

QEI

PERIODICO SEMESTRALE

Quaderni

DI ECONOMIA IMMOBILIARE

Edizione Speciale

41 | 2025

L'EVOLUZIONE DELLE DINAMICHE DELL'ABITARE IN ITALIA: 20 ANNI DI INDAGINI TECNOBORSA

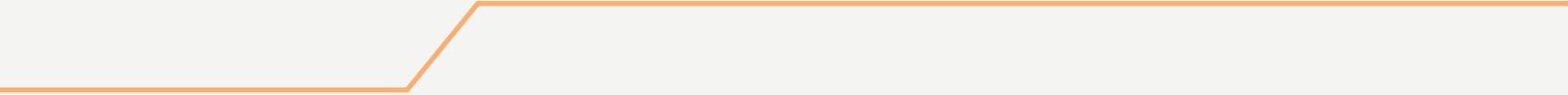
FOCUS SUL MERCATO RESIDENZIALE ROMANO

 **Tecnoborsa**
Organizzazione del Sistema delle Camere di Commercio
per lo Sviluppo e la Regolazione dell'Economia Immobiliare



Con il contributo

 **Camera di Commercio
Roma**



QEI

*La casa dovrebbe essere lo scrigno
del tesoro del vivere.*

(Le Corbusier)



QEI - Quaderni di Economia Immobiliare Periodico semestrale di Tecnoborsa



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

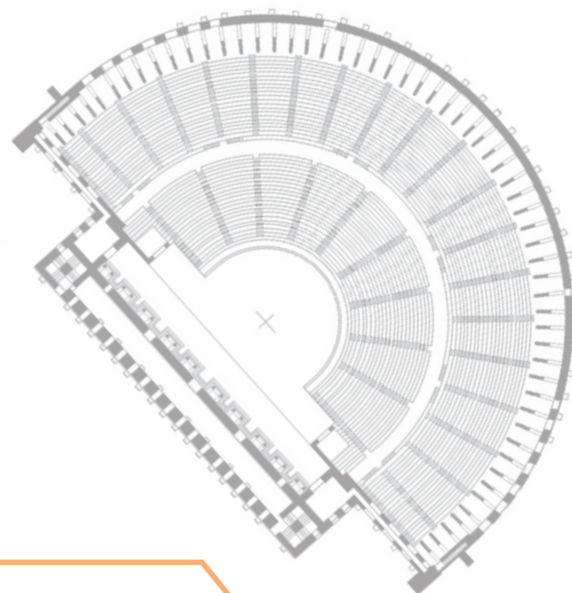
Viale delle Terme di Caracalla, 69/71
00153 Roma
Telefono (+39) 0657300710
info@tecnoborsa.com
www.tecnoborsa.com

Ogni diritto è riservato.

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

*Tecnoborsa 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.*

*Tecnoborsa è a disposizione per eventuali diritti
di terzi.*



Impaginazione: Tipografare



Tecnoborsa

Tecnoborsa è una società consortile per azioni impegnata nello sviluppo del mercato immobiliare attraverso la creazione di sistemi, strumenti e linee guida che favoriscano l'interazione di tutti i soggetti del settore. L'azionariato è riconducibile in modo prevalente al sistema delle Camere di Commercio che detengono la maggioranza assoluta del capitale sociale.

In linea con la propria missione istituzionale e per consolidare le funzioni di analisi e approfondimento, Tecnoborsa opera con un proprio Centro Studi sull'Economia Immobiliare che cura la rilevazione, l'elaborazione e la diffusione di dati utili per la pianificazione e l'attuazione di scelte nella sfera della politica economica, urbanistico-edilizia, creditizia e fiscale.

Tra le attività sviluppate da Tecnoborsa attraverso il proprio Centro Studi, l'Indagine annuale sul mercato

immobiliare e le famiglie italiane e la partecipazione al Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia con Banca d'Italia ed Agenzia delle Entrate. Con il proprio "Codice delle Valutazioni Immobiliari - Italian Property Valuation Standard", considerato standard di riferimento per gli operatori del settore e attraverso i QEI - Quaderni di Economia Immobiliare, Tecnoborsa offre un qualificato contributo tecnico al confronto culturale sul tema immobiliare, anche a livello internazionale.

Borsa Immobiliare di Roma

Alcuni decenni or sono la Camera di Commercio di Roma ha promosso l'attivazione della Borsa Immobiliare quale sistema di servizi per lo sviluppo e la trasparenza del mercato locale, affidandone

in seguito la gestione a **Tecnoborsa** per favorire la possibilità di fare rete con altri territori attraverso le Camere di Commercio interessate, promuovendo così valori e strumenti della Borsa stessa. Di particolare rilievo tra le attività di Borsa la realizzazione del Listino ufficiale per divulgare le quotazioni di mercato rilevate da un comitato tecnico, attraverso una metodologia oggettiva e validata da terzi.

Gli agenti che fanno parte del sistema Borsa scelgono di operare secondo prassi e regolamenti in cui centrale è la qualità nelle diverse declinazioni. Ogni agente della **Borsa Immobiliare di Roma** punta ad un costante accrescimento dei propri standard professionali, privilegiando un approccio al mercato ed alla interazione con il cliente orientato alla massima trasparenza e attenzione attraverso la cura dei bisogni espressi, cercando di intercettare ed anticipare anche quelli non ancora manifestati.



Sommario

Presentazione 8

I. VENT'ANNI DI INDAGINI TECNOBORSA: L'EVOLUZIONE DELLE DINAMICHE DELL'ABITARE

**1. Roma e il mercato residenziale italiano:
una retrospettiva ventennale guardando
al futuro 11**

1.1. L'immobiliare al confronto con la demografia.....13

**2. Vent'anni di indagini
Tecnoborsa sul mercato
immobiliare italiano 15**

2.1. Previsioni e tendenze future per acquisto
e locazione di immobili residenziali in Italia18

**3. Il mercato immobiliare a Roma
nelle indagini di Tecnoborsa..... 19**

3.1. Uno sguardo al futuro per acquirenti
e venditori a Roma.....22

4. Roma nello scenario nazionale e la possibile evoluzione nel prossimo triennio.....	23
--	-----------

II. IMPATTO DELL'EVENTO GIUBILARE E DEI FLUSSI TURISTICI E CULTURALI SUL MERCATO ABITATIVO ROMANO

1. Riconciliare l'immobiliare e il turismo a Roma .	27
1.1. Giubileo e dinamiche turistiche	27
1.2. I grandi attrattori logistici	28
2. Il mercato residenziale stabile, la Capitale primo mercato.....	29
3. Roma città leader nei flussi culturali.....	30

III. LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

1. L'intermediazione	34
2. La valutazione	35
3. Il ricorso ai mutui	36

IV. LE FAMIGLIE ROMANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

1. L'intermediazione	39
1.1. Nel processo di acquisto.....	39
1.2. Nel processo di vendita.....	40
2. La valutazione	41
3. Il ricorso ai mutui	42

NOTA METODOLOGICA

Definizione del campione di indagine	45
Numerosità campionaria	45
Metodo di rilevazione	45
Fase di analisi	45
Contenuti della serie storica delle indagini	45



a cura di Valter Giammaria
Presidente Tecnoborsa

Presentazione

Abbiamo scelto una frase del noto architetto Le Corbusier per sintetizzare la visione che ha ispirato l'elaborazione di questa analisi di venti anni di indagini sul mercato residenziale nazionale a confronto con la realtà romana.

La casa come scrigno di ricordi, emozioni, dei momenti preziosi della nostra esistenza, ma anche catalizzatore di relazioni umane, elemento per lo sviluppo degli spazi della collettività che storicamente attorno all'idea di casa si sono via via sviluppati ed organizzati, dai villaggi alle cittadine fino alle moderne metropoli.

La continuità del nostro Osservatorio ha garantito negli anni la salvaguardia della **serie storica delle Indagini** per quanto concerne l'andamento del mercato immobiliare presso le famiglie italiane, aiutandoci a comprendere dinamiche e andamento del settore residenziale.

Il focus sul mercato romano, che può contare su una serie storica decennale, è di aiuto poi per comprendere e anticipare taluni fenomeni dal momento che Roma vanta il più alto numero di unità immobiliari residenziali (oltre 1,4 milioni), pari al 4,1% dello stock nazionale. Inoltre la città si posiziona come leader in Italia per volume di compravendite. In un settore strategico quale è l'immobiliare, è fondamentale la promozione di standard professionali elevati e servizi innovativi rivolti agli operatori del settore e alla collettività.

Ciò è possibile solo grazie alla disponibilità di dati e

informazioni certi, resi disponibili attraverso l'adozione di metodi di lavoro scientificamente rigorosi.

Trasparenza e ricchezza informativa, chiarezza delle regole, coerenza dei comportamenti professionali sono

condizioni essenziali per rafforzare l'efficacia delle scelte economiche delle famiglie e delle imprese, ed è per questo che Tecnoborsa promuove **la cultura della qualità nel mercato immobiliare**, realizzando strumenti e percorsi di aggiornamento e approfondimento che sostengano da un lato la competenza di professionisti e operatori, dall'altro la consapevolezza dei cittadini, per affrontare le sfide di un settore in continua trasformazione. Sono molteplici e diversificati gli strumenti che mettiamo a disposizione: indagini, ricerche, corsi di formazione ed aggiornamento, linee guida, anche attraverso una rete di collaborazioni importante, con diversi soggetti della filiera.

Il panorama documentale offerto dalle Indagini sulle famiglie, è completato dal Sondaggio congiunturale sull'andamento del mercato immobiliare nazionale che realizziamo da diversi anni ormai, con Banca d'Italia e Agenzia delle Entrate su di un panel di oltre 1.500 agenzie immobiliari e che viene reso disponibile con cadenza periodica.

Offriamo alle categorie professionali interessate al settore delle valutazioni immobiliari il **Codice delle valutazioni immobiliari** edito da Tecnoborsa di cui è stata di recente pubblicata la sesta edizione, profondamente aggiornata rispetto alle precedenti per le innovazioni intervenute nel framework normativo di riferimento per il settore. Si tratta

di un'Opera che per l'approccio condiviso con un Comitato tecnico scientifico di elevato profilo che ne ha seguito tutti i passi realizzativi, si pone come **standard di riferimento per il settore valutativo**.

A livello locale, attraverso il **Listino ufficiale della Borsa immobiliare di Roma** con le quotazioni elaborate dall'apposito Comitato sulla base dei dati forniti dalle agenzie aderenti al sistema, offriamo uno strumento tecnico di divulgazione dei valori del territorio, di recente integrato grazie ad un percorso di ampliamento delle informazioni, attraverso la mappatura dei servizi disponibili. Si tratta dei **principali indicatori che caratterizzano l'area di interesse in termini di accessibilità, qualità della vita, servizi**, con l'obiettivo finale di rendere la pubblicazione uno strumento 'dialogante' con la città. L'integrazione dei dati raccolti nelle indagini Tecnoborsa con gli indicatori di valore dei servizi sviluppati per il Listino, ha favorito la creazione di un sistema informativo utile per comprendere meglio le dinamiche del mercato; identificare aree di potenziale crescita; orientare le politiche pubbliche, attraverso interventi mirati per migliorare l'offerta di servizi e la qualità della vita nei quartieri.

Questo sistema così come i principali strumenti realizzati – tutti resi disponibili dal sito Tecnoborsa – potranno essere utilizzati da operatori del settore, dai cittadini e dalle Istituzioni per prendere decisioni informate e per promuovere uno sviluppo urbano sostenibile e inclusivo.



I. VENT'ANNI DI INDAGINI TECNOBORSA: L'EVOLUZIONE DELLE DINAMICHE DELL'ABITARE

1. ROMA E IL MERCATO RESIDENZIALE ITALIANO: UNA RETROSPETTIVA VENTENNALE GUARDANDO AL FUTURO

La ricorrenza del **ventesimo anniversario di Indagini sul mercato residenziale di Tecnoborsa** offre l'occasione per effettuare un'analisi interpretativa sull'evoluzione del mercato abitativo in questo turbolento periodo per l'economia interna e internazionale, e di conseguenza per le condizioni sociali delle famiglie romane e italiane. Tecnoborsa ha, infatti, monitorato diversi aspetti del comparto residenziale attraverso indagini dirette rappresentative della realtà italiana e delle grandi città, **con particolare attenzione per la situazione di Roma**. L'osservazione continuativa e sistematica, attraverso robusti campioni di intervistati ci riconsegna un prezioso materiale documentario sull'evoluzione del mercato immobiliare nella Capitale e nel nostro Paese, **dando voce alle famiglie, vere protagoniste del comparto immobiliare residenziale**.

Il materiale risulta in piena sintonia con l'attualità delle problematiche abitative che, anche sotto il profilo istituzionale, stanno registrando un rinnovato interesse nel dibattito pubblico. Per la prima volta la **Commissione Europea**, con un apposito Commissario, e il **Parlamento Europeo**, con una specifica Commissione, hanno riconosciuto **la casa come una rilevante questione sociale e i sindaci dei grandi comuni, primo fra tutti quello di Roma, sono diventati interlocutori per realizzare interventi in questo settore**.

Di Piano Casa, housing sociale, rigenerazione dei quartieri residenziali periferici si torna a discutere come parte dell'agenda per le politiche sociali e territoriali anche nel nostro Paese, mentre vengono messi in cantiere interventi innovativi e sperimentate modalità di collaborazione fra settore pubblico e investitori privati.

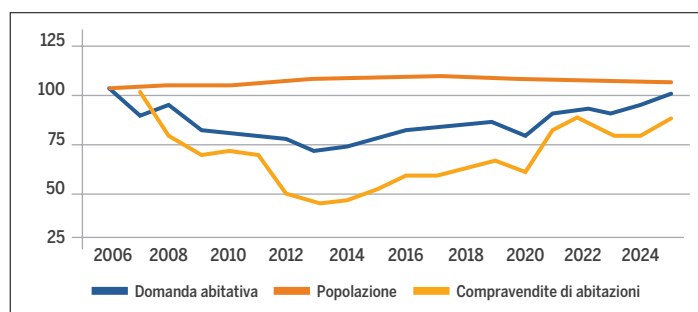
Con la fine dell'intervento pubblico per la casa, a metà degli anni '90, il mercato privato è sembrato sufficientemente flessibile da rispondere all'esigenza delle diverse fasce di domanda alloggiativa. Il volume di compravendite è andato crescendo fino a superare le ottocentomila transazioni proprio a ridosso del primo default finanziario globale del 2008. Le diverse crisi che si sono succedute - da quella del debito sovrano alla pandemia per ricordare le maggiori - hanno determinato una serie di *stop and go* e solo negli ultimi anni è leggibile un recupero nel volume degli scambi residenziali, e una domanda in crescita a una

velocità superiore all'ammontare delle effettive transazioni.

Esiste, quindi, un **differenziale fra domanda e offerta** che lascia una quota di famiglie insoddisfatte. Un divario, cui non è estraneo anche la riconversione di una parte significativa del patrimonio abitativo a usi temporanei. Seppur circoscritto alle destinazioni turistiche e alle grandi città, il fenomeno degli affitti brevi sta creando tensioni nel mercato per usi residenziali permanenti e di lunga durata. Questo quadro specifico va poi collocato in quello che potremmo definire il più rilevante fenomeno sociale del secolo, ovvero il **declino demografico** dei grandi paesi industriali e specialmente di quelli europei. La riduzione della popolazione residente non sembra incidere significativamente sul volume della domanda abitativa che come è noto si riferisce alle unità familiari rappresentate da singoli o altre tipologie con più componenti. I nuclei si riducono di dimensioni ma si moltiplicano per numerosità.

Infatti, nonostante nell'ultimo decennio i residenti in Italia abbiano iniziato a flettere, **la domanda abitativa ha registrato un andamento espansivo**, cosa che prevedibilmente continuerà anche per i prossimi anni (fig. 1).

Fig. 1 - Andamento di lungo periodo (2006 -2025) della popolazione residente in Italia, della domanda abitativa e delle transazioni residenziali (Numero indice 2006 = 100)



Fonte: elaborazioni Rur su dati Istat e Omi, stime Rur

Nelle **indagini realizzate da Tecnoborsa** sui comportamenti familiari - a Roma e in Italia - relative all'acquisto o alla locazione di un alloggio¹ viene data conferma all'andamento effettivo delle compravendite registrate dall'Osservatorio del Mercato Immobiliare

¹ Quota percentuale di famiglie che hanno acquistato o affittato un alloggio nel biennio precedente all'anno di rilevazione

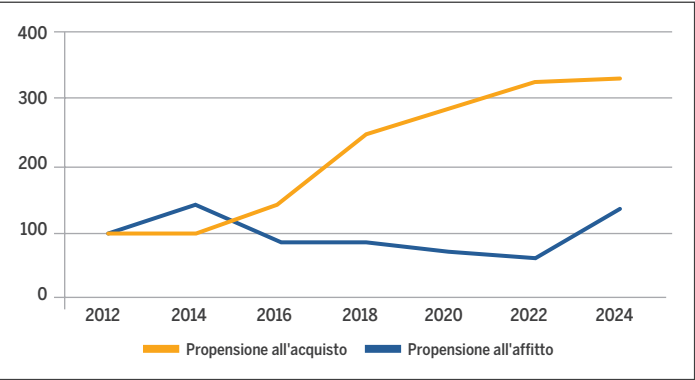
dell'Agenzia delle Entrate. Infatti, sia per quanto riguarda la media italiana che la situazione romana rispetto al 2012² la quota di nuclei familiari che hanno acquistato un'abitazione risulta in progressivo aumento.

Per quanto riguarda la **media italiana** risulta, tuttavia, chiaro l'andamento divergente fra acquisto e locazione; a partire dal 2014, infatti, si **rafforza e cresce la tendenza verso la proprietà** e si riduce la già minoritaria quota di nuclei che si rivolgono all'affitto (fig. 2).

A **Roma** l'andamento rilevato dalle indagini di Tecnoborsa vede nel primo biennio d'osservazione una riduzione della propensione all'acquisto e una certa tenuta dell'affitto, cui è seguito uno sviluppo degli acquisti a partire dal 2016, in un perdurante ciclo in arretramento delle locazioni, che comunque proprio nel 2024 hanno registrato una fiammata positiva (fig. 3).

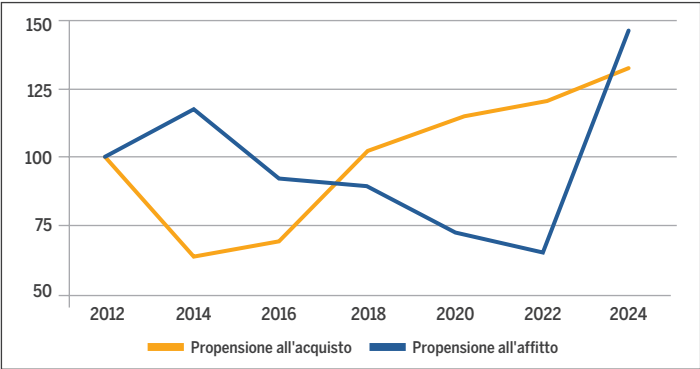
I due grafici rilevano una **complementarietà fra proprietà e affitto**, che tendenzialmente si compensano a seconda delle condizioni del mercato, i prodotti offerti, le disponibilità delle famiglie, le condizioni del credito. Almeno per gli anni passati, il mercato non ha avuto andamenti *sintonici* - ovvero crescita simultanea di proprietà e affitto - ma piuttosto *distonici* che indicano l'esistenza nel mercato immobiliare di Roma e italiano di continui aggiustamenti fra domanda e offerta.

Fig. 2 - Andamento della quota di famiglie acquisite o affittuarie di un'abitazione in Italia (N.I. 2012=100)



Fonte: elaborazione Rur su indagini Tecnoborsa (vari anni)

Fig. 3 - Andamento della quota di famiglie acquisite o affittuarie di un'abitazione a Roma (N.I. 2012=100)

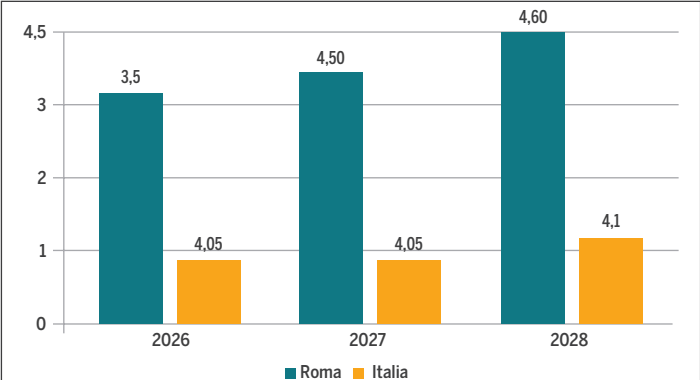


Fonte: elaborazione Rur su indagini Tecnoborsa (vari anni)

Sulla base dell'analisi precedentemente sintetizzata è stato effettuato un esercizio previsivo riguardante il triennio 2026-2028.

Per la **propensione all'acquisto** la quota annua di famiglie si manterrà sui livelli attuali con una possibile ulteriore, seppur limitata crescita, sia a Roma che nella media italiana (fig. 4).

Fig. 4 - Previsioni per il prossimo triennio della propensione all'acquisto di un'abitazione (val. % annuo sul totale famiglie)



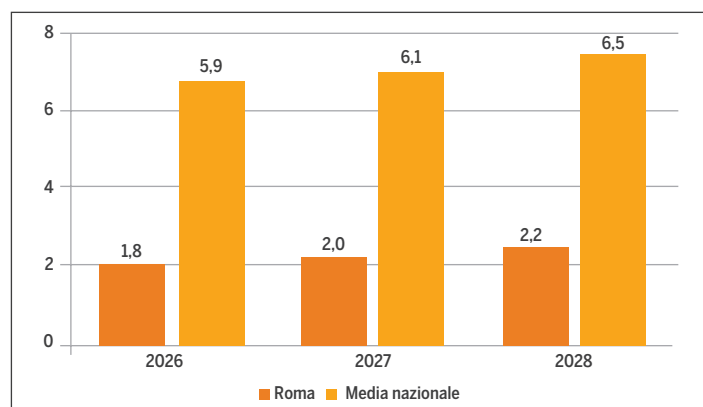
Fonte: stime Rur

2 Per il confronto fra Roma e la media Italia ci si riferisce al periodo 2012-2024 in cui è possibile tale comparazione. Per quanto riguarda l'analisi nazionale di cui al capitolo 2, il periodo di riferimento è 2004-2024.

Per quanto riguarda **la richiesta di case in locazione** si prevede per Roma una lieve crescita rispetto alla quota attuale (da 1,9% al 2,2% del 2028), mentre più pronunciata si stima sarà la quota di famiglie alla ricerca di un alloggio in locazione nel valore medio italiano (dal 2,8% al 6,5%), dati che confermano l'attenzione che le istituzioni nazionali ed europee stanno rivolgendo alle politiche abitative soprattutto per l'affitto (fig. 5).

Come osservato in precedenza, guardando al futuro pertanto bisognerà prestare particolare attenzione alla demografia, un paradigma di riferimento differenziato territorialmente e che avrà sempre maggiore incidenza sulle tipologie di alloggi richiesti.

Fig. 5 - Previsioni per il prossimo triennio sulla propensione alla locazione di lunga durata (val. % annua sul totale famiglie)



Fonte: stime Rur

1.1. L'immobiliare al confronto con la demografia

Non per caso le **indagini di Tecnoborsa** del trascorso ventennio si intitolano "**Le famiglie italiane e il mercato immobiliare**" perché sono i nuclei familiari la vera unità di misura della domanda abitativa. Molte evidenze empiriche rendono inevitabile una percezione dell'andamento declinante della **popolazione e la sua profonda trasformazione strutturale**. Un processo in atto da decenni, come risultato di molte e differenziate cause, che è difficile ribaltare completamente. Gli interventi in campo demografico, anche quelli più radicali e avanzati, sono riusciti solo parzialmente ad attenuare il crollo della na-

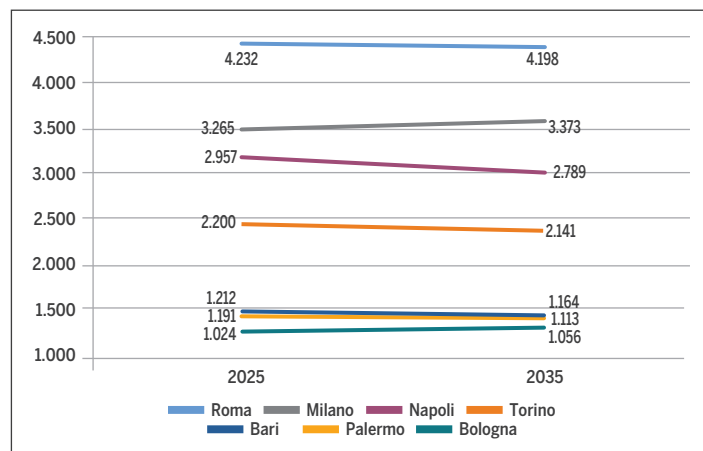
talità. **Nessun paese dell'Unione Europea raggiunge un tasso di fertilità del 2,1 figli per donna che consentirebbe una stabilità riproduttiva**. Il crollo della natalità implica, per il mantenimento degli stock di popolazione nei paesi più ricchi, l'accettazione di flussi migratori regolari e organizzati, della cui inderogabile necessità per compensare i vuoti esistenti soprattutto nel mercato del lavoro, pochi esprimono dubbi.

Il mercato immobiliare è fortemente influenzato dalle dimensioni e comportamenti del corpo sociale in quanto tutte le attività che direttamente o indirettamente alimentano gli investimenti immobiliari devono misurarsi con lo stock di domanda da soddisfare, le funzioni residenziali prime fra tutte. La prevedibile perdita di abitanti stimata dall'Istat per l'Italia desta comunque non infondate preoccupazioni riguardo alla stabilità economica e sociale del Paese, soprattutto quanto a composizione per età della popolazione e in particolare per la forte riduzione della popolazione in età lavorativa. Squilibri nei conti previdenziali e carenza di mano d'opera sono le conseguenze inevitabili di un tale andamento.

Evitando di esaminare le tendenze di medio periodo, ma traguadando cosa succederà nel breve periodo, le previsioni demografiche ci dicono che da qui **al 2030 la popolazione italiana si ridurrà di mezzo milione di abitanti** da 59 milioni del 2024 a 58,5. Ma questa diminuzione deriverà da una sommatoria di "più" del Centro-Nord e di "meno" del Sud. Il Nord Italia crescerà di duecentomila abitanti, il Centro di centomila abitanti, mentre il Mezzogiorno ne perderà settecentomila. Fra le Città Metropolitane **Roma** registrerà un sostanziale equilibrio anche spingendoci ancora più avanti, all'orizzonte dei prossimi dieci anni. Al 2035 Milano passerà dagli attuali 3.265mila residenti a 3.373mila, Bologna da 1,024mila a 1.056mila, Roma resterà praticamente stabile da 4.232mila a 4.198mila. Le perdite demografiche sono significative per Napoli che nel 2035 si ritroverà con il 6% di residenti in meno e per Torino anche se in misura più contenuta, a fronte di un incremento del numero di abitanti, come detto, del 3% sia a Milano che ai Bologna (fig. 6).

È quindi prevedibile che le dinamiche demografiche nei prossimi anni confermino una gerarchia che nei fatti qualifica - a diverso titolo - le aree più dinamiche del Paese. Accanto all'asse Milano-Bologna, **Roma si conferma come unico altro polo italiano demograficamente attivo** anche grazie a una ripresa degli investimenti infrastrutturali e del mercato immobiliare residenziale e non.

Fig. 6 – Previsioni della popolazione residente in un campione significativo di Città Metropolitane italiane nel decennio 2025-2035 (migliaia di abitanti)

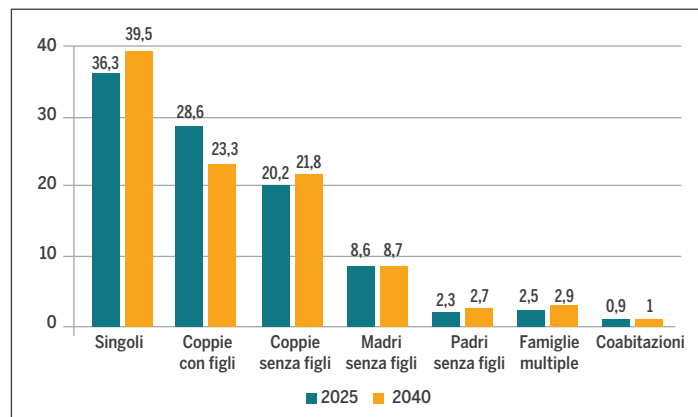


Fonte: elaborazione Rur su dati Istat

C'è un altro aspetto importante nella lettura in filigrana degli scenari demografici futuri e riguarda un altro aspetto dei riflessi sulla domanda immobiliare per l'abitare. In particolare, come affermato in precedenza, è indispensabile considerare quale riferimento per molti prodotti immobiliari - primo fra tutti la casa - la famiglia, intesa come "persone o gruppo di persone che vivono abitualmente nella stessa abitazione". La tendenza delle recentissime previsioni effettuate dall'ISTAT in merito, sono assolutamente confortanti perché indicano chiaramente un aumento del numero dei nuclei familiari. Dagli attuali 26,5 milioni di famiglie si passerà, in Italia, nel 2040 a 27,2 milioni, quindi una tendenza in direzione opposta al declino della popolazione. **Per configurare prodotti immobiliari congruenti con la diversa composizione della struttura familiare bisognerà tenere nella massima considerazione il progressivo restringimento delle dimensioni medie dei nuclei.**

I **single** (giovani o anziani) **cresceranno di un milione** per una quota sul totale del 39,5% dall'attuale 36,3%. Le **coppie senza figli aumenteranno di seicentomila unità** passando dal 20,2% al 21,8%. Le famiglie tradizionali formate da genitori e figli perderanno 1,3 milioni di nuclei scendendo a coprire il 23,3% del totale dall'attuale 28,6%. In crescita anche madri o padri soli con figli e le libere convivenze (fig. 7).

Fig. 7 - Incidenza delle tipologie familiari sul totale in Italia al 2025 e previsioni al 2040 (val. %)



Fonte: elaborazione Rur su dati Istat

La consistente presenza di nuclei familiari, in crescita nei prossimi anni, fa presupporre che anche la **domanda abitativa si manterrà vivace** almeno all'orizzonte dei quindici anni a venire, ma con una **profonda trasformazione della sua composizione per tipologia** da combinare anche con i cambiamenti nell'utilizzo degli spazi domestici. Spetterà agli operatori saper cogliere questi inequivocabili segnali che spingono verso sostanziali innovazioni.

Tramite **conoscenza, tecnologie, progettualità inventiva, professionalità è possibile affrontare positivamente la nuova situazione**. Si può agire rivoluzionando lo spazio abitativo, in considerazione dell'ampio ricorso del lavoro a distanza, aiutando strutturalmente i genitori a condividere la cura dei figli e ampliando le possibilità di conciliazione fra tempi per l'attività e tempi per la famiglia. Ma, altrettanto vale per la conformazione degli edifici e dei complessi residenziali, specie in una grande città come Roma. Se considerassimo nidi condominiali, co-working di caseggiato, fitness center residenziali etc. non più solo *amenities* per immobili di lusso, ma il nuovo standard domestico, forse potremmo contribuire a migliorare le condizioni alla base della scelta di fare figli o meno. E poi, per il 37% di singoli - quasi dieci milioni - bisognerebbe articolare offerte immobiliari per segmenti, non considerando questo come un universo omogeneo. **Il tema della solitudine non è mai stato un parametro da includere fra i criteri per progettare nuovi format**

abitativi, e invece andrebbe considerato.

Tali suggerimenti di prospettiva trovano nelle indagini ventennali realizzate da Tecnoborsa quegli elementi di carattere strutturale di straordinario rilievo per interpretare al meglio le tendenze del mercato immobiliare a Roma e in Italia. È un repertorio in grado di sollecitare riflessioni su molteplici aspetti cui è connesso il mercato immobiliare, **dall'intermediazione alla progettazione, dalle politiche pubbliche all'urbanistica.**

2. VENT'ANNI DI INDAGINI TECNOBORSA SUL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO

Grazie alla serie storica di indagini realizzate da Tecnoborsa nel ventennio 2004-2024 è possibile tratteggiare il quadro evolutivo del mercato immobiliare residenziale del nostro Paese.

L'indagine, innanzitutto, ha rilevato la quota di famiglie che nei vari anni ha dichiarato di aver acquistato un alloggio.

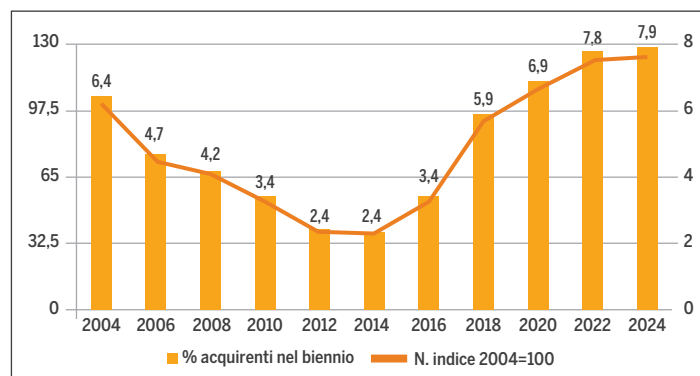
L'analisi per *time series* evidenzia come al boom dei primi anni 2000 è seguito un andamento decrescente della propensione all'acquisto, culminato con un valore negativo negli anni (2012-2014) della seconda crisi finanziaria globale che, in Italia, si è manifestata in modo rilevante con il pericolo di default del debito sovrano.

Superata quella crisi, il mercato residenziale ha visto una tendenza espansiva della domanda familiare, tanto che la quota di famiglie acquirenti di un immobile a partire dal 2014 è tornata decisamente a crescere, e nell'ultima rilevazione del 2024 ha superato il pur elevato valore del 2004, raggiungendo un massimo storico del ventennio. Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione, si è passati dal 6,4% delle famiglie nel 2004, per scendere al 2,4% del 2014 e risalire progressivamente al 7,9% del 2024 (fig. 8).

La **motivazione all'acquisto** in tutto il ventennio ha riguardato principalmente l'**accesso alla casa principale**, che nell'ultimo anno risulta essere per il 79,5% degli acquirenti la ragione che ha portato a effettuare tale transazione.

A questa motivazione si deve anche aggiungere l'**acquisto di un alloggio per parenti prossimi**, che tuttavia risulta in leggero decremento dal 13,8% del 2004 al 5,5% del 2024. Anche l'acquisto per **investimento** risulta in leggera diminuzione, dal 9,2% al 5,2% (fig. 9).

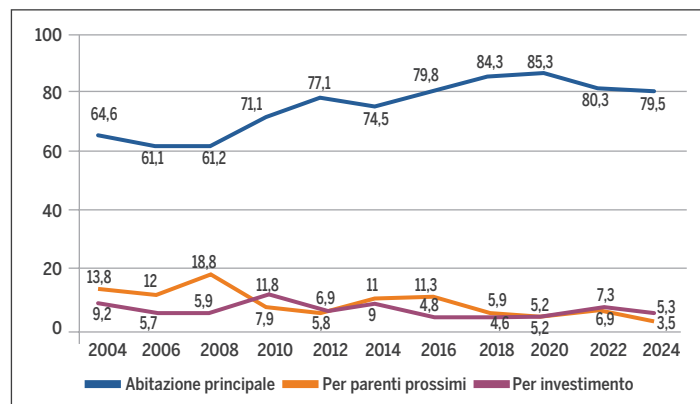
Fig. 8 - Andamento degli acquirenti di un'abitazione(1) in Italia (val. % e Numero Indice)



(1) Con riferimento al biennio precedente l'anno di rilevazione

Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2004-2024

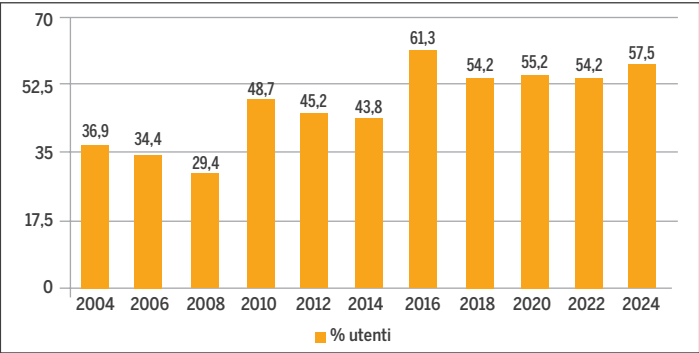
Fig. 9 - Principale motivazione per l'acquisto (val. % sul totale acquirenti)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Le indagini hanno rilevato il ruolo crescente delle **agenzie immobiliari** quale strumento principe al servizio delle famiglie per le compravendite. All'inizio del periodo, nel 2004, il 36,9% degli intervistati ha dichiarato di aver utilizzato l'agenzia immobiliare per l'acquisto, la quota è progressivamente aumentata fino a raggiungere nell'ultimo anno il 57,5% (fig. 10).

Fig. 10 - Utilizzatori di un'agenzia immobiliare nella compravendita (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

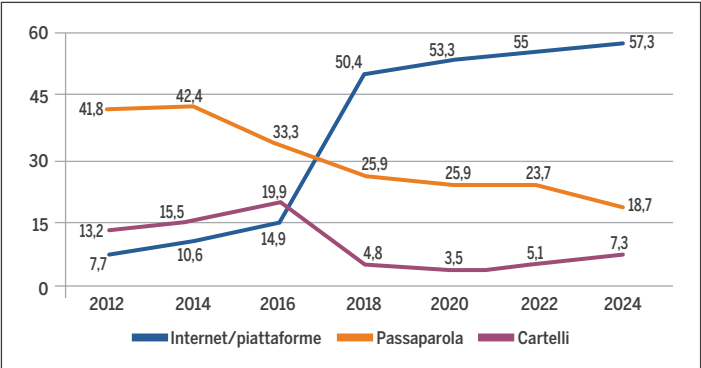
Quanto ai **canali informativi** nella ricerca di un alloggio, emerge con chiarezza, soprattutto a partire dagli anni '10, il crescente ruolo delle **piattaforme digitali e di internet**, tecnologia che si è andata affermando come principale strumento utilizzato per esplorare le offerte del mercato. Ovviamente le piattaforme digitali usufruiscono dell'attività professionale delle agenzie immobiliari, che sono le vere fonti attraverso cui si alimentano i siti di informazione immobiliare. In forte regresso risulta sia il passaparola (vi ricorreva il 41,8% nel 2012 sceso al 7,8% nel 2024), come pure i cartelli apposti sui portoni degli immobili in vendita (fig. 11).

Le indagini registrano anche la quota di famiglie che hanno posto in **vendita**, in questo ventennio, un alloggio. L'andamento evidenziato dalla figura 12 pone in luce come, a partire dal 2014 (dopo quindi le due crisi finanziarie globali), sia molto cresciuta la quota di famiglie che hanno assunto la decisione di vendere la propria abitazione, passando da meno del 2% al 6,5% del 2024.

È pur vero che si è trattato in gran parte del noto fenomeno del *“baratto casa”*, ossia della vendita di un immobile per riacquistarne uno nuovo. **“Vendere per riacquistare” risulta la principale motivazione della vendita** con quote mediamente attorno al 70% delle famiglie venditrici (fig. 13).

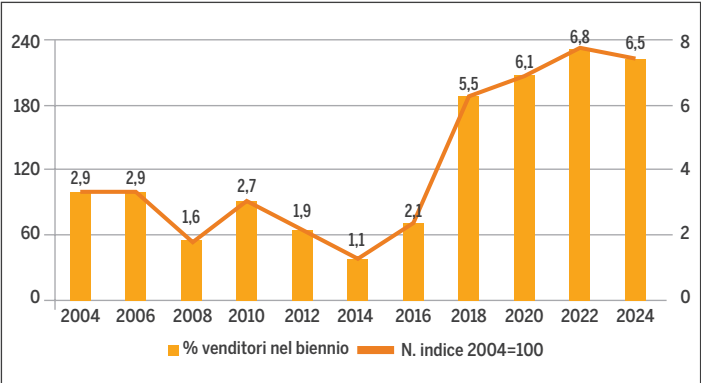
Pertanto, specie negli ultimi dieci anni si è rivelata molto pronunciata la tendenza delle famiglie a realizzare un *upgrading* della propria condizione abitativa, ovvero di adeguare l'abitazione principale alle mutate esigenze familiari.

Fig. 11 - Canali informativi per la ricerca di un alloggio (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 12 - Andamento dei venditori di un'abitazione ⁽¹⁾ (val. % e Numero indice 2004=100)



(1) Con riferimento al biennio precedente l'anno di rilevazione

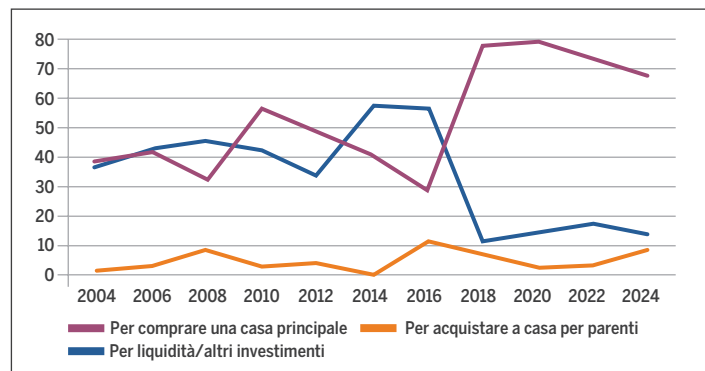
Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2004-2024

L'aspirazione a una casa più grande e meglio collocata in quartieri dotati di adeguati servizi ha portato famiglie in crescita a spostarsi verso una nuova abitazione. Al tempo stesso, la riduzione della dimensione dei nuclei familiari ha anche determinato l'acquisto di immobili di dimensioni più ridotte ma con maggiore comfort, inducendo comunque una circolazione del bene nel mercato.

Anche per quanto riguarda la vendita, le **agenzie immobiliari** hanno assunto, nel ventennio, un ruolo crescente di assistenza professiona-

le alle famiglie. Nel 2004 ha utilizzato l'agenzia immobiliare il 41,4% dei venditori, nel 2024 il 68,4% (fig. 14).

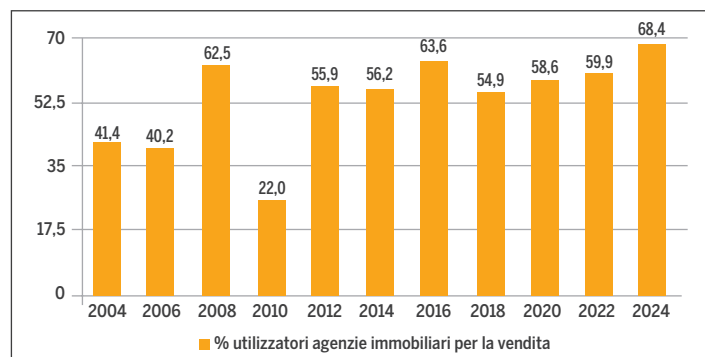
Fig. 13 - Principali motivazioni per la vendita (Val.%)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

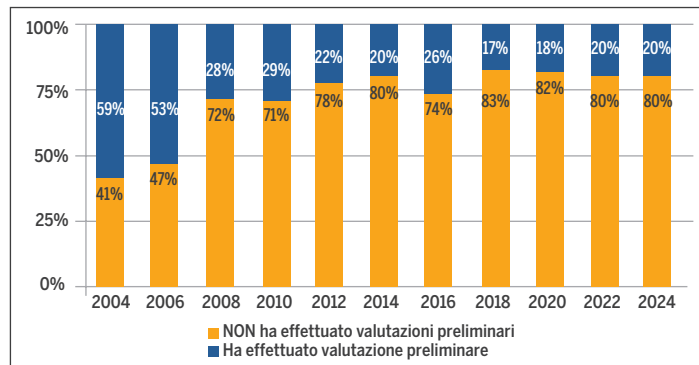
È interessante esaminare anche il tipo di prestazione richiesta alle agenzie immobiliari, in particolare la **valutazione preliminare** dell'immobile da alienare. Nel 2024 l'80,4% delle famiglie venditrici è ricorsa a un'agenzia o operatore professionale per effettuare una stima di primo avvio al processo che porterà alla contrattualizzazione. La quota registrata nell'ultimo anno d'indagine è risultata quasi il doppio rispetto a quella del 2004, pari al 41,4% (fig. 15).

Fig. 14 - Utilizzatori delle agenzie immobiliari per la vendita di un alloggio (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

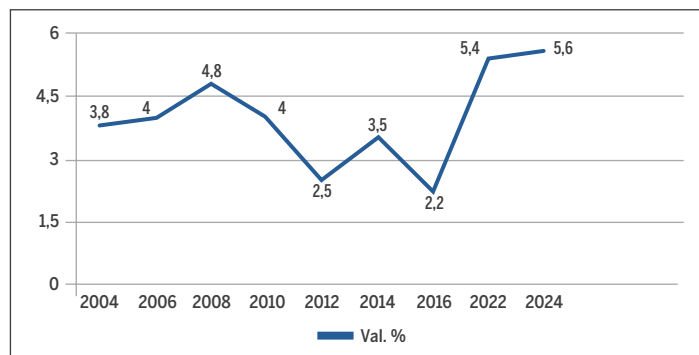
Fig. 15 - Proprietari che hanno effettuato una valutazione preliminare dell'immobile da vendere tramite operatori professionali (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Le indagini di Tecnoborsa hanno anche esaminato la propensione delle famiglie italiane a **ricercare un alloggio in locazione**. Il quadro che emerge vede una sostanziale stabilità, seppur con alti e bassi, per un lungo periodo in cui l'affitto è risultato minoritario rispetto all'acquisto. A partire dal 2020 tuttavia si assiste a un aumento delle famiglie che, in Italia, si sono rivolte al mercato locativo, presumibilmente per un peggioramento delle condizioni reddituali a fronte dei fenomeni inflattivi che si sono rivelati piuttosto pronunciati proprio a partire da quell'anno (fig. 16).

Fig. 16 - Famiglie che hanno preso in locazione un immobile⁽¹⁾ (val. %)



(1) Con riferimento al biennio precedente l'anno di rilevazione

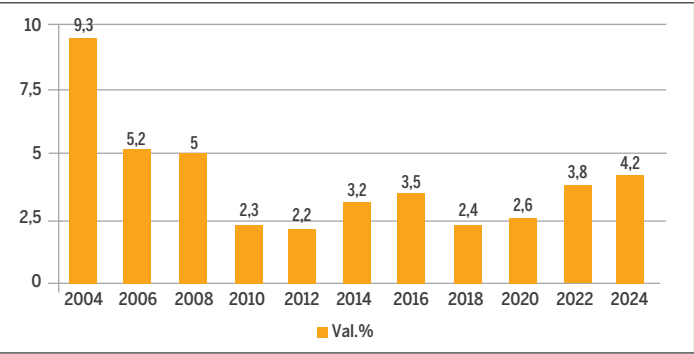
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

2.1. Previsioni e tendenze future per acquisto e locazione di immobili residenziali in Italia

Le indagini di Tecnoborsa hanno offerto agli operatori un importante indicatore congiunturale relativo alle dichiarazioni delle famiglie intervistate inerenti la ricerca di un'abitazione da acquistare o affittare nel biennio successivo a quello di rilevazione.

Un dato valido soprattutto per il periodo successivo all'anno in cui veniva effettuata l'indagine, ma utile anche a determinare la relazione fra aspettative ed effettiva operatività delle scelte. Di seguito vengono riportati gli andamenti di tale indicatore. Per quanto riguarda l'anno 2024 è stata dichiarata dal 4,2% delle famiglie intervistate l'intenzione di acquistare un'abitazione nel biennio '25-'26 (fig. 17).

Fig. 17 – Quota di famiglie intervistate propense all'acquisto di un'abitazione⁽¹⁾(val. %)



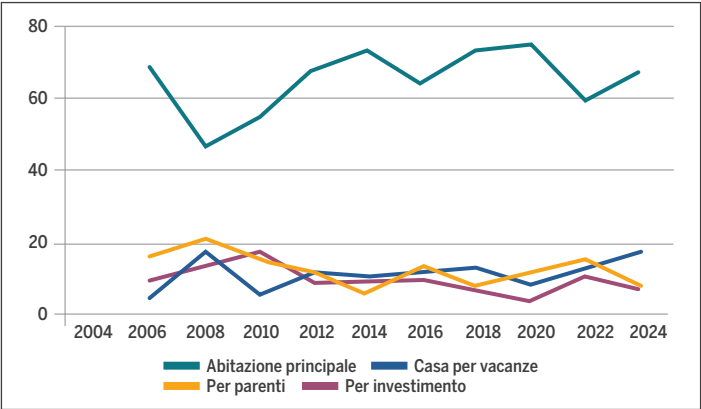
(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Per gran parte degli intervistati, anche negli anni futuri, la **motivazione principale** riguarda l'acquisto di un'abitazione principale o di un alloggio per parenti stretti. A partire dal 2020 si registra anche un leggero incremento dell'aspirazione all'acquisto di una seconda casa (fig. 18). Simmetricamente alla quota di famiglie che prevedono di acquistare un'abitazione, nel 2024 ritroviamo un 4% che si dichiara intenzionata a vendere un'abitazione (fig. 19).

È interessante che la principale motivazione della disponibilità a ven-

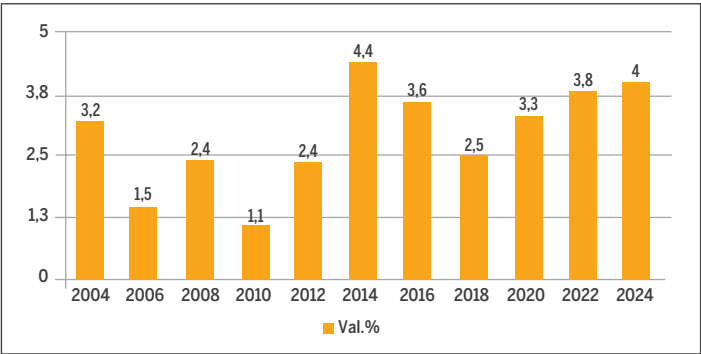
dere sia diventato, a partire dal 2022, il **poter disporre di liquidità** (fig. 20). Come si è già rilevato per quanto attiene al passato, anche nei prossimi anni una quota crescente di famiglie dichiara di cercare un **alloggio in locazione**. Nel 2022 era del 4,6%, nel 2024 (sempre con riferimento al biennio successivo) è salita al 6,6% (fig. 21).

Fig. 18 - Motivazioni per l'acquisto di un'abitazione⁽¹⁾ (val. %)



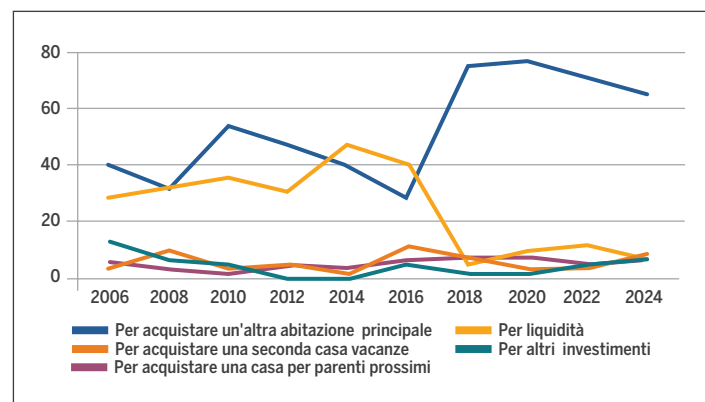
(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 19 – Quota di famiglie intenzionate a vendere un'abitazione⁽¹⁾ in Italia (val. %)



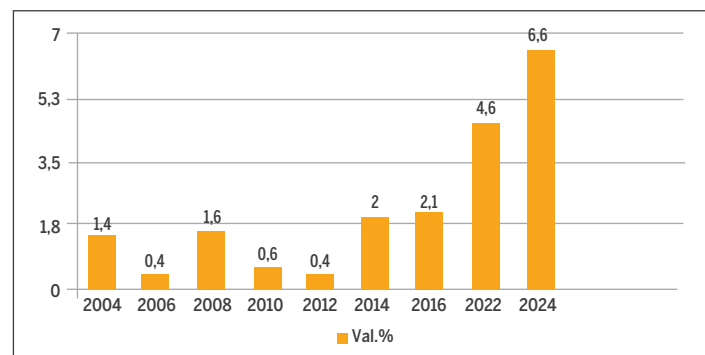
(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 20 - Motivazioni per la disponibilità a vendere un'abitazione⁽¹⁾ (val. %)



(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 21 - Quota di famiglie propense a prendere in locazione un'abitazione⁽¹⁾ in Italia (val. %)

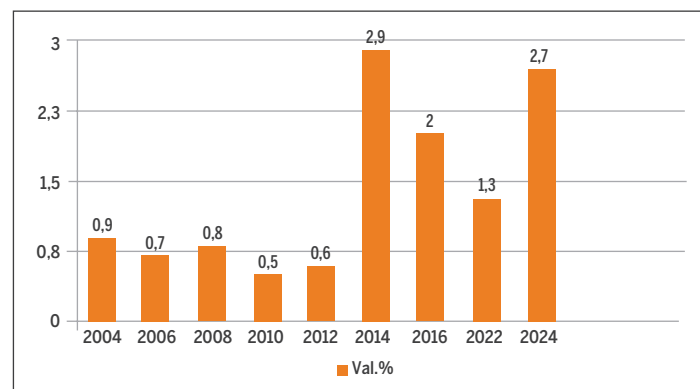


(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

All'orizzonte del 2026, l'indagine evidenzia una discrepanza fra domanda e offerta di case in affitto. Difatti, come rilevato in precedenza, il 6,6% delle famiglie intervistate è alla ricerca di un alloggio in loca-

zione, ma dal lato dell'offerta solo il 2,7% dei nuclei familiari italiani è disponibile ad affittare un'abitazione per lunga durante (fig. 22).

Fig. 22 - Quota di famiglie intenzionate a cedere in locazione un'abitazione⁽¹⁾ in Italia (val. %)



(1) Con riferimento al biennio successivo l'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

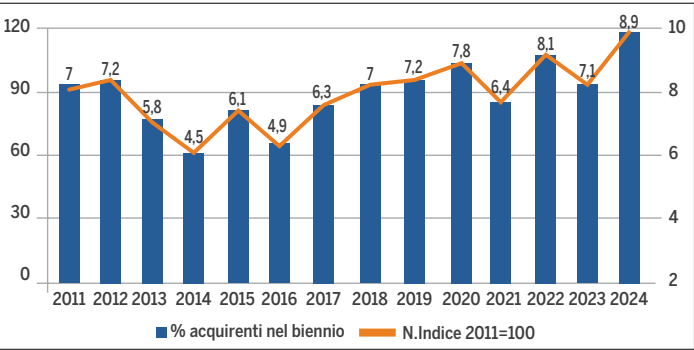
3. IL MERCATO IMMOBILIARE A ROMA NELLE INDAGINI DI TECNOBORSA

Nell'ambito dell'attività di ricerca di Tecnoborsa che, come è stato illustrato nelle pagine precedenti, rende possibile una visione di lungo periodo degli andamenti del mercato immobiliare nelle città del nostro Paese, sono stati effettuati specifici approfondimenti riguardo le grandi metropoli italiane.

Grazie ad un opportuno sovra campionamento, si è resa disponibile un'interessante documentazione sui **comportamenti immobiliari delle famiglie romane**.

Nel periodo preso in esame (2011-2024), è **risultata in aumento a Roma la quota di famiglie che ha avuto accesso alla proprietà** di un'abitazione. Si è passati da un 3,5% annuo all'ultimo dato del 2024, che fa crescere la quota annua di acquirenti al 4,5% (fig. 23).

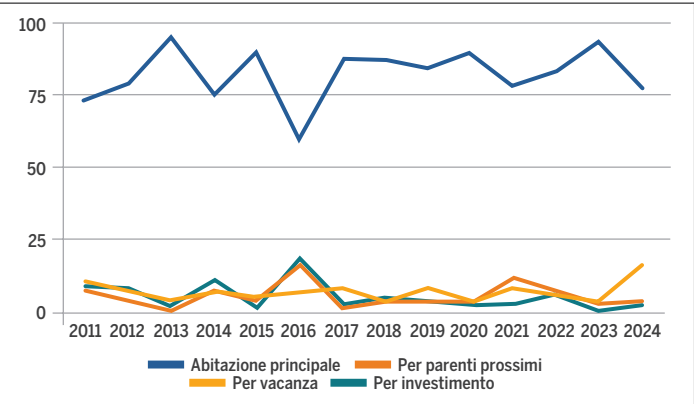
Fig. 23 - Andamento degli acquirenti di un’abitazione a Roma⁽¹⁾ (val. % su intervistati e Numero Indice 2011=100)



(1) Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione
Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2004-2024

Il mercato immobiliare romano, leader nazionale per numero di compravendite residenziali, evidenzia in tutto il periodo una quota maggioritaria (fra il 70 e il 90%) delle famiglie che hanno effettuato la transazione immobiliare per acquisire un’abitazione principale. È interessante rilevare come, nell’ultimo anno d’indagine, al secondo posto si collochi l’acquisto di una seconda casa ad uso vacanza, che ha riguardato il 16,3% dei compratori (fig. 24).

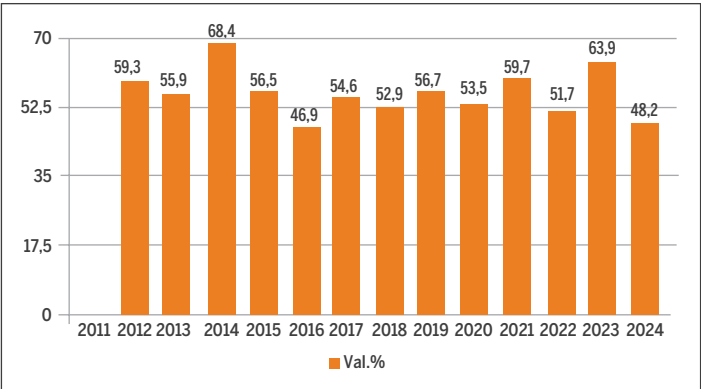
Fig. 24 - Principale motivazione per l’acquisto di un’abitazione a Roma (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

A Roma l’assistenza di un’agenzia immobiliare nella compravendita è risultata una scelta operata dalla maggioranza delle famiglie interessate, con un valore negli anni quasi sempre superiore al 50%. Scelta che, tuttavia, nel 2024 ha registrato una leggera flessione (fig. 25).

Fig. 25 - Utilizzatori di un’agenzia immobiliare nella compravendita a Roma (val. %)



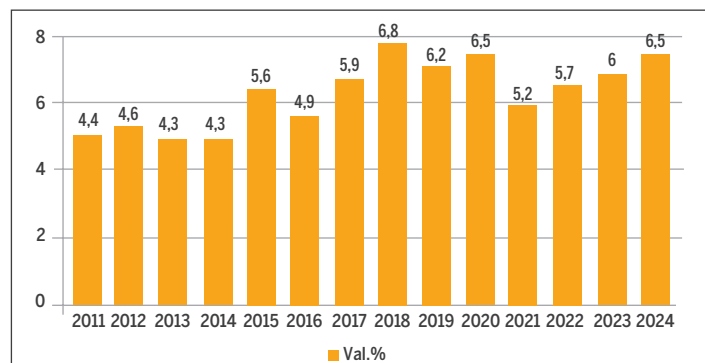
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Sono cresciute a Roma Capitale le famiglie che negli anni hanno messo in vendita un’abitazione passando dal 4,4% del 2011 al 6,5% del 2024 (fig. 26). In parallelo è cresciuta anche la quota delle famiglie che hanno venduto per ricomprare un’altra abitazione principale, quota che è passata dal 48,2% del 2011 al 66% del 2024. In leggero calo la vendita per riacquistare un alloggio da destinare a parenti prossimi, che passa dal 6% al 5,2%

È interessante notare che negli ultimi dieci anni le due principali ragioni alla base della ricerca e acquisto di un’abitazione abbiano registrato un andamento fortemente divergente.

Come chiaramente evidenziato nella figura 27, la “vendita per riacquistare” oltre a risultare costantemente la prima motivazione mostra una tendenza alla crescita (almeno fino al 2023), mentre la “finanziarizzazione” del patrimonio immobiliare (vendere per impiegare il ricavato in investimenti finanziari o semplicemente per gestire liquidità) convince quote significativamente decrescenti di famiglie (fig. 27).

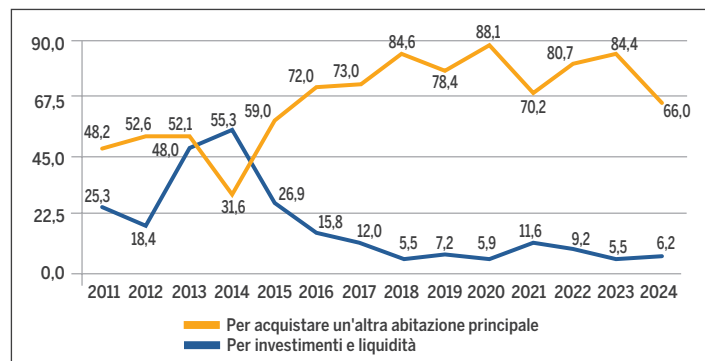
Fig. 26 - Propensione alla vendita di un'abitazione a Roma⁽¹⁾ (val. %)



(1) Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione

Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 27 - Selezionati motivi per i quali ha venduto un'abitazione a Roma (val. %)



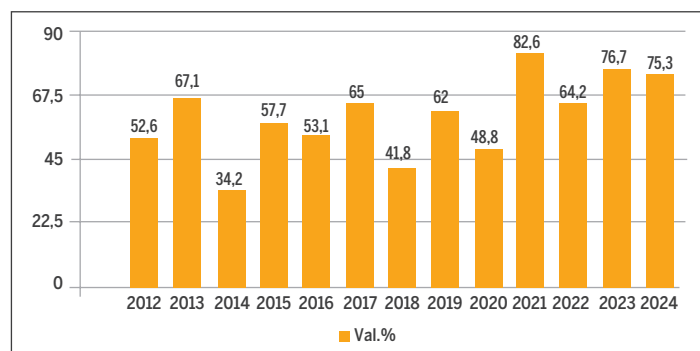
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Anche nella vendita **risalta il ruolo delle agenzie immobiliari professionali di Roma**, servizio ritenuto indispensabile e soddisfacente dalle famiglie tanto che la quota di intervistati che se ne è servita risulta **crescente** negli anni, passando da poco più della metà dei venditori (52,6%) ai tre quarti del 2024, precisamente il 75,3 % (fig. 28).

Nel processo che ha portato alla vendita è interessante notare come,

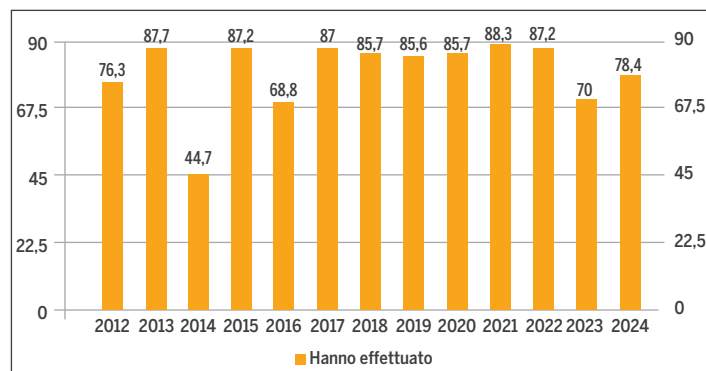
dopo un periodo in cui i potenziali venditori effettuavano nella stragrande maggioranza una **stima preliminare sul valore dell'immobile** da porre in vendita, negli ultimi anni la quota si è leggermente ridotta (nel 2024 comunque pari al 78%) ma con un preoccupante crescente ruolo del “fai-da-te” attraverso l'uso di **internet**. Un fenomeno che andrebbe preso in seria considerazione anche riguardando i possibili effetti dell'Intelligenza Artificiale nelle intermediazioni (fig. 29).

Fig. 28 - Utilizzo di un'agenzia immobiliare per vendere un'abitazione a Roma (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

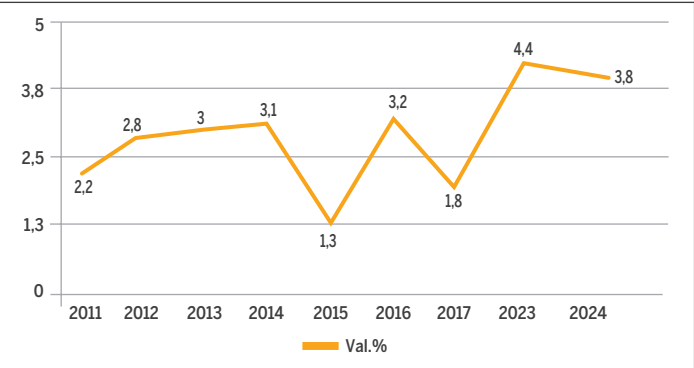
Fig. 29 - Proprietari che hanno effettuato una valutazione preliminare dell'immobile da vendere e principali modalità con cui è stata effettuata a Roma (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Un ulteriore elemento di valutazione riguardo ai comportamenti delle famiglie romane nei confronti del mercato immobiliare grazie alla sequenza di indagini effettuate da Tecnoborsa, concerne la quota di famiglie che hanno ricercato e avuto accesso a una **casa in locazione** a Roma. A partire dal 2022 si assiste al ritorno ai livelli di dieci anni fa dopo un periodo di forte contrazione (fig. 30).

Fig. 30 - Quota di famiglie che ha preso in locazione un'abitazione con contratto di lunga durata⁽¹⁾ (val. %)



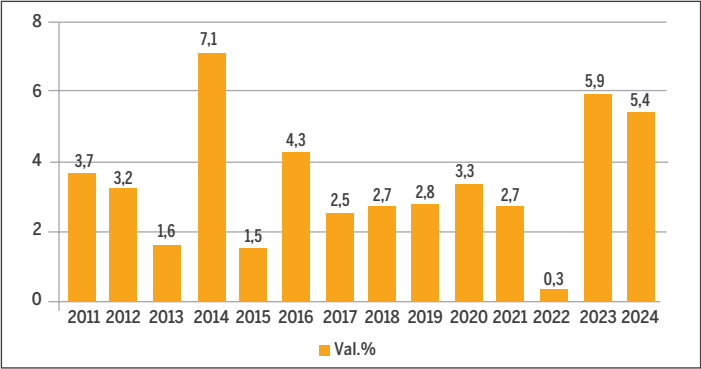
(1) Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

3.1. Uno sguardo al futuro per acquirenti e venditori a Roma

La propensione all'acquisto di un'abitazione, nella dichiarazione delle famiglie intervistate a Roma, fa emergere una ritrovata aspirazione alla proprietà della casa. Nell'ultima rilevazione del 2024 il **5,4% dei nuclei romani dichiara di voler acquistare un alloggio nel biennio successivo** (fig. 31) con la prevalente motivazione di comperare un'abitazione principale, che risulta in crescita, al pari dell'acquisto per investimento, cui non sembra estranea il successo degli affitti brevi in una città ad alto tasso di attrattività turistica come Roma (fig. 32). Per quanto riguarda la **propensione a vendere** le indagini Tecnoborsa su Roma evidenziano andamenti discontinui tali da non configurare tendenze leggibili in modo univoco, ma una rilevante volatilità delle scelte.

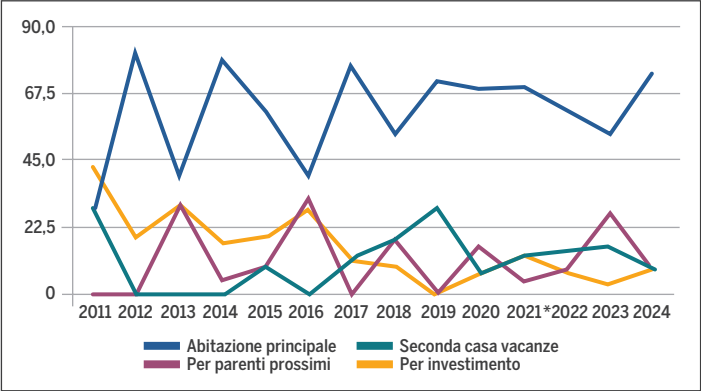
Tuttavia, la quota di famiglie che nel 2024 domanda una casa in proprietà, pari al 5,4%, e quelle disponibili potenzialmente ad offrirne una (5,1%) determinano un teorico equilibrio nel mercato in grado di ridurre possibili situazioni di tensione (fig. 33).

Fig. 31 - Propensione all'acquisto di un'abitazione a Roma(1) (val. %)



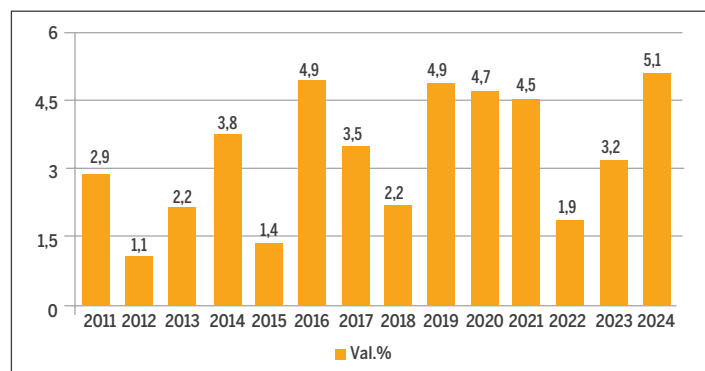
(1) Con riferimento al biennio successivo all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 32 - Motivazioni per l'acquisto di un'abitazione⁽¹⁾ (val. %)



(1) Con riferimento al biennio successivo all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 33 – Intenzione di vendere un'abitazione⁽¹⁾ (val. %)



(1) Con riferimento al biennio successivo all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

4. ROMA NELLO SCENARIO NAZIONALE E LA POSSIBILE EVOLUZIONE NEL PROSSIMO TRIENNIO

L'analisi realizzata sulla serie di dati concernenti il mercato immobiliare nazionale e romano (riferite al periodo per cui è possibile il confronto 2012-2024) consente di effettuare alcuni conclusive comparazioni e delineare possibili previsioni per il breve periodo.

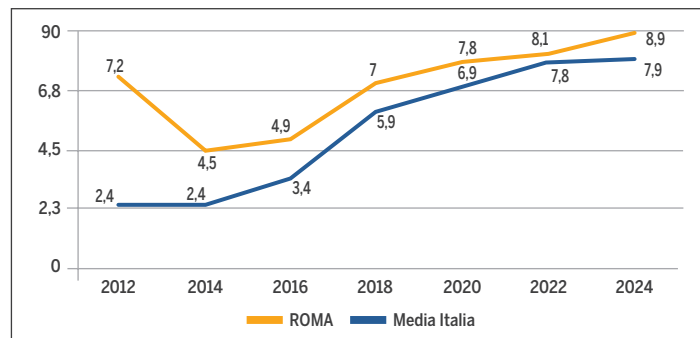
La **quota di famiglie che ha acquistato una casa cresce nell'ultimo decennio** in modo significativo sia a Roma che in Italia. La media nazionale registra una maggiore accelerazione rispetto all'area romana. Ricordando che il dato rilevato registra gli acquisti effettuati nel biennio precedente all'anno di rilevazione, emerge come si sia progressivamente passati in Italia dal 2,4% delle famiglie nel '12/'14, che rappresenta un minimo storico, al 7,9% del 2024. Mentre a Roma dopo il brusco calo del 2014 al 4,5%, i nuclei acquirenti hanno superato la media nazionale attestandosi sull'8,9% (fig. 34).

Quanto alla principale motivazione per comperare una casa sia a Roma che a livello nazionale è di gran lunga al primo posto l'accesso alla proprietà dell'**abitazione principale** nel 2024, per il 78% degli acquirenti a Roma (era il 79,1% nel 2012) e del 79,5% a livello nazionale (era 77,2% nel 2012) (fig. 35).

Sulla base degli andamenti registrati nei periodi di osservazione, differenti per i dati disponibili riguardanti Roma (2011-2024) e la media

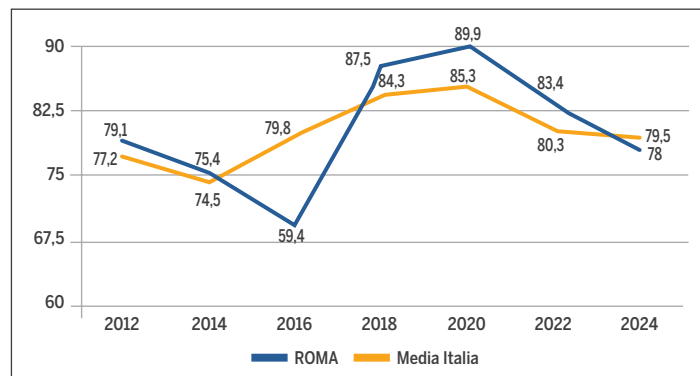
nazionale (2004-2024) si è effettuata una previsione che ha validità soprattutto quanto a direzione dei possibili trend futuri.

Fig. 34 - Andamento degli acquirenti di un'abitazione a Roma e nella media Italia⁽¹⁾ (val. % su intervistati)



(1) Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Fig. 35 - Quota degli acquirenti con motivazione all'acquisto di un'abitazione principale a Roma e nella media Italia (val. % sul totale acquirenti)

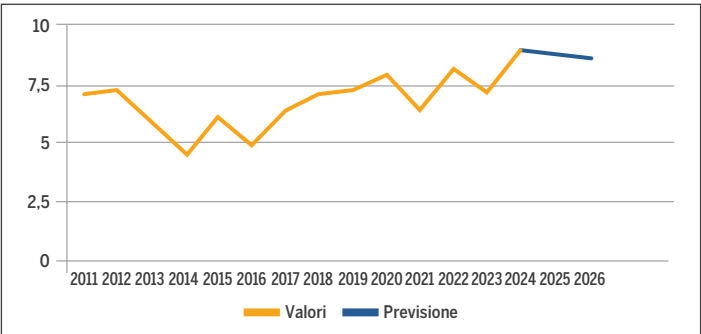


Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

Sia a Roma che nella media nazionale la quota di famiglie in attiva ricerca di un'abitazione in proprietà e che presumibilmente riuscirà a effettuare l'acquisto si manterrà sul livello raggiunto nell'ultimo anno sia a Roma (previsione per il prossimo triennio) che in Italia all'orizzonte

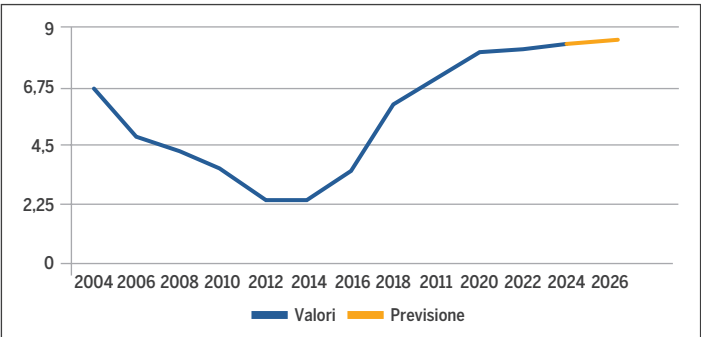
del 2030. L'esercizio offre pertanto un'indicazione di **stabilità quanto a transazioni del mercato residenziale anche per i prossimi anni**, confermando i positivi risultati raggiunti finora (figg. 36 e 37).

Fig. 36 -Previsioni sulla propensione biennale all'acquisto di un'abitazione a Roma (val. %)



Fonte: indagini Tecnoborsa 2011-2024

Fig. 37- Previsioni sulla propensione biennale all'acquisto di un'abitazione – Media nazionale (val. %)



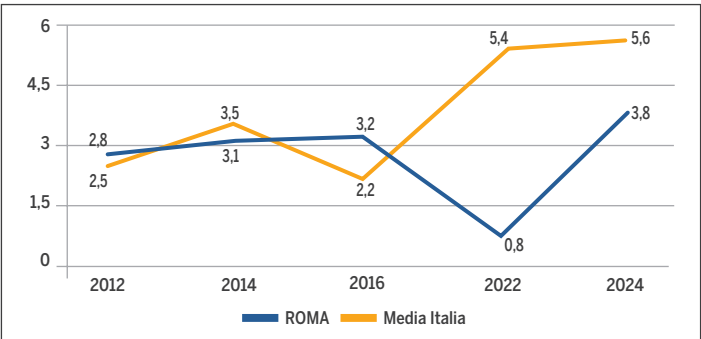
Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2004-2024

Analoga simulazione è stata effettuata per quanto attiene alle famiglie affittuarie di nuovi alloggi. In questo caso l'andamento recente

(2012-2024) della quota di nuclei che hanno preso in locazione con contratti di lunga durata divergono fra Roma e la media nazionale. Nella **Capitale** abbiamo assistito, secondo le indagini di Tecnoborsa, a una quota decrescente di famiglie che hanno stipulato un nuovo contratto di locazione (dal 2,5% del 2012 a meno dell'1% nel 2022) per poi risalire repentinamente al 3,8% nel 2024.

Più lineare è la **situazione italiana** che vede una crescita della quota di famiglie con nuovi contratti in locazione dal 2,2% del 2018 al 5,6% del 2024. (fig. 38).

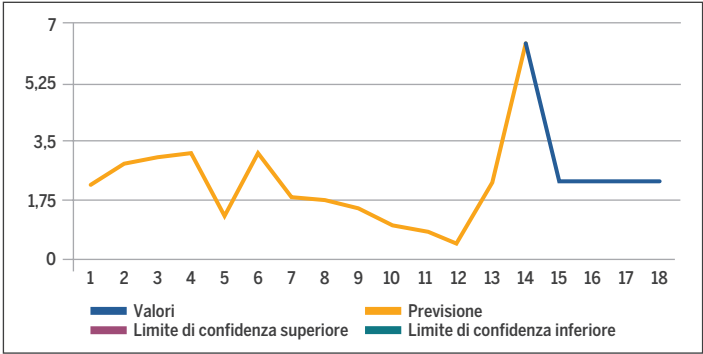
Fig. 38 - Andamento degli affittuari di un'abitazione a Roma e nella media Italia (val. % su intervistati)



(1) Con riferimento al biennio precedente all'anno di rilevazione
Fonte: indagini Tecnoborsa 2004-2024

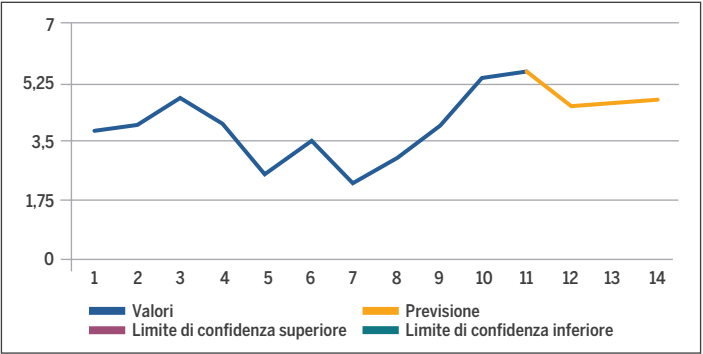
Le **previsioni riguardanti il triennio 2026 -2028 fanno emergere una certa congruenza per l'accesso all'affitto a Roma e a livello nazionale**. In tutti e due i casi (seppur con valori diversi) registriamo un leggera diminuzione rispetto ai valori del '24 per poi stabilizzarsi nella capitale attorno al 2,5% (fig. 39) delle famiglie e nella media italiana sul 4,5% (fig. 40). Non si può escludere che una maggiore richiesta di alloggi in affitto sia da porre in relazione con le condizioni reddituali delle famiglie o con eventuali difficoltà di accesso al credito, tutti fattori che potrebbero influire anche sulla quota di locatari futuri.

Fig. 39 - Previsioni sulla propensione biennale alla locazione di un'abitazione a Roma (val. %)



Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2011-2024

Fig. 40 - Previsioni sulla propensione alla locazione di un'abitazione nel biennio successivo. Media nazionale (val. %)



Fonte: elaborazioni Rur su indagini Tecnoborsa 2004-2024



II.

IMPATTO DELL'EVENTO GIUBILARE E DEI FLUSSI TURISTICI E CULTURALI SUL MERCATO ABITATIVO ROMANO

1. RICONCILIARE L'IMMOBILIARE E IL TURISMO A ROMA

Quello di Roma Capitale si conferma il primo mercato per **compravendite residenziali**; al tempo stesso l'area romana è una delle destinazioni del **turismo culturale** più importanti del mondo.

I flussi turistici e, più in generale, la popolazione fluttuante non residente stabilmente a Roma, costituisce una quota significativa della domanda di sistemazione alloggiativa.

È noto che la crescita di questi flussi aggiuntivi rispetto alla popolazione stanziata ha generato, negli ultimi anni, dei sub-mercati residenziali, incentivando investimenti immobiliari sia delle famiglie che degli operatori professionali.

A Roma, poi, gli **eventi giubilari** costituiscono un'importante attrazione di pellegrini provenienti dall'Italia e dal resto del mondo. Analizzare gli effetti che un evento di così straordinaria forza attrattiva possa sortire sul mercato immobiliare romano, implica una valutazione dell'industria turistica e delle sue interconnessioni con la struttura stabile dei residenti.

Bisogna tener conto che una tale specifica analisi si rivela utile sia sotto il profilo congiunturale relativo al grande Giubileo del 2025, che in prospettiva per il previsto Bi-Millenario del 2033 che riporterà nuovamente l'attenzione dei pellegrini verso Roma.

1.1. Giubileo e dinamiche turistiche

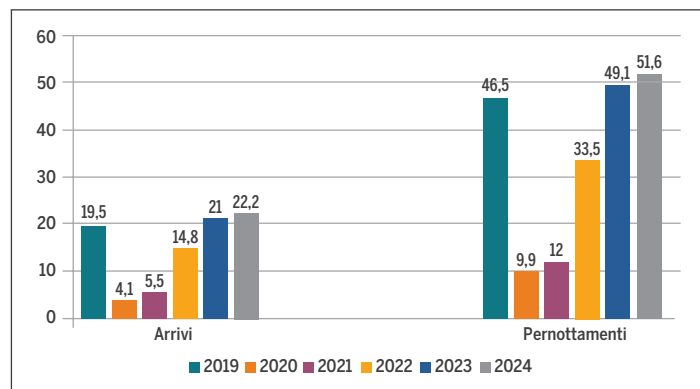
Con **22,2 milioni di arrivi e oltre 51 milioni di pernottamenti nel 2024**, secondo l'Ufficio Statistico di Roma Capitale, il **turismo ha segnato un record** per la città, che non ha uguali in Italia e l'avvicina ai numeri di Parigi, mentre è ancora lontana da Londra.

Già nel 2023 con 21 milioni di arrivi si sono superati i livelli precedenti al Covid-19, valori confermati in aumento del 5,7% nel 2024. Anche le presenze crescono da 49,1 milioni a 51,6 milioni, con un valore di permanenza media attestato su 2,3 giornata a turista (fig. 1).

Particolarmente rilevante è l'apporto dei **turisti provenienti dall'estero**. Secondo la Banca d'Italia nel 2024 nel Lazio i viaggiatori stranieri sono aumentati rispetto all'anno precedente del 4%, i pernottamenti del 2,1% e la spesa complessiva del 5,8% (fig. 2).

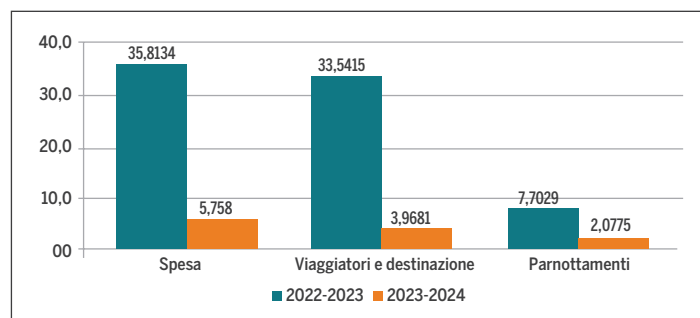
Naturalmente, nella dinamica recente riguardante il 2023 si scontano gli effetti della lenta normalizzazione rispetto alla contrazione del periodo precedente, dovuta alle restrizioni della pandemia.

Fig. 1 - Arrivi e pernottamenti negli esercizi ricettivi di Roma (valori in milioni)



Fonte: Ufficio statistico di Roma Capitale

Fig. 2 - Viaggiatori, pernottamenti e spesa di stranieri nel Lazio (Var.%)



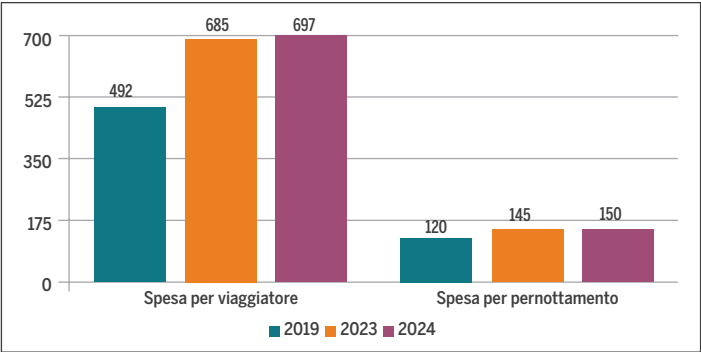
Fonte: elaborazione su dati Banca d'Italia

In termini di **spesa media degli stranieri**, nel 2024 si registra una sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente, sia per viaggiatore che per pernottamenti, allorché si erano manifestati significativi incrementi rispetto al periodo pre Covid-19 (fig. 3) vediamo ora come si prospetta la situazione per il 2025.

Secondo i dati forniti dall'amministrazione capitolina in occasione degli Stati generali del Turismo (nov. 2025) Roma nel 2025 ha incrementato gli arrivi rispetto all'anno precedente del 3,7%, sfiorando i 20 milioni. Di questi, la metà sono stranieri e in totale, le presenze hanno superato

i 44 milioni con una crescita che supera il 3% nel 2024.

Fig. 3 - Spesa media per viaggiatori e per pernottamento di stranieri nel Lazio (euro)



Fonte: elaborazione su dati Banca d'Italia

La vera incognita è se saprà **governare una domanda che si riproporrà in modo massiccio**, congestionando il “quadrilatero della cultura” Colosseo - Fontana di Trevi – Pantheon - Piazza Navona.

Su una superficie di poco più del 14% del centro storico si concentra l'86% dei turisti.

Un apporto notevole all'economia romana viene dagli investimenti che proseguiranno nei prossimi anni nella ricettività di alta qualità. Una dinamica che in questi anni ha prodotto molteplici effetti positivi sul mercato immobiliare romano, innanzitutto per quanto attiene agli investimenti nell'*hospitality*. Roma è infatti risultata, nel 2024, al primo posto quanto ad attrazione di investimenti per realizzare alberghi di alta gamma con 462 milioni di € pari al 22% del totale nazionale seguita da Venezia e Milano.

1.2. I grandi attrattori logistici

Gli effetti dell'evento giubilare sul mercato abitativo romano vanno anche posti in relazione con alcuni **fattori strutturali** che caratterizzano l'offerta turistica nella Capitale.

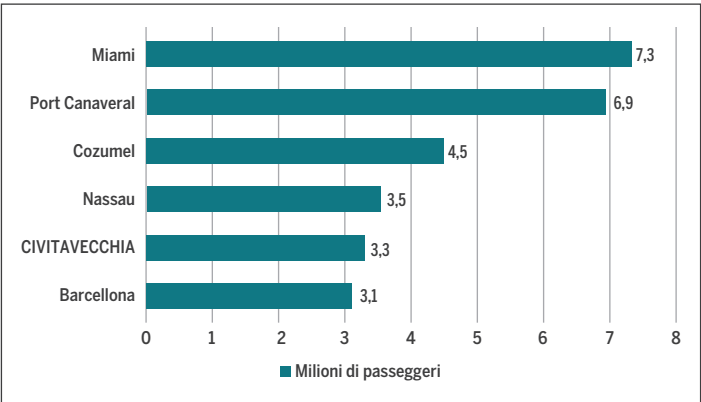
Come più volte sottolineato, il Giubileo del 2025 ha tutte le caratteristiche di un evento spirituale, in cui la parte predominante è il **pellegrinaggio**, e pertanto deve ritenersi complementare rispetto ai flussi di viaggiatori che motivano i loro spostamenti per ragioni diverse, da quelle **culturali** a quelle d'**affari**, agli eventi **fieristico-congressua-**

li, allo **svago**, allo **shopping**, ecc.

Come è noto, i flussi di pellegrinaggio non possono automaticamente sommersi a quelli turistici, in quanto la scelta del viaggio per vacanza è legata a fattori immateriali che potrebbero essere condizionati dalla previsione di un particolare affollamento dovuto alle scadenze giubilarie. Tuttavia, bisogna tener conto di alcuni importanti fattori strutturali collegati direttamente alla realtà economica e sociale di Roma che intervengono con un impatto significativo sulla ricettività e sui servizi di accoglienza della Capitale, e per questa via anche indirettamente sul mercato immobiliare. Fra tali fattori strutturali vanno inclusi due importanti poli logistici dell'area romana che in questo periodo risultano in rilevante sviluppo, tanto da essere considerati molto influenti sull'industria turistica romana.

Il **Porto di Civitavecchia** si colloca al quinto posto fra le destinazioni crocieristiche del mondo e al primo in Europa. Con 3,3 milioni di passeggeri si valuta nel 2025 abbia movimentato un flusso superiore a quello di Barcellona, che si è arrestato a 3,1 milioni di passeggeri. Teniamo conto che gli altri quattro porti mondiali per crociere con una frequentazione maggiore – Miami, Port Canaveral, Cozumel, Nassau - si trovano tutti nell'area caraibica americana, anche in relazione alla presenza in quella zona delle più importanti compagnie di navigazione globali (fig. 4).

Fig. 4 – Civitavecchia quinto per porto per crociere del mondo (milioni di passeggeri)

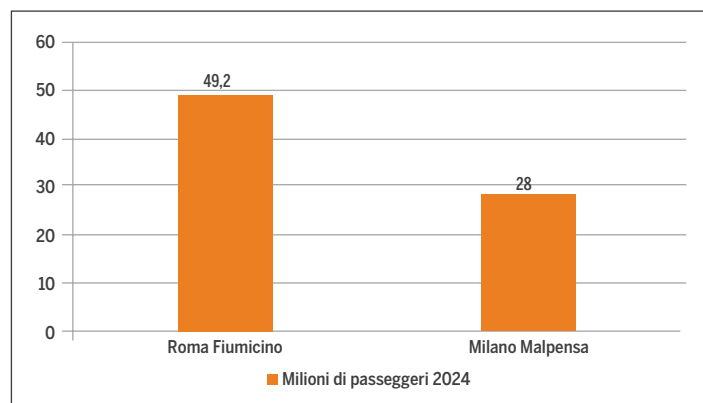


Fonte: elaborazione Rur, 2025

Sempre analizzando gli “arrivi da lontano”, l'**Aeroporto di Fiumicino** costituisce un ulteriore asset per il mercato turistico romano e con 49,2 milioni di passeggeri, nel 2024, ha quasi duplicato il traffico aereo di Milano Malpensa.

Le prospettive aereo-portuali dello scalo romano sono di un'ulteriore crescita per l'importante programma di ampliamento infrastrutturale e anche come effetto dell'accordo fra Ita e Lufthansa, che ha giustamente scelto quale **hub italiano l'Aeroporto Leonardo da Vinci** per la sua collocazione geografica aperta verso Oriente e per la straordinaria attrattiva turistica di Roma come principale polo culturale europeo cui può aggiungere la centralità globale costituita dal Vaticano e il rilevante peso internazionale, anche come centro mondiale del sistema agro-alimentare delle Nazioni Unite (fig. 5).

Fig. 5 – Confronto fra l'aeroporto intercontinentale di Fiumicino e di Milano Malpensa (milioni di passeggeri)



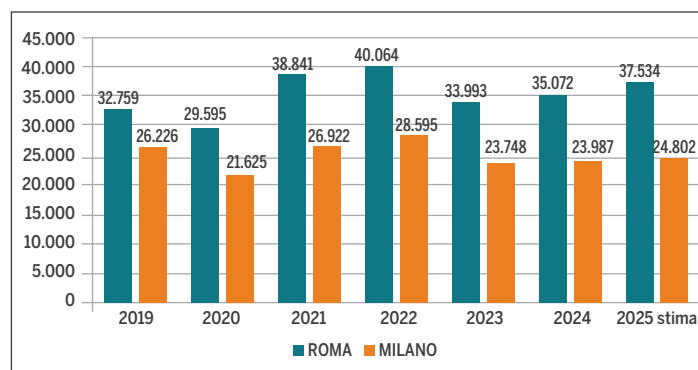
Fonte: elaborazione Rur, 2025

2. IL MERCATO RESIDENZIALE STABILE, LA CAPITALE PRIMO MERCATO

Il consuntivo stimato per il 2024 conferma Roma Capitale come **primo mercato per volume di compravendite residenziali** con circa 33mila compravendite rispetto alle circa 22 mila di Milano (fig. 6). I fattori strutturali di tipo sociale e reddituale restano dominanti per

il mercato di una grande realtà metropolitana come quella romana. Grande influenza va attribuita alle disponibilità finanziarie delle famiglie e alla stabilità lavorativa che consente l'accesso al credito. I fenomeni inflattivi, riguardanti soprattutto le spese obbligate come quelle energetiche, riducendo ulteriormente il tenore di vita, costituiscono elementi frenanti per la domanda potenziale.

Fig. 6 - Compravendite di immobili residenziali (NTN) a Roma e Milano (v.a.)



(*) Dati 2025 stimati sulla base dei primi 9 mesi

Fonte: elaborazioni su dati Osservatorio Mercato Immobiliare- Agenzia delle Entrate

L'**Effetto Giubileo** e più in generale l'**Effetto Turismo** ha certamente contribuito ad alimentare una domanda di acquisto per investimento già dagli anni precedenti.

Come è già successo per le Olimpiadi di Parigi del 2024, l'attesa di forti flussi di visitatori può anche generare fenomeni distorsivi nel rapporto fra offerta e domanda. Secondo attendibili stime effettuate dall'Irpet - Istituto di ricerca della Regione Toscana, Roma registra il maggior numero di strutture B&B per affitti turistici pari al 31,4% del totale delle grandi città e si colloca anche fra le migliori performance con un'occupazione media dell'81%, prezzo mediano a notte molto elevato di 140 € rispetto a un valore medio nazionale di 114 € (tab. 1).

Rendimenti tanto significativi tendono a riflettersi sul mercato delle locazioni con un effetto di rarefazione delle disponibilità per affitti di lungo periodo.

Tab. 1 - Numero di strutture per affitti turistici brevi in un selezionato campione di grandi città. 2024 (v.a., euro e val. %)

Città	Totale strutture	Composizione strutture (%)	Prezzo Mediano a notte (euro)	Fatturato Medio per struttura (euro)	Tasso Occupazione Medio (giorni occupati/365; %)
Milano	24.346	22,5	108	31.589	69
Bergamo	1.349	1,2	97	25.316	75
Venezia	8.322	7,7	179	40.744	74
Bologna	4.785	4,4	101	32.475	74
Firenze	12.246	11,3	150	38.148	77
Roma	34.063	31,4	140	39.343	81
Bari	3.068	2,8	104	24.326	74
Lecce	2.223	2,0	90	14.486	55
Napoli	10.760	9,9	90	19.852	66
Palermo	7.280	6,7	82	17.648	68
TOTALE	108.442	100,0	114	28.393	71

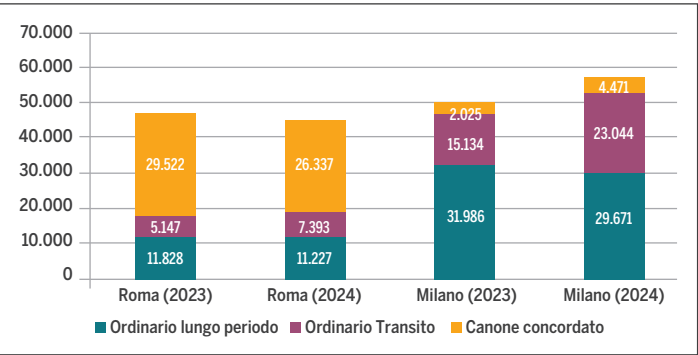
Fonte: Irpet

Il mercato degli **affitti tradizionali** si presenta a Roma in modo molto differente da altre realtà metropolitane maggiori come Milano. In tutte e due città diminuiscono i contratti di locazione di lungo periodo, a Roma quelli agevolati, a Milano quelli ordinari, mentre in tutti e due i capoluoghi **crescono, anche se di poco i contratti transitori** (fig. 7).

Da un'indagine svolta presso un panel di manager e operatori in posizione apicale del settore immobiliare (in Italia e all'estero) riguardo alle **opportunità di investimento a Roma nel settore del real estate** emerge con chiarezza che attualmente uno dei fattori di maggiore interesse è proprio essere una capitale mondiale del turismo in quanto centro ad alta densità di patrimonio culturale (fig. 8).

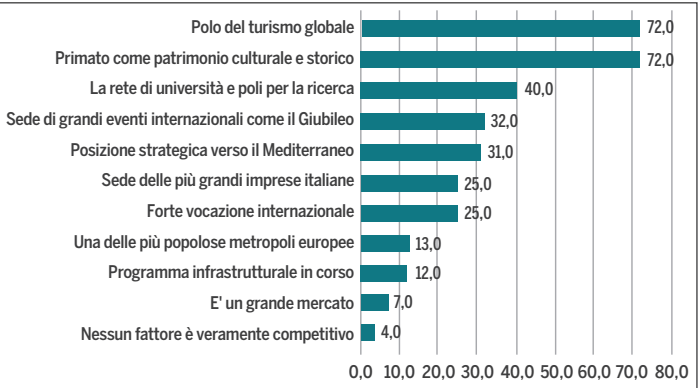
Pertanto, anche oltre l'anno del Grande Giubileo il comparto immobiliare romano dovrà tenere nel dovuto conto questa specificità nel determinare le scelte degli operatori e le strategie delle istituzioni locali.

Fig. 7 - Abitazioni in locazione per tipo di contratto a Roma e Milano



Fonte: elaborazioni su dati Osservatorio Mercato Immobiliare - Agenzia delle Entrate

Fig. 8 - I fattori maggiormente attrattivi di Roma per gli investitori (val. %)



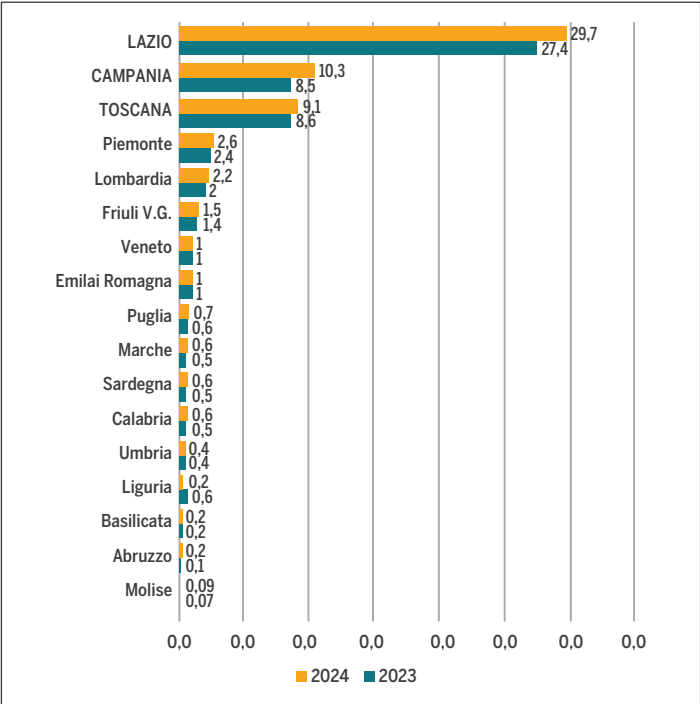
Fonte: indagine Rur, 2024

3. ROMA CITTÀ LEADER NEI FLUSSI CULTURALI

Si è ampiamente analizzato l'impatto dell'evento giubilare sulla città di Roma, con particolare riferimento al mercato abitativo. Per dare continuità e prospettive all'analisi effettuata, può essere utile analizzare in profondità il **ruolo culturale di Roma Capitale**.

Secondo le stime più attendibili, il 60% dei flussi turistici che arrivano dall'estero in Italia va attribuito a una motivazione di tipo culturale. A tal fine risulta significativo esaminare la distribuzione geografica dei visitatori di musei, aree archeologiche e monumenti di proprietà statale.

Fig. 9 – Visitatori di musei, siti archeologici e monumenti statali, per regione (milioni di visitatori)



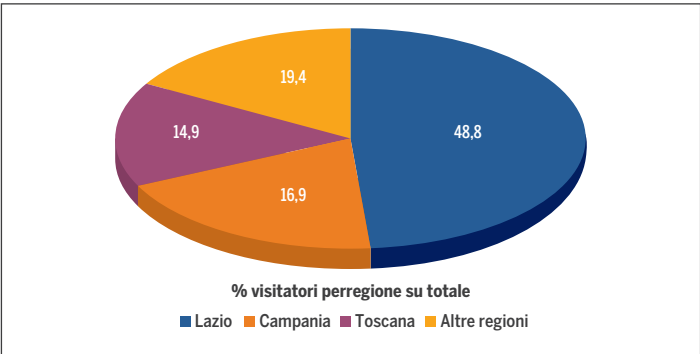
Fonte: Rur, 2025

Un primo elemento significativo è che **i visitatori di siti culturali** sono in deciso aumento, avendo raggiunto nel nostro Paese un valore **superiore ai 60 milioni**. Bisogna tuttavia considerare che per circa la metà si tratta di ingressi gratuiti. I dati più recenti risalenti al 2024 fanno emