effettuare la transazione.

Per quanto riguarda la tipologia di figura professionale utilizzata per far valutare il bene, si è visto che anche in questo caso, come per l'intermediazione, la quota di mercato più grande è detenuta dalle agenzie immobiliari, anche se vi è ricorso molto più chi ha venduto rispetto a chi ha acquistato (18,2 punti percentuali di differenza).

Concludendo, dai risultati emersi dall'Indagine si può affermare che è abbastanza rilevante la quota di famiglie che utilizzano figure professionali specializzate per farsi aiutare a valutare e/o vendere gli immobili, anche se c'è una quota non trascurabile di intervistati che è venuto a conoscenza del bene acquistato o che ha promosso il bene venduto attraverso la vecchia formula del passaparola e/o nuove opportunità offerte da Internet.

Infine, per quanto riguarda la valutazione non è trascurabile la percentuale di chi ha dichiarato di aver deciso di stimare approssimativamente da solo il bene da acquistare e/o da vendere ricorrendo al supporto di listini, indagini di mercato, ecc. in funzione del "fai da te". •

Nota metodologica

Campione proporzionale stratificato per grandi Comuni di residenza delle fami-



*Planimetria Scuola di Matematica,
Roma, 1934*

glie (Comuni con oltre 500.000 abitanti): Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo.

Domini di studio del campione nello strato:

- Comuni: n. 6 classi (Roma, Napoli, Torino, Milano, Genova e Palermo);
- Tipologia di famiglia n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli).

Numerosità campionaria complessiva 1.780 casi (1.780 interviste a buon fine), 1.981 cadute (52,7%).

Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,4\%$).

Fonte delle anagrafiche: elenco degli abbonati al servizio telefonico nazionale.

Metodo di contatto: interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer assisted telephone interview*).

1. Introduzione

L'interdipendenza tra mercati immobiliari e credito ipotecario e la rapida trasformazione del contesto internazionale sono alla base della forte spinta evolutiva che ha riguardato anche l'estimo e la valutazione immobiliare, essenziali ai fini della determinazione dell'effettivo valore degli *asset* scambiati, posti a garanzia dei mutui ovvero funzionali alla verifica *ex ante* della sostenibilità economica dei progetti d'investimento.

La capacità di assicurare un servizio professionale di qualità si basa su innumerevoli fattori: dalla formazione specifica all'aggiornamento continuo, dalla co-

noscenza approfondita del mercato e delle relative variabili sino alla disponibilità di dati di mercato pienamente intelligibili e prezzi noti riferiti a *comparables* (ovvero beni con caratteristiche intrinseche ed estrinseche omogenee oggetto di raffronto), ricadenti nel medesimo segmento di mercato della proprietà stimata.

In questa sede saranno esaminate alcune delle componenti preminenti che contribuiscono alla corretta misurazione del valore di mercato degli immobili, soprattutto alla luce della nuovissima quarta edizione del "Codice delle Valutazioni Immobiliari" **Tecnoborsa**.



Ambasciata Britannica,
Roma

2. Le dinamiche di mercato e l'importanza della corretta valutazione degli immobili

La Banca Mondiale stima che 2/3 della ricchezza delle famiglie sia allocata, direttamente o indirettamente, nel settore immobiliare. Una consistente quota di mercato è costituita dal comparto residenziale. In Italia circa l'80% delle famiglie è proprietaria dell'abitazione. La casa di proprietà è ritenuta nel contempo il mezzo per soddisfare una necessità primaria e una forma di impiego sicuro del proprio risparmio. Tuttavia, in termini qualitativi e quantitativi la struttura del mercato, negli ultimi lustri, ha subito una significativa evoluzione. In particolare, il mercato immobiliare ha registrato nel 2010 – dopo il picco degli anni 2005/2006 – un numero di contrattazioni inferiore a quelle che si registravano dieci anni fa (*Tab. 1*).

TABELLA 1
TRANSAZIONI NEL SETTORE RESIDENZIALE

Anno	>	NTN
2000	>	690.476
2001	>	681.266
2002	>	761.520
2003	>	762.086
2004	>	804.126
2005	>	833.350
2006	>	845.051
2007	>	807.177
2008	>	686.587
2009	>	609.145
2010	>	611.878

Fonte: Omi-AdT

Oltre il 60% delle compravendite - in alcune città si arriva fino al 70% - sono assistite da mutui. Nell'ottica del mutuatario la possibilità di accedere a un finanziamento sostenibile è condizione fondamentale per l'acquisto o il cambio della propria abitazione.

