

**II - L'INDAGINE TECNOBORSA 2018:
LE FAMIGLIE ITALIANE
E IL MERCATO IMMOBILIARE
INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE**

a cura di Alice Ciani
Centro Studi sull'Economia Immobiliare di Tecnoborsa - CSEI

L'agente immobiliare rimane la figura cruciale nel favorire l'incontro tra domanda e offerta nell'intermediazione e nella valutazione. Infatti, la gestione autonoma di una transazione immobiliare comporta dei rischi e dei costi che vanno dall'incompletezza della documentazione necessaria alla non corretta valutazione del bene.

1. Introduzione

Le agenzie immobiliari mantengono a buon diritto la quota di mercato maggioritaria per tutti coloro che si accingono a effettuare una transazione immobiliare, perché sono gli unici soggetti operativi che danno garanzia di competenza, trasparenza, servizi e correttezza, anche al fine di gestire al meglio la fase di negoziazione nonché di comprimere i tempi di finalizzazione della compravendita.

Infatti, il mercato si è ulteriormente ampliato in rete e le agenzie si sono a loro volta adeguate ai nuovi canali ma salvaguardando il rapporto diretto e interpersonale, in una realtà così vasta ed economicamente rilevante – non bisogna mai dimenticare che le famiglie risparmiano soprattutto per la casa e che gli italiani sono un popolo di risparmiatori, anche dopo anni di crisi – che rischia di perdersi nel grande bacino di offerte e di operatori non qualificati, nel momento in cui si registra una ripresa delle compravendite; va infatti ricordato che la gestione autonoma di una transazione immobiliare comporta dei rischi e dei costi che vanno dall'incompletezza della documentazione necessaria alla non corretta valutazione del bene.

Inoltre, le agenzie per poter essere ben presenti anche sui siti specializzati e/o sui *social network* di informazione/intermediazione immobiliare, sono ormai più che attive su questi fronti ma pur sempre con un grande *appeal* professionale e grande chiarezza nelle offerte, nella descrizione dei beni sia a livello di immagini che di documentazione fiscale, catastale, etc. e nell'assistenza diretta al cliente; pertanto, pur in un periodo in cui cresce il fai da te grazie alle vaste opportunità che offre Internet, l'agente immobiliare rimane comunque la figura cruciale nel favorire l'incontro tra domanda e offerta nell'intermediazione.

Ma è nel campo della valutazione che, in particolare, le agenzie e i professionisti del settore hanno fatto e continuano a fare enormi progressi verso una significativa valorizzazione della propria specializzazione ed è a tal fine che **Tecnoborsa** – sensibile da sempre a questo tema – ha ulteriormente incentivato la propria attività di formazione sugli standard di valutazione immobiliare a livello internazionale e nazionale, propedeutici all'esame per la certificazione dei valutatori immobiliari, andando così incontro all'aumento di richieste per la figura del Valutatore certificato.

I corsi forniscono la giusta preparazione riguardo agli standard internazionali di stima immobiliare, secondo gli IVS, gli EVS e il *Codice delle Valutazioni immobiliari di Tecnoborsa*, strumenti indispensabili per essere in grado di redigere una stima

corretta, usando un linguaggio tecnico e teorie universalmente riconosciute dagli esperti e dal comparto bancario; inoltre, bisogna tener presente che è proprio da quest'ultimo settore che deriva l'obbligatorietà da parte di alcuni istituti di credito che ormai si rivolgono solo a queste figure professionali certificate e pure i mercati finanziari e i Tribunali si muovono sempre più in questa direzione.

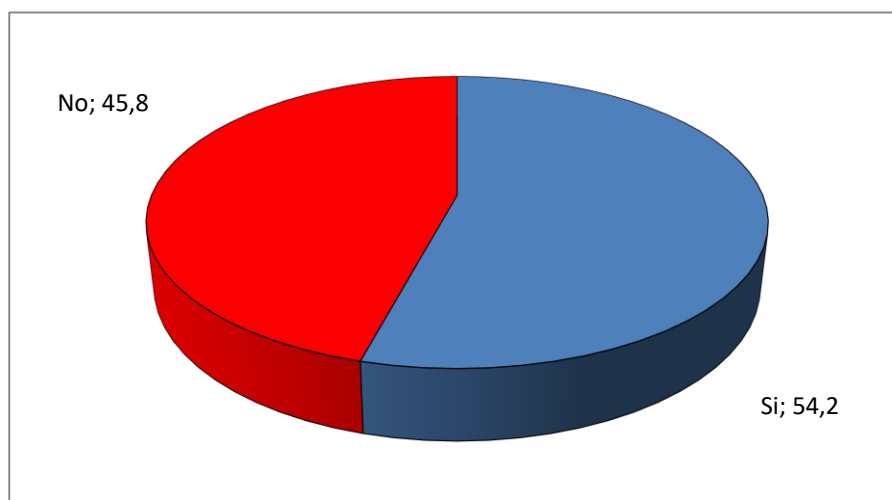
La certificazione ha come obiettivo l'accertamento delle reali competenze professionali del candidato e avviene sulla base di un standard di riferimento: la norma UNI 11558:2014.

2. L'intermediazione

Dall'analisi dei dati risultanti dalle interviste effettuate presso le famiglie che risiedono nei 54 Comuni italiani presi in esame è emerso che, nel biennio 2016-2017, il 54,2% di quelle che hanno acquistato un immobile hanno fatto ricorso a un'agenzia immobiliare (graf. 1).

GRAFICO 1

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE PER ACQUISTARE UN'IMMOBILE
(acquisti effettuati; val.%)



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

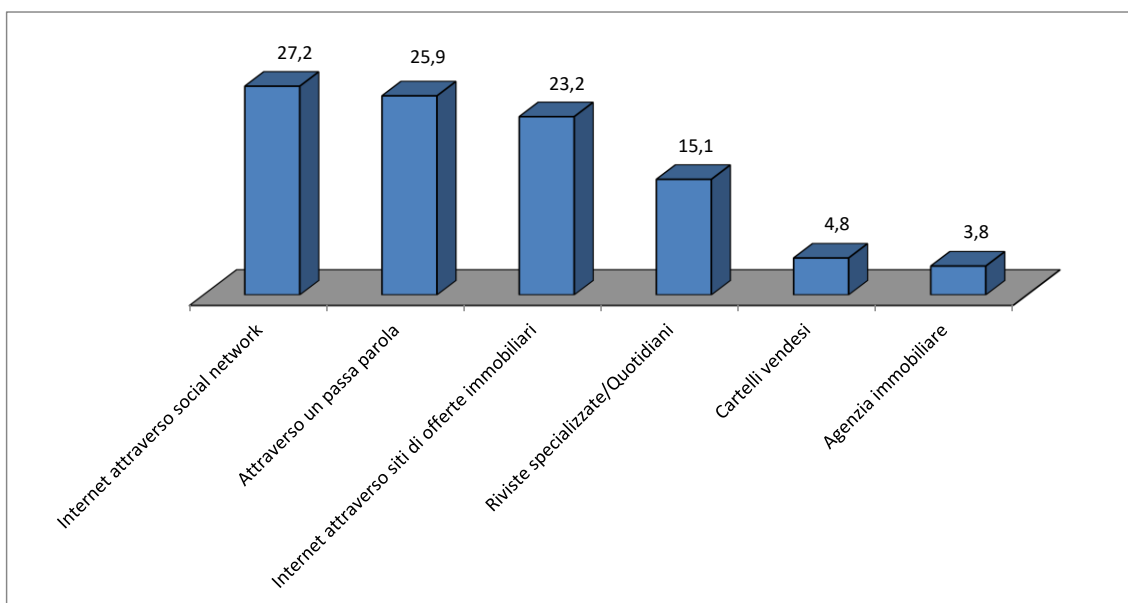
I Comuni Capoluogo di Regione sono risultati più attivi di quelli non Capoluogo e la macroarea che presenta valori sopra la media è il Nord-Ovest, mentre è sotto la media il Nord-Est. A livello demografico emergono i *single* di età compresa tra i 25 e i 34 anni

e tra i 65 e i 74 anni, molto probabilmente i primi hanno fatto ricorso a un'agenzia immobiliare per accelerare i tempi e i secondi per la scarsa dimestichezza con i canali più moderni.

A quanti hanno acquistato un'abitazione nel biennio preso in esame è stato chiesto anche tramite quali canali informativi sono venuti a conoscenza dell'immobile ed è risultato che per ben il 27,2% dei casi ciò è avvenuto attraverso i *social network*; il 25,9% si è avvalso del passaparola con amici e conoscenti o portieri e custodi degli immobili – che da sempre rappresentano un punto di riferimento per il mercato informale –; il 23,2% ha avuto notizia di immobili attraverso siti e offerte presenti su Internet; il 15,1% tramite la consultazione di riviste specializzate o quotidiani; il 4,8% dalla lettura di cartelli; infine, il 3,8% direttamente grazie a un'agenzia immobiliare (graf. 2).

GRAFICO 2

CANALI ATTRAVERSO CUI SI È VENUTI A CONOSCENZA DELL'IMMOBILE
(acquisti effettuati; val. %)



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

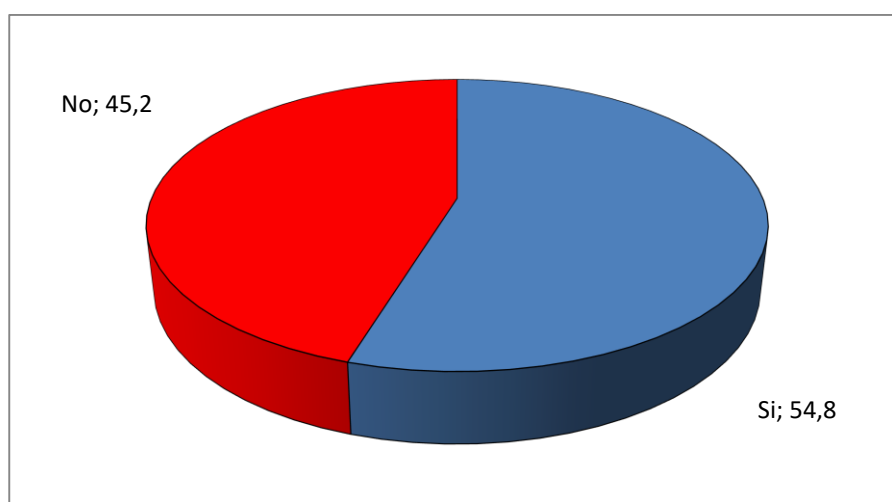
Il 54,8% di coloro che hanno dichiarato di essere venuti a conoscenza dell'immobile acquistato attraverso cartelli vendesi, Internet, riviste specializzate e/o quotidiani hanno affermato che gli annunci su questi canali erano stati pubblicati da agenzie immobiliari

(graf. 3), quindi il 58,6% delle famiglie che ha acquistato un'abitazione nel biennio 2016-2017 ne è venuto a conoscenza, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare.

GRAFICO 3

GLI ANNUNCI SUI CANALI INFORMATIVI ERANO STATI PUBBLICATI DA
UN'AGENZIA IMMOBILIARE?

(acquisti effettuati; val. %)



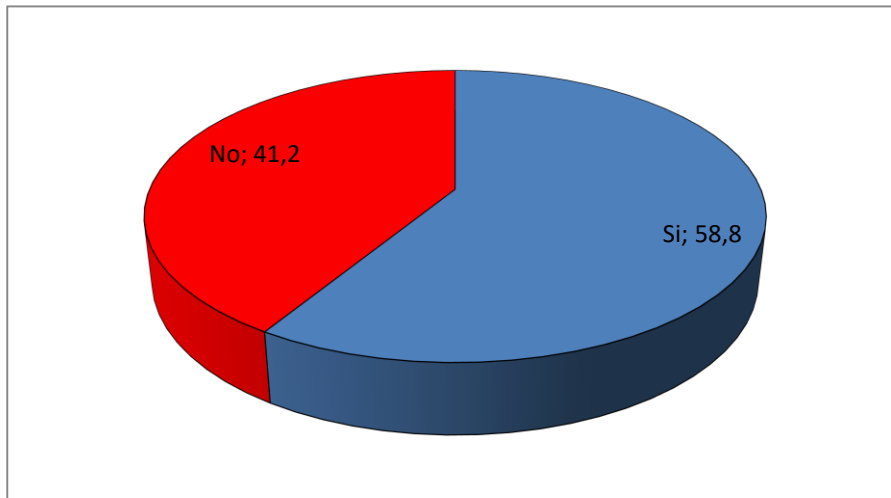
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Tuttavia, anche il 43,5% di chi è venuto a conoscenza dell'immobile attraverso il passaparola ha dovuto trattare con un'agenzia immobiliare per concludere l'acquisto e questo è dipeso logicamente dal fatto che le famiglie che hanno venduto avevano dato precedentemente il mandato a queste ultime: infatti, il 63,1% delle abitazioni acquistate erano state affidate dal venditore a un operatore del settore (graf. 4).

GRAFICO 4

LA VENDITA DELL'ABITAZIONE DA LEI ACQUISTATA ERA STATA AFFIDATA A
UN'AGENZIA IMMOBILIARE?

(acquisti effettuati; val. %)

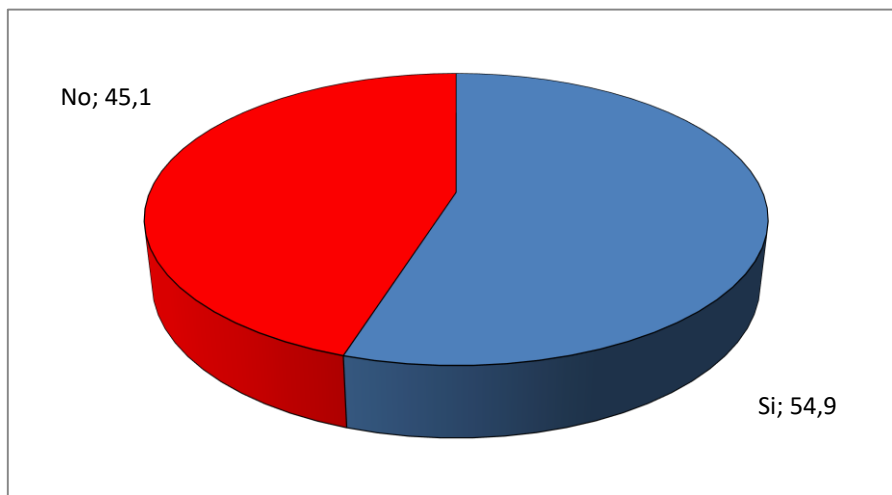


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Spostando l'analisi dal lato dell'offerta si riscontra che il 54,9% delle famiglie italiane residenti nelle città prese in esame e che ha ceduto un'abitazione si è avvalso dei servizi di un'agenzia immobiliare (*graf. 5*) e dal confronto tra domanda e offerta è emerso che i due valori sono allineati.

GRAFICO 5

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



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

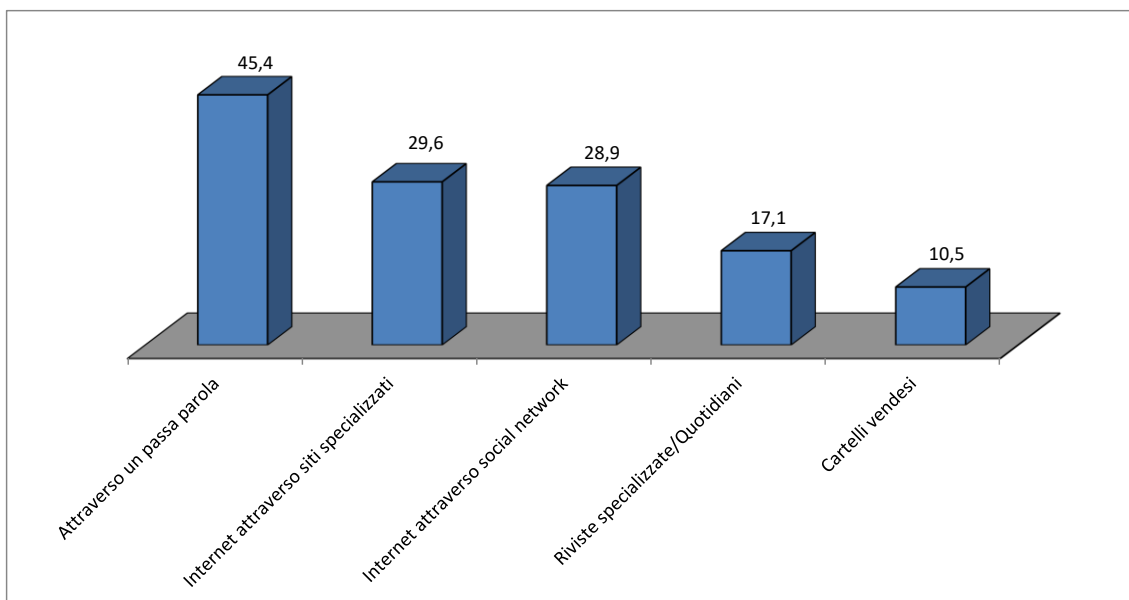
Vi hanno fatto maggiormente ricorso i nuclei che vivono nei Comuni non Capoluogo di Regione di piccole dimensioni (con meno di 250.000 persone residenti). Come per chi ha acquistato la macroarea in cui si è ricorso maggiormente all'aiuto di un'agenzia è stata quella del Nord-Ovest, mentre quella in cui il ricorso è stato più basso è stata quella del Centro.

Per quanto riguarda il profilo demografico di chi ha utilizzato un canale per vendere un immobile nel biennio 2016-2017 si tratta di quello delle persone che vivono da sole e che hanno più di 65 anni.

Inoltre, a chi non si è rivolto a un'agenzia per vendere l'immobile è stato chiesto quali canali informativi abbia utilizzato per promuovere il bene oggetto della transazione ed è emerso che il 45,4% è ricorso al passaparola; il 29,6% ha utilizzato siti specializzati; il 28,9% *social network*; il 17,1% ha pubblicato annunci su riviste specializzate e/o quotidiani e il 10,5% ha utilizzato cartelli vendesi (*graf. 6*).

GRAFICO 6

CANALI ATTRAVERSO CUI SI È VENUTI A CONOSCENZA DELL'IMMOBILE
(vendite effettuate; val. %)



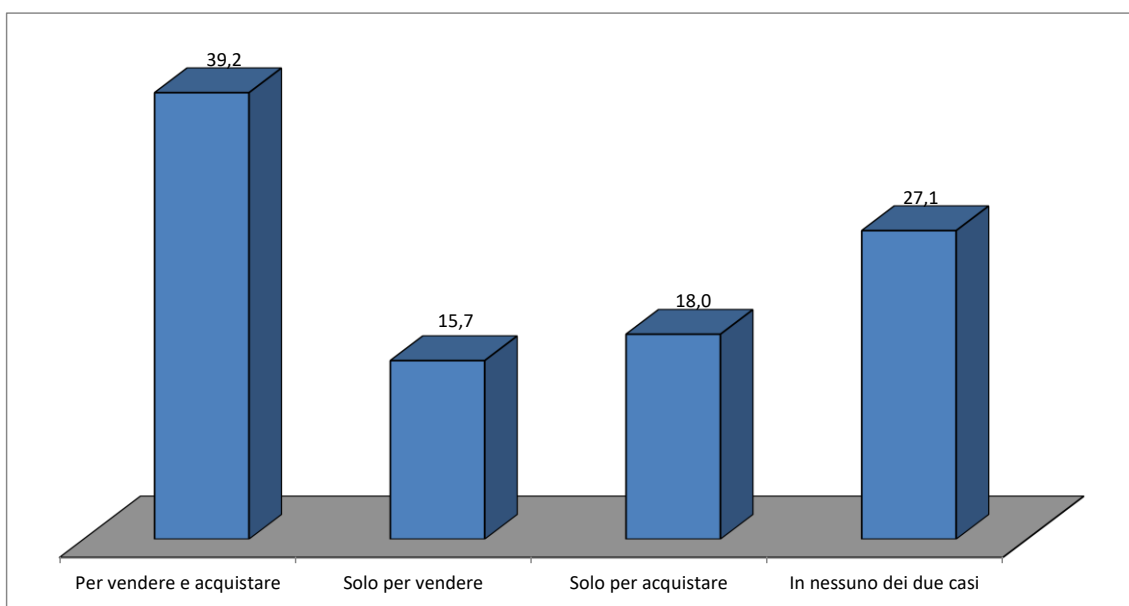
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su chi ha effettuato la doppia transazione è emerso che il 39,2% ha utilizzato l'agenzia immobiliare sia per vendere che per acquistare, il 18% solo per

acquistare, il 15,7% solo per vendere e il 27,1% alcuna agenzia in nessuno dei due casi (*graf. 7*).

GRAFICO 7

UTILIZZO DELL'AGENZIA IMMOBILIARE DA PARTE DI CHI HA VENDUTO E ACQUISTATO UN IMMOBILE
(compravendite effettuate, val. %)



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

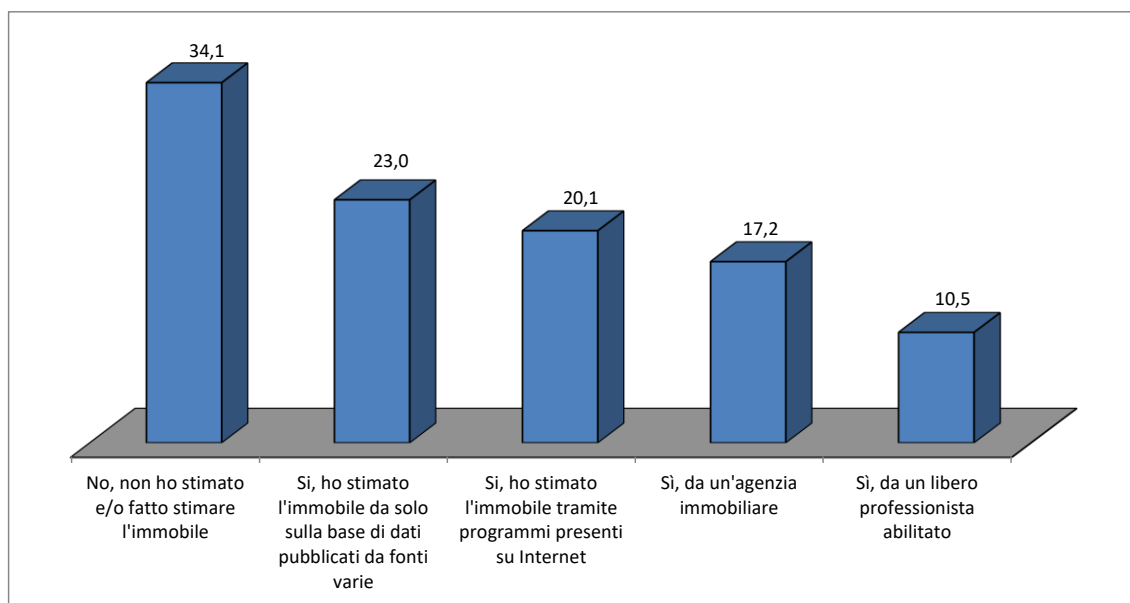
3. La valutazione

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2018 è emerso che si sono serviti di uno specialista per la valutazione di un bene immobiliare il 27,7% di coloro che hanno acquistato: in particolare, il 17,2% si è rivolto a un'agenzia immobiliare e il 10,5% a un libero professionista. Invece, il 43,1% ha dichiarato di aver valutato il bene in autonomia: il 23% ha affermato di averlo fatto sulla base di dati pubblicati da fonti varie e il 20,1% tramite programmi presenti su Internet; infine, il 34,1% ha dichiarato di avere acquistato senza valutare o far valutare in alcun modo l'abitazione (*graf. 8*).

GRAFICO 8

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(acquisti effettuati, val. %)



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

Hanno stimato o fatto stimare l'abitazione prima di acquistarla prevalentemente le famiglie che vivono nei Comuni non Capoluoghi con meno di 500.000 persone residenti. Inoltre, a livello di macroarea la più attiva è stata il Nord-Est.

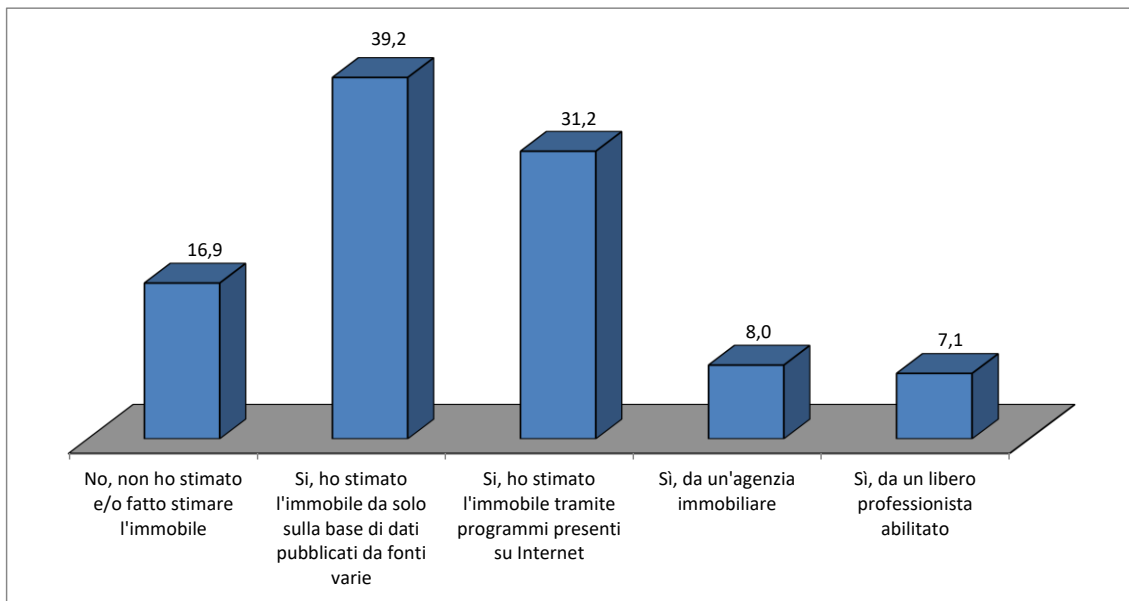
Infine, hanno preferito far stimare il bene prima di acquistarlo le persone anziane con più di 75 anni.

Dall'analisi dell'offerta è risultato che ben il 15,1% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile da un addetto ai lavori prima di immetterlo sul mercato: l'8% da un'agenzia immobiliare e il 7,1% da un libero professionista; il 70,4% ha affermato di aver valutato il bene in autonomia, il 39,2% sulla base di dati pubblicati da fonti varie e il 31,2% tramite programmi presenti su Internet; Infine, il 16,9% ha dichiarato di avere venduto senza valutare e/o far valutare l'immobile (graf. 9).

GRAFICO 9

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(vendite effettuate, val. %)



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

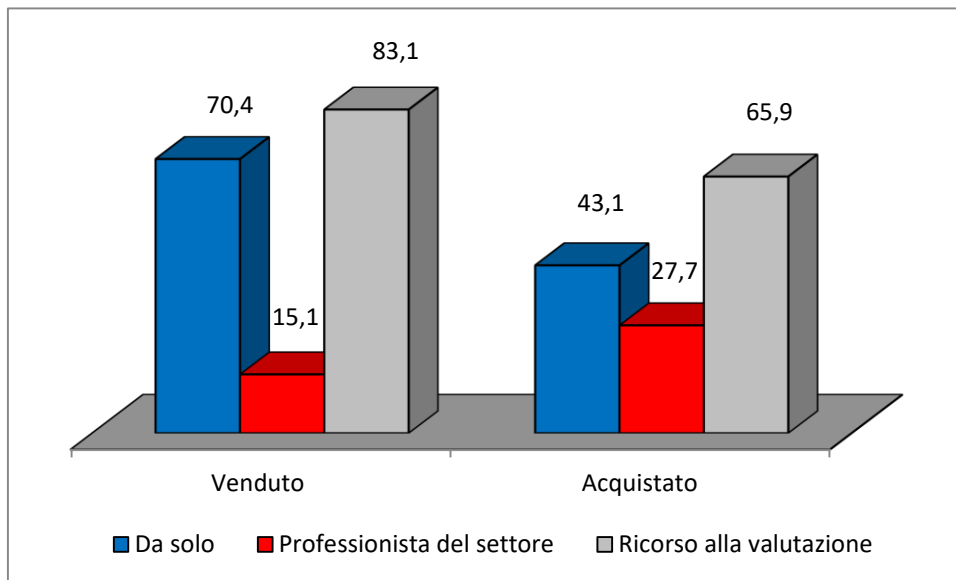
Hanno fatto valutare e/o hanno valutato il bene prima di venderlo prevalentemente le famiglie che vivono in Comuni con meno di 250.000 persone residenti e la macroarea che ha mostrato valori sopra la media è stata il Centro. A livello demografico le famiglie più attente sono state quelle giovani composte da una sola persona e con un buon livello culturale.

Infine, mettendo a confronto il ricorso per la valutazione immobiliare tra venditori e acquirenti emerge che vi ricorrono più i primi che i secondi, però c'è da notare che, in entrambi i casi, domina il fai da te (*graf. 10*).

GRAFICO 10

IL RICORSO ALLA VALUTAZIONE

(compravendite effettuate, val. %)

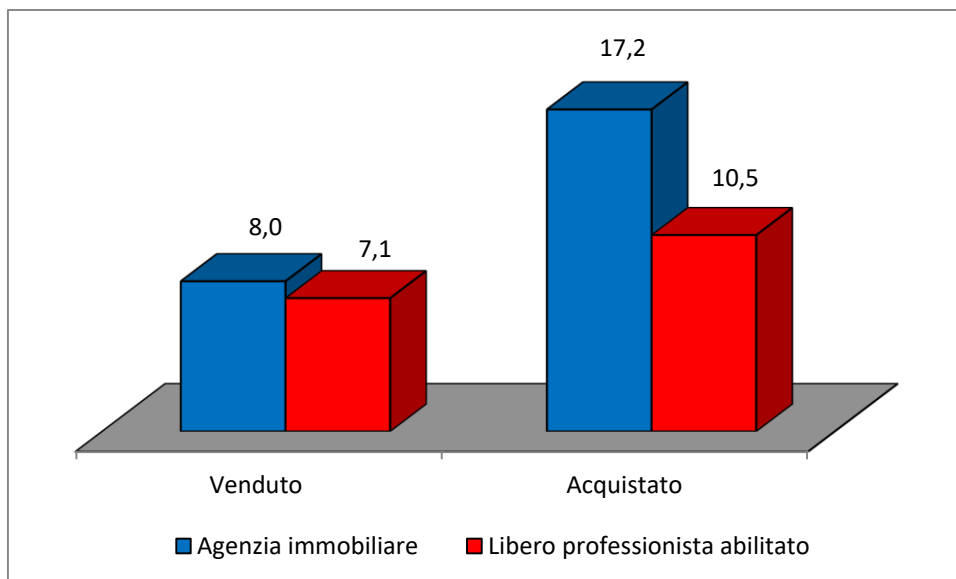


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su chi ha utilizzato un professionista del settore è emerso che l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se il *gap* tra chi ha acquistato è molto più ampio (graf. 11)

GRAFICO 11

UTILIZZO DI UN'AGENZIA IMMOBILIARE PER LA VALUTAZIONE
(compravendite effettuate, val. %)



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

4. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2018 è emerso che più della metà delle famiglie che hanno effettuato una transazione nel biennio 2016-2017 hanno fatto ricorso all'agenzia immobiliare; inoltre, tra domanda e offerta il dato è risultato decisamente allineato.

Esaminando i diversi canali attraverso i quali le famiglie sono venute a conoscenza del bene acquistato prevalgono i *social network*, il passaparola e i siti Internet specializzati. In realtà, il canale informativo predominante è proprio l'agenzia, in quanto da un approfondimento è emerso che il più delle volte gli annunci attraverso i quali sono stati individuati gli immobili acquistati sono stati pubblicati proprio da agenzie.

Inoltre, è bene ribadire che anche una quota decisamente rilevante di chi è venuto a conoscenza del bene successivamente acquistato tramite altri canali non convenzionali come il passaparola ha dovuto comunque relazionarsi con un'agenzia immobiliare, in quanto il bene le era stato affidato precedentemente dal venditore.

Infine, andando a sondare i canali informativi utilizzati da coloro che hanno venduto un bene senza il supporto di un operatore del settore, al primo posto si trova il passaparola, seguito con un notevole distacco dai siti specializzati e dai *social network*. Invece, per quanto riguarda il ricorso alla valutazione, dall'Indagine **Tecnoborsa** è emerso che i due terzi di chi ha acquistato un'abitazione l'ha valutata e/o l'ha fatta valutare prima di comprarla ma, in particolare, il 27,7% si è servito di uno specialista del settore ovvero agenzia immobiliare o libero professionista abilitato, mentre il 43,1% ha dichiarato di aver fatto da solo sulla base di dati pubblicati da fonti varie o tramite programmi presenti su Internet.

Infine, andando ad analizzare l'offerta si è riscontrato che, nel biennio considerato, più dell'80% di chi ha venduto un immobile lo ha valutato e/o fatto valutare e il 70,4% ha dichiarato di averlo fatto in autonomia e il 15,1% di averlo fatto fare da un professionista del settore.

Infine, mettendo a confronto il ricorso alla valutazione immobiliare tra venditori e acquirenti si riscontra che vi ricorrono più i primi che i secondi, però c'è da notare che, in entrambi i casi, domina il fai da te.

Concludendo, da un *focus* su chi ha utilizzato un professionista del settore risulta che l'agenzia immobiliare è preferita sia da chi vende che da chi acquista, anche se il *gap* con chi ha acquistato è molto ampio.

Nota metodologica

L'obiettivo dello studio è stato quello di rilevare, descrivere e analizzare l'andamento degli acquisti e delle vendite immobiliari presso un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse formato dalle famiglie italiane (analizzate su 54 Comuni), che abbiano effettuato delle transazioni immobiliari nel biennio 2016-2017 o che abbiano intenzione di effettuare delle transazioni immobiliari nel biennio 2018-2019.

- Campione rappresentativo dell'universo delle famiglie italiane (residenti nei Capoluoghi di Provincia, in una selezione di Comuni con una densità compresa tra i 91.000 e i 170.000 nuclei familiari e in una selezione di Comuni con una densità inferiore ai 90.000 nuclei, per un totale di 54 Comuni analizzati). Domini di studio: tipologia familiare: n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli); residenza degli intervistati: n. 54 classi (tutti i Capoluoghi di Provincia e i Comuni stratificati in fasce di densità). I dati sono riportati all'universo. Campione *focus* NTN: campione di famiglie italiane (nei Comuni analizzati), che hanno effettuato un'acquisto/vendita di un'abitazione nel biennio '16-17. Il sovracampionamento è stato calcolato sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN), rispetto alla quota di proprietà compravendita, sulla base dei dati contenuti nel "*Rapporto Immobiliare 2017 "Residenziale" – Agenzia del Territorio*".
- Numerosità campionaria complessiva: 2.017 casi. Anagrafiche "*non reperibili*": 10.846 (53,9%); "*Rifiuti*": 7.254 (36,1%); "*Sostituzioni*": 18.100 (90,0%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,2\%$). Campione *focus* NTN: Numerosità campionaria complessiva: 402 casi. Anagrafiche "*non reperibili*": 1.416 (60,0%); "*Rifiuti*": 543 (23,0%); "*Sostituzioni*": 1.959 (83,0%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 5,0\%$). Fonte delle anagrafiche: elenchi telefonici dei Comuni analizzati.
- Metodo di contatto: interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).
- Tecnica di rilevazione: questionario strutturato.
- Periodo di effettuazione delle interviste: dal 3 aprile al 2 maggio 2018.