Le banche, anche in conseguenza della crisi finanziaria internazionale originata da operazioni di finanza strutturata basate sui mutui *subprime*, hanno ridefinito le loro politiche creditizie e, in particolare, hanno attribuito una maggiore importanza al *Loan-to-Value* (LTV), ovvero al rapporto tra mutuo erogato e valore del bene posto a garanzia del finanziamento, dedicando una crescente attenzione all'effettivo valore dell'immobile oggetto di garanzia ipotecaria, il quale viene determinato sulla base di un'appropriata stima dell'immobile oggetto della garanzia reale. Peraltro, appare evidente come con un ciclo immobiliare in fase di contrazione che accresce un eventuale errore di valutazione per eccesso del bene – in quanto nel caso di procedura esecutiva diverrebbe sempre più arduo recuperare il capitale finanziato – una valutazione inattendibile amplia in maniera esponenziale il rischio della banca mutuante. Da ciò si evince quanto, non solo il rilancio del mercato ma la sua stessa vitalità, siano basate sulla corretta valutazione degli immobili e sulla capacità del sistema bancario di seguire a erogare mutui in misura correlata alle potenzialità della domanda. Le nostre analisi ribadiscono sistematicamente l'assioma sufficiente ed effettiva possibilità di accesso al mutuo/vitalità del mercato immobiliare.

3. La nuova edizione del “Codice delle Valutazioni Immobiliari” e le “Linee guida” promosse dall’Abi

Le “Linee guida per la valutazione degli immobili in garanzia delle esposizioni creditizie”, promosse dall’Abi in cooperazione con **Tecnoborsa**, con i Consigli Nazionali delle professioni ordinarie di categoria e con società di valutazione, hanno la finalità di rispondere alle specifiche esigenze del sistema bancario circa la sostanziale qualità e attendibilità delle stime finalizzate alla erogazione di mutui.

Queste *Linee guida* sono state pubblicate quale Allegato della quarta edizione del “Codice delle Valutazioni Immobiliari” che è stata profondamente aggiornata e ampliata rispetto alle precedenti versioni sia sotto l’aspetto normativo che scientifico, tenendo conto, peraltro, dell’evoluzione delle *best practice* internazionali e degli *International Valuation Standards* (IVS).

Il *Codice* costituisce lo *standard* di riferimento per l’attività valutativa a livello nazionale. La nuova edizione comprende numerosi capitoli originali inerenti:

- Valutazione economica dei programmi e dei progetti - studi di fattibilità;
- Valutazioni ai fini della concessione del credito;
- Misurazione delle superfici immobiliari;
- *Real estate rating* (o *real estate risk assessment*)
- Rilevazione dei dati immobiliari.
- Codice deontologico per il valutatore;
- *Mass appraisal* (o stime su larga scala).

Il “Codice delle Valutazioni Immobiliari” costituisce, a livello nazionale, il punto di riferimento per l’attività professionale-estimativa e per quella creditizia, per lo sviluppo della manualistica e – sempre più – anche per la didattica, ai fini dell’insegnamento delle moderne metodologie estimative, in particolare nelle Facoltà di Architettura e Ingegneria. La dottrina estimativa nazionale ha subito, in particolare negli ultimi due lustri, una notevole evoluzione sulla base delle profonde innovazioni registratesi sia a livello scientifico che normativo. Ad esempio, sul versante normativo, le modifiche intervenute nella regolamentazione dell’attività creditizia con Basilea II e III, con la Direttiva 2006/48/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio, relativa all’accesso all’attività degli enti creditizi e al suo esercizio (rifusione), recepita nelle Circolari Banca d’Italia a partire dal 27/12/2006. Sul versante scientifico, la principale spinta propulsiva è costituita dall’affermazione delle *best practices* internazionali e, in particolare, degli *International Valuation Standards* (IVS) che, peraltro, sono stati recepiti e armonizzati con la cultura estimativa nazionale già nella prima edizione del *Codice* (anno 2000). Metodologie incentrate sulla qualità sostanziale del prodotto (servizio), e sulla intelligibilità a livello globale dei procedimenti di stima: *Market Comparison Approach* o metodo del confronto di mercato, *Income Capitalization Approach* o metodo finanziario e *Cost Approach* o metodo del costo (di riproduzione deprezzato).

4. La deontologia e le responsabilità civili professionali

Amartya K. Sen ha sottolineato, nel suo saggio “*On Ethics and Economics*”, come: «*L'economia del benessere può essere sostanzialmente arricchita dal prestare una maggiore attenzione all'etica*». Anche i mercati immobiliari necessitano di comportamenti etici e regole certe, da assumere a base delle proprie scelte, quindi non un *locus naturalis* senza regolazione e senza codici di riferimento, ma un *locus artificialis* ovvero appropriatamente regolato, quale presupposto – anche per il consumatore – dell'attuazione di libere scelte.

La quarta edizione del “*Codice delle Valutazioni Immobiliari*”, che dedica una sezione alla definizione dei principi etico-deontologici del valutatore, persegue l'obiettivo di contribuire in maniera sostanziale alla trasparenza e allo sviluppo dell'economia immobiliare, nonché alla creazione delle condizioni favorevoli per una maggiore competitività del Sistema Paese, anche ai fini dell'attrazione degli investimenti esteri quale volano di sviluppo di iniziative turistico-ricettive, commerciali e produttive.

La responsabilità del consulente può essere civile, penale, processuale e, infine, disciplinare. Per cui alle responsabilità civili che attengono scienza e coscienza morale del valutatore si aggiungono le responsabilità derivanti dall'art 64 C.P.C. (Responsabilità del consulente) e, nel caso di comportamenti dolosi, anche le sanzioni previste dall'art. 373 C.P.P. (Falsa perizia o interpretazione).

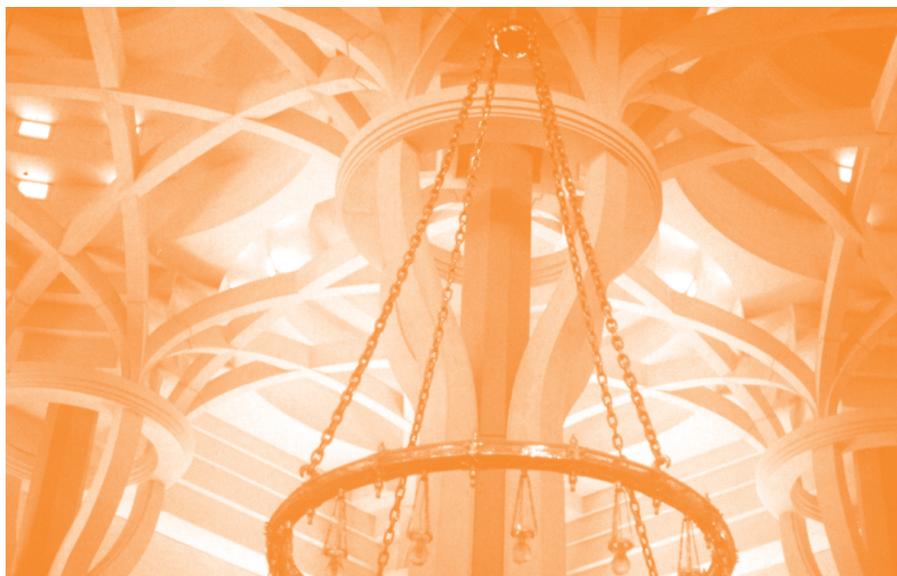
L'economia del benessere può essere sostanzialmente arricchita dal prestare una maggiore attenzione all'etica

Il valutatore ha la possibilità di conseguire anche una certificazione in base alla norma ISO 17024 (specifica per le competenze del personale).

Dunque, formazione specifica, qualificazione appropriata, aggiornamento professionale continuo, polizza RC professionale e, laddove possibile, certificazione professionale, possono costituire un vantaggio competitivo premiante in un contesto in rapida evoluzione – quello della valutazione immobiliare – che necessita di professionalità riconosciuta e capacità di dare risposte efficaci ed efficienti alle attese del committente *retail* o *corporate*.

5. I principali criteri di misurazione delle consistenze sulla base degli standard nazionali e internazionali

Una corretta misurazione delle superfici immobiliari è essenziale sia ai fini della stima di beni immobiliari in funzione della compravendita sia per valutazioni connesse alla erogazione di mutui e finanziamenti.



*Moschea,
Paolo Portoghesi,
Roma, 1984*

La dottrina estimativa ha subito una profonda evoluzione normativa e scientifica negli ultimi due lustri. In particolare gli Standard Valutativi Internazionali (IVS) sono stati recepiti e armonizzati nel “*Codice delle Valutazioni Immobiliari*” di **Tecnoborsa** che sta alla base delle “*Linee Guida per la valutazione degli immobili in garanzia delle esposizioni creditizie*” (Abi) e del “*Manuale Operativo Stime Immobiliari*” (Mosi) dell’Agenzia del Territorio.

Le nuove metodologie si basano sulla univocità dei criteri e dei procedimenti di stima e sulla riproducibilità degli *output*. Pertanto, la intelligibilità dei criteri

di misurazione delle consistenze costituisce un elemento essenziale.

In conseguenza del recepimento a livello nazionale della Norma europea UNI EN 15733/2011 (*Servizi erogati da agenti immobiliari - Requisiti per l'erogazione dei servizi da parte degli agenti immobiliari*), che ha abolito la Norma UNI 10750 (*Agenzie Immobiliari - Requisiti del Servizio*) e sono divenuti obsoleti anche i criteri di misurazione delle superfici previsti da quest'ultimo articolo. La UNI EN 15733 non prevede criteri di misurazione delle consistenze. Con la pubblicazione della quarta edizione del “*Codice delle Valutazioni*

Immobiliari” (2011) criteri univoci sostitutivi, condivisi a livello nazionale, sono divenuti quelli indicati nel relativo Capitolo 19, ovvero:

- a) *Superficie Esterna Lorda (SEL)*. Per superficie esterna lorda si intende l’area di un edificio delimitato da elementi perimetrali verticali, misurata esternamente su ciascun piano fuori terra o entro terra alla quota convenzionale di m 1,50 dal piano pavimento.
- b) *Superficie Interna Lorda (SIL)*. Per superficie interna lorda si intende l’area di un’unità immobiliare, misurata lungo il perimetro interno del muro perimetrale esterno per ciascun piano fuori terra o entro terra rilevata a un’altezza convenzionale di m 1,50 dal piano di pavimento.
- c) *Superficie Interna Netta (SIN)*. Per superficie interna netta si intende l’area di un’unità immobiliare, determinata dalla sommatoria dei singoli vani che costituiscono l’unità medesima, misurata lungo il perimetro interno dei muri e dei tramezzi per ciascun piano fuori terra o entro terra rilevata a un’altezza convenzionale di m 0,50 dal piano di pavimento.
- d) *Allegato C del d.P.R. 23.3.1998 n.138*. Prevede i differenti criteri adottati in ambito catastale in funzione delle diverse destinazioni costituite dai gruppi “R”, “P” e “T”.
- e) *Sistema Italiano di Misurazione (SIM)*, di seguito integralmente riportato, maggiormente appropriato per misurazioni con finalità commerciali ovvero finalizzate alla stima del valore di mercato.

La determinazione della superficie commerciale deriva da un’operazione che concerne i rapporti mercantili tra le superfici secondarie e la superficie principale. I rapporti mercantili riguardano le superfici secondarie. A livello europeo i sistemi di misurazione proposti dalle principali organizzazioni di settore separano la misurazione delle superfici principali (riferite alla misura fisica, che può essere basata su criteri uniformi largamente condivisi anche a livello internazionale), dal calcolo della superficie commerciale, adottata nella prassi commerciale nell’ambito dei mercati nazionali che rispecchiano, tendenzialmente, specifici usi e consuetudini. Per cui la determinazione avviene secondo il seguente schema:

**Superfici principali +
Superfici secondarie (ponderate) =
Superficie commerciale**

Il “*Codice delle Valutazioni Immobiliari*” (2011), al Capitolo 19, recita che: «*il valutatore deve specificare il criterio di misurazione adottato affinché la su-*

Un valutatore immobiliare che possieda specifiche e moderne competenze estimative potrà fornire risposte professionali a una clientela sempre più attenta alla qualità sostanziale dei servizi

perficie commerciale computata possa essere rideterminabile mediante l'adozione di differenti criteri quali, ad esempio, il Sistema Italiano di Misurazione – SIM, di seguito riportato, e l'Allegato C del d.P.R. 23.3.1998 n. 138. I presupposti razionali alla base dell'adozione del criterio prescelto dovranno essere sinteticamente motivati dal valutatore.

Sistema Italiano di Misurazione (SIM)

Mediante l'adozione del criterio denominato *Sistema Italiano di Misurazione (SIM)* la superficie viene determinata:

- a) dall'area dell'edificio la cui misurazione comprende anche le pareti perimetrali (per ciascun piano fuori terra dell'edificio medesimo) sino a uno spessore massimo di cm. 50 per quelle esterne e ½ di quelle interne a confine con altre proprietà o locali condominiali, sino a uno spessore di cm. 25. Nel caso di proprietà indivisa ovvero di edificio terra-tetto riconducibile a un medesimo proprietario saranno ricompresi anche: il vano scala (con misurazione per ogni piano della superficie corrispondente alla proiezione orizzontale), l'eventuale vano ascensore, eventuali cavedi;
- b) dal dettaglio delle superfici accessorie rilevate per destinazione e pesate secondo specifici coefficienti di ponderazione:
- terrazze a livello dell'alloggio, 35%;
 - balconi (con vista), 30%;
 - lastrico solare di copertura, di proprietà ed uso esclusivo, accessibile

- dall'interno dell'alloggio, 15%; accessibile dalla scala condominiale, 5%;
- porticati, patii e scale esterne coperte di accesso all'unità principale, 35%;
- verande dotate di finiture analoghe all'abitazione principale, 80%; veranda non abitabile 60%;
- mansarda rifinita, collegata direttamente all'alloggio principale, abitabile (ovvero provvista o che abbia i requisiti per l'ottenimento del certificato di agibilità), con altezza minima superiore a 1,80, 80%;
- mansarda rifinita, collegata direttamente all'alloggio principale, abitabile (ovvero provvista o che abbia i requisiti per l'ottenimento del certificato di agibilità), con altezza minima superiore a 1,50, 70%.

Per gli accessori ubicati nello stesso stabile principale, con agevole accessibilità, potranno essere usati i criteri seguenti:

- locali seminterrati abitabili (taverne, lavanderia/stireria, cantina), 60%;
- soffitta/sottotetto, locali ripostiglio (esterni all'unità immobiliare principale ovvero che costituiscono accessori delle superfici principali dell'edificio), 25%;
- spazi esclusivi di circolazione esterna verticale (quali scale antincendio e assomiglianti) e orizzontale (quali ballatoi, ecc.), 15%;
- autorimessa/garage, 50%;
- posto auto coperto, 30%.

Inoltre, nel caso di aree scoperte pertinenti sono previsti i seguenti criteri:

- giardini di appartamento ed edifici a schiera (di uso esclusivo), 10%;

- giardini/parchi di case indipendenti (ville, villini), 15% se con alberi ad alto fusto, altrimenti 10%; con un peso massimo non superiore al 30% della superficie coperta abitabile.

I coefficienti di ponderazione previsti dal criterio SIM, come sopra riportati, potrebbero subire delle variazioni (argomentate/esplicitate dal valutatore), in funzione delle caratteristiche del bene nonché in correlazione con la posizione, la qualità ambientale e le peculiarità dei mercati immobiliari locali.

6. Il ruolo chiave del valutatore immobiliare adeguatamente preparato

Un valutatore caratterizzato da adeguata formazione ed esperienza professionale dovrebbe conoscere meglio di altri potenzialità, criticità e caratteristiche del mercato in cui opera; inoltre, dovrebbe avere diretta conoscenza dei prezzi e dei canoni di locazione di un determi-

nato ambito territoriale.

Un processo virtuoso che consenta di aggiornare o integrare gli studi secondari di secondo grado o di livello universitario effettuati dal valutatore, mediante una specifica formazione basata sulle nuove metodologie estimative richieste dal sistema bancario ovvero previste dal “*Codice delle Valutazioni Immobiliari*” potrebbe contribuire alla definizione di stime decisamente attendibili, alla maggiore trasparenza dei valori di mercato, nonché ad avviare un processo virtuoso di puntuale definizione del LTV, fattore divenuto di particolare interesse per il sistema bancario in funzione della determinazione del *rating* connesso al mutuo erogando, del *funding* e delle operazioni di *securitization*.

Nel contempo, un valutatore immobiliare che possenga specifiche e moderne competenze estimative potrà fornire risposte professionali a una clientela sempre più attenta alla qualità sostanziale dei servizi. •



Foro Mussolini,
Enrico Del Debbio,
Roma, 1932

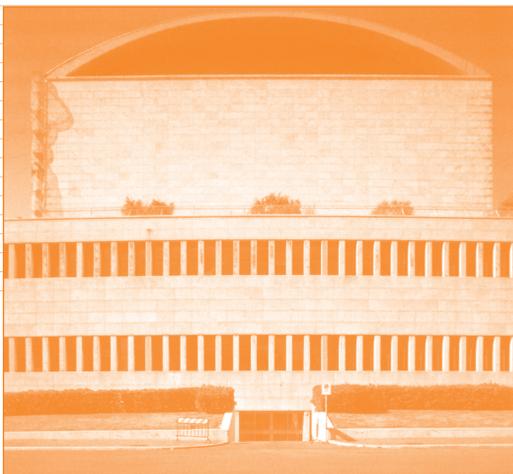
IV - IL LISTINO UFFICIALE DELLA BORSA IMMOBILIARE DI ROMA

a cura di Augusto D'Anna

Coordinatore Comitato Listino Borsa Immobiliare di Roma

**una breve nota metodologica
sul monitoraggio del mercato immobiliare
e la formazione delle quotazioni**

*Palazzo dei Congressi,
Adalberto Libera,
Roma Eur, 1938-1954*



1. Introduzione

L'esigenza di rendere maggiormente trasparente il mercato immobiliare in Italia, anche in un'ottica di sviluppo ed equità sociale, è un obiettivo condiviso da una molteplicità di soggetti, quali Uffici Pubblici ed Enti, Istituti di ricerca, Organismi Giudiziari, Associazioni di categoria, Istituti Bancari e, certamente, i Cittadini per le operazioni di compravendita.

Recentemente, il quadro legislativo italiano in tema di mutamenti riguardo la tassazione immobiliare ha fornito un grande contributo nella ricerca della trasparenza, mediante l'emersione dei prezzi reali, indispensabili per la rielaborazione statistica dei valori dei beni necessaria alla formazione delle quotazioni nel Listino Ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma.

Per l'attendibilità delle informazioni restituite, lo studio e il monitoraggio dell'andamento del mercato immobiliare devono essere fondati sull'acquisizione e sull'analisi di dati riferiti a compravendite effettivamente avvenute. Questo è il requisito precipuo del Listino Ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma, che si basa sulla conoscenza del mercato immobiliare locale e viene redatto con cadenza semestrale, riportando in forma di quotazione ordinaria i prezzi delle compravendite avvenute e registrate nel periodo semestrale precedente.

L'obiettivo che persegue è quello di fornire al mercato un sistema di orientamento permanente per l'investimento immobiliare sull'intero territorio pro-

vinciale, mediante una metodologia di rielaborazione dei dati immobiliari che tiene in debito conto peculiarità quali: ambito territoriale, fattori posizionali, destinazione e tipologia degli immobili, sviluppo ed evoluzioni urbanistiche, destinazioni attuali e potenzialmente più redditizie dell'immobile.

Certamente, ai fini delle operazioni di attribuzione di giudizi di valore, l'utilizzo delle quotazioni del Listino è riservato soltanto ai tecnici e agli esperti delle attività estimative del settore immobiliare, giacché l'indeterminatezza del bene al quale è associata la quotazione non consente di compiere alcuna operazione di comparazione estimativa, anche tenendo conto di quanto contenuto nel "*Codice delle Valutazioni Immobiliari*" di **Tecnoborsa**¹ cui si rinvia per i dettagli, ma individua un intervallo di valori nel quale può ricadere l'immobile oggetto di eventuale valutazione.

Inoltre, per la tecnica con cui sono compiute le indagini nelle diverse ripartizioni territoriali, è necessaria una grande conoscenza della città in ogni microambito territoriale. Infatti, nonostante i dati di partenza siano molto dettagliati e puntuali, nella redazione del Listino si restituiscono le quotazioni riferendosi a porzioni molto estese del territorio che non sempre esprimono livelli omogenei circa i valori di mercato, anche in funzione delle caratteristiche urbanistiche, economiche

⁽¹⁾ "*Codice delle Valutazioni Immobiliari*", Quarta edizione, **Tecnoborsa**, Roma, 2011.

e sociali e della dotazione d'infrastrutture e servizi. Per questa ragione si rendono necessari specifici correttivi, per allineare con i parametri dei contesti territoriali e delle tipologie il particolare bene immobiliare.

2. Il Listino Ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma – i criteri di base

La disaggregazione territoriale di Roma è stata effettuata secondo la suddivisione storica e toponomastica che si articola in 116 comprensori urbanistici, divisi in 22 rioni, 35 quartieri, 6 suburbi e 53 zone che dividono l'area dell'agro romano. Tale divisione risale allo sviluppo urbanistico relativo alle prime espansioni di Roma Capitale ed è stata standardizzata con il Piano Regolatore Generale, redatto nel 1908 dall'Ing. Edmondo Sanjust di Teulada, per molti aspetti ancora oggi razionale.

Il territorio provinciale, invece, rispetta la suddivisione amministrativa dei 121 Comuni che lo compongono.

La 'quotazione ordinaria di mercato', adottata per il Listino, è espressa in euro al metroquadrato.

Invece, la misura delle consistenze per il computo delle superfici commerciali, adottata dalla Borsa Immobiliare di Roma per il Listino, è l'ex Norma UNI 10750:2005; tali criteri, laddove carenti, sono integrati dal Sistema Italiano di Misurazione (Sim)².

La superficie commerciale è una misura virtuale, computata misurando il bene nel totale delle superfici calpestabili e al lordo delle murature interne ed esterne perimetrali, considerate fino alla mezzeria nei tratti confinanti con le parti di uso comune o con altre unità immobiliari.

I muri interni e quelli perimetrali esterni vengono computati per intero e sono da considerare fino a uno spessore massimo di cm. 50, mentre i muri in comunione vengono computati nella misura del 50%, cioè fino a uno spessore di cm. 25.

Per ottenere la superficie commerciale complessiva, si dovranno aggiungere le superfici delle pertinenze escluse, opportunamente omogeneizzate tramite opportuni coefficienti.

Lo strumento principale per l'osservazione del mercato è costituito dal sistema informativo di gestione e trattamento dei dati archiviati, che contiene tutte le informazioni inerenti i beni oggetto di compravendita (terreni, fabbricati o singole unità immobiliari), raccolte tramite la rete di agenti accreditati e dei rilevatori sul territorio ed acquisite mediante apposite schede d'inserimento dell'immobile da negoziare. La peculiarità del Listino Ufficiale della Borsa Immobiliare di Roma è il processo di alimentazione della Banca Dati, che avviene esclusivamente attraverso l'analisi dei contratti di compravendita effettivamente conclusi dagli agenti immobiliari accreditati presso la Bir che svolgono l'attività nel rispetto delle regole definite da un Codice

⁽²⁾ G. Bambagioni, "La misurazione delle Superfici Immobiliari", Il Sole 24 Ore, Milano, 2008.

Etico - deontologico di cui la stessa si è dotata.

I dati così raccolti contengono una serie d'informazioni che riguardano, oltre naturalmente al vero prezzo di compravendita o di locazione, tutte le caratteristiche immobiliari che contraddistinguono l'immobile (superficie, livello di piano, stato di manutenzione, impianti, etc.), unitamente a una serie di documenti (atti di compravendita, planimetrie, foto, etc.), che forniscono accuratezza e completezza al dato acquisito e ne dimostrano la veridicità.

3. Ulteriori caratteristiche che concorrono alla valutazione di un immobile

Le caratteristiche estrinseche e intrinseche principali si possono così suddividere in relazione alla localizzazione: ubicazione dell'immobile, collegamento rispetto al centro urbano, livello dei collegamenti viari e dei servizi di trasporto pubblico; presenza e livello di fruibilità di attrezzature collettive (uffici pubblici, ospedali, mercati, scuole, etc.); sviluppo e disponibilità di centri commerciali ed esercizi di quartiere; livello di qualificazione dell'ambiente esterno, disponibilità di verde pubblico, livello d'inquinamento e altre esternalità; Infine, in relazione alla posizione: esposizione prevalente dell'unità immobiliare, eventuale panoramicità, livello di luminosità, prospicienza, etc. Di estrema importanza sono anche le caratteristiche tipologiche quali: tipologia costruttiva e condizioni statiche della struttura, della copertura e delle rifini-

ture dell'edificio; caratteristiche architettoniche; vetustà e livello di manutenzione; caratteristiche costruttive e livello di manutenzione dell'unità immobiliare (dimensioni, forma e distribuzione interna dei vani di abitazione e dei servizi), e degli ambienti ad uso comune, quali spazi di accesso, androni, scale, ascensori, giardini, etc.; caratteristiche e grado di manutenzione degli impianti tecnologici, sia riferiti all'unità immobiliare sia alle parti condominiali.

Le caratteristiche economico-produttive sono inerenti, invece, alla presenza o assenza di servitù, diritti, oneri e pesi e vincoli di qualsivoglia natura; all'eventuale situazione locativa dell'unità immobiliare; allo stato giuridico del venditore e alle eventuali criticità legate a problemi di natura giuridica quali successioni, fallimenti, liti, contenziosi, questioni condominiali, etc.; infine, le modalità e agevolazioni di pagamento del bene, la presenza di mutui bancari, fidejussioni a garanzia del pagamento, possibili agevolazioni fiscali nell'acquisto del bene (per esempio prima casa, etc.).

4. Il Comitato di Listino della Borsa Immobiliare di Roma

Il processo di analisi e rielaborazione dei dati avviene grazie al contributo del Comitato di Listino, composto da membri scelti tra gli operatori accreditati alla Borsa Immobiliare di Roma, i quali esprimono una rilevante conoscenza del mercato immobiliare, an-

che nelle sue ripartizioni territoriali che costituiscono il principale criterio di segmentazione a cui si riferiscono le quotazioni.

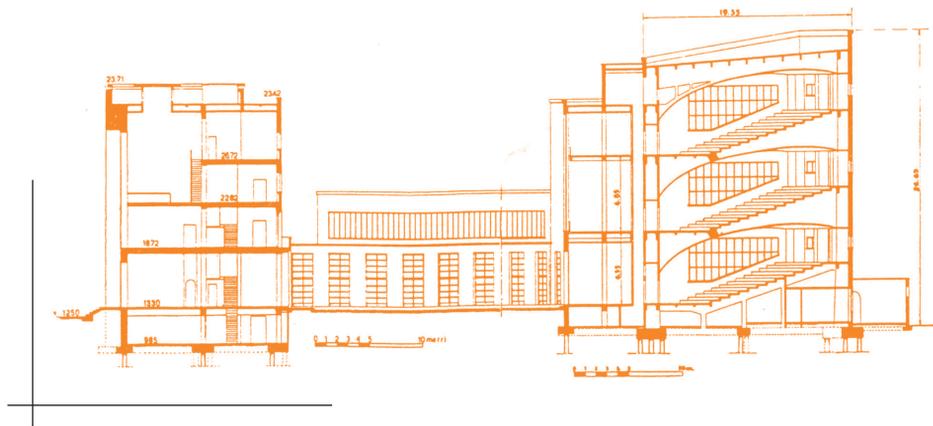
L'elaborazione statistica dei dati con il metodo dell'analisi di regressione lineare mette in atto una relazione funzionale di tipo causa-effetto che intercorre tra un insieme di variabili indipendenti, che sono rappresentate dalle caratteristiche intrinseche ed estrinseche dell'unità immobiliare, e la variabile dipendente, rappresentata dal prezzo di collocamento.

Tali quotazioni sono poi validate dai componenti del Comitato di Listino con pareri di congruità, prima della loro pubblicazione.

Il Listino Ufficiale consente quindi ai

tecnici, agli operatori e ad altri portatori d'interesse nel settore immobiliare di poter monitorare l'andamento del mercato ed effettuare valutazioni contando su quotazioni affidabili, poiché basate su compravendite reali e comparabili nel corso del tempo.

Le quotazioni relative ai vari segmenti di mercato e alle diverse tipologie edilizie sono utili allo svolgimento delle attività e ai processi decisionali inerenti la gestione, le alienazioni e gli investimenti immobiliari ma potranno anche fungere da supporto alle decisioni delle Amministrazioni pubbliche relativamente alla fiscalità immobiliare e alla pianificazione urbanistica, conferendo ai giudizi di valore basi più solide e oggettive. •



QEI

Quaderni

di ECONOMIA IMMOBILIARE

PERIODICO
SEMESTRALE DI
TECNOBORSA

I NUMERI PUBBLICATI

► **QEI N° 15 - 2011**

Indagine conoscitiva

Camera Deputati

Governo del Territorio

Riflessioni e proposte

Indagine Tecnoborsa 2011

Transazioni effettuate e previste

Indagine Tecnoborsa 2011

Mutui

- ▶ **QEI N° 14 - 2010**
Evoluzione Dottrina Estimativa
Cause e Implicazioni

Linee Guida per la Valutazione
ABI

Qualità Certificata
Borsa Immobiliare Roma - BIR

Indagine Tecnoborsa 2010
Mutui

Manutenzione Urbana
Sviluppo in Qualità

- ▶ **QEI N° 13 - 2010**
Indagine Tecnoborsa 2010
Transazioni effettuate e previste

Agenzia del Territorio
Catasto e Fabbricati Fantasma

Direttiva Servizi
Agenti Immobiliari

Diritti dell'Uomo
Violazione Diritto di Proprietà

Policy Framework
Linee Guida strutturali

- ▶ **QEI N° 12 - 2009**
Banca d'Italia e Tecnoborsa
Quattro sondaggi congiunturali
sul mercato delle abitazioni in Italia - 2009

► **QEI N° 11 - 2009**
Forum Unece Wpla Rem
Guidelines

Indagine Tecnoborsa 2009
Transazioni e Mutui

Patrimonio Pubblico
Il Chiasmo dei Territori

Sistema Borse Immobiliari
Borsa Immobiliare di Bari

► **QEI N° 10 - 2008**
La Borsa Immobiliare Italiana
Il sistema delle Borse Immobiliari Italiane

Indagine Tecnoborsa 2008
Intermediazione e Valutazione

Le Famiglie Italiane
Risparmio Energetico

Estimo e Valutazione Economica dei Progetti
Studi e Professione

► **QEI N. 9 - 2008**
Indagine Tecnoborsa 2008
Transazioni effettuate e mutui

Indagine Tecnoborsa 2008
Transazioni previste

Finanziaria 2008
Norme sulla casa

Banca d'Italia
Mutui e cicli immobiliari

► **QEI N. 8 - 2007**

Tecnoborsa

Risparmio energetico

Indagine Tecnoborsa 2007

Transazioni e mutui

Tecnoborsa

Vivere la casa

Confedilizia

Fiscalità e nuovo Catasto

► **QEI N. 7 - 2007**

**Tecnoborsa Observer del Working Party
on Land Administration dell'Unece**

Le attività di Cooperazione con le Nazioni Unite

Protocollo di Kyoto

Scenari e Opportunità

Indagine Tecnoborsa 2006

Transazioni e Mutui

Indagine Tecnoborsa 2006

Intermediazione e Valutazione

► **QEI N. 6 - 2006**

Codice delle Valutazioni Immobiliari

La qualità del processo e del servizio

Indagine Tecnoborsa 2006

Ristrutturazioni e incentivi fiscali

Un trentennio Istat

La nuova casa degli italiani

Arbitrato e Conciliazione

Forme di giustizia alternativa

► **QEI N. 5 - 2005**

Borsa Immobiliare Italiana

Dalla Borsa Immobiliare locale alla BII:
la sfida per la realizzazione di un progetto di sistema

Centro Studi Tecnoborsa

L'Indagine 2005 sulle famiglie italiane:
Transazioni effettuate e previste

Tecnoborsa

La casa dei desideri

Banca d'Italia

Un confronto internazionale su mercati immobiliari,
famiglie e strumenti finanziari

► **QEI N. 4 - 2005**

Centro Studi Tecnoborsa

L'Indagine 2004 sulle famiglie italiane: Transazioni
L'Indagine 2004 sulle famiglie italiane:
Intermediazione e Valutazione

Istat

Il Censimento 2001: edifici e abitazioni

**I diritti di proprietà per i poveri:
una prospettiva globale**

Il Terzo Forum Internazionale
sull'Economia Immobiliare

► **QEI N. 3 - 2004**

Speciale Forum Roma 2003

**Atti del Secondo Forum Europeo
sull'Economia Immobiliare**

Terra per lo Sviluppo

Finanziamenti e Infrastrutture per il Mercato

Rome Forum 2003 Special

Land for Development

The Second European Real Estate Forum

Proceedings

Financing and Marketing Infrastructures

► **QEI N. 2 - 2004**

Centro Studi Tecnoborsa

L'Indagine 2004 sulle famiglie italiane
Aste e Mutui

Banca d'Italia

I prestiti bancari
per l'acquisto di abitazioni

Associazione Bancaria Italiana

Un panorama sulle obbligazioni garantite

Confindustria

Il rapporto tra banca
e impresa in Italia

► **QEI N. 1 - 2003**

Financing & Market Infrastructure

Il Secondo Forum Europeo
sull'Economia Immobiliare

Osservatorio Tecnoborsa

Il patrimonio immobiliare
e delle famiglie in Europa e USA

Standard Internazionali

La misurazione del valore degli immobili

Cartolarizzazioni

Nuovi strumenti di finanza alternativa

► **QEI Speciale - 2003**

Speciale Summit Roma 2002

Terra per lo Sviluppo:

**Atti del Primo Summit Europeo
sull'Economia Immobiliare**

Rome Summit 2002 Special

Land for Development:

The First European Real

Estate Summit Proceedings

► **QEI N. 0 - 2003**

Esecuzioni Immobiliari

Un panorama completo sulle aste

Osservatorio Tecnoborsa

Le famiglie italiane e il mercato immobiliare

Fondi Comuni d'Investimento Immobiliare

Nuove opportunità per il risparmio

Land for Development - Terra per lo Sviluppo

Il 1° Summit Europeo sull'Economia Immobiliare

Finito di stampare
Marzo 2012



Per lo Sviluppo e la Regolazione
dell'Economia Immobiliare

Sede legale:

Via de' Burrò, 147 - 00186 Roma (Italia)

Sede operativa:

Via Capitan Bavastro, 116 - 00154 Roma (Italia)

Tel. +390657300710 - Fax +390657301832

info@tecnoborsa.com - www.tecnoborsa.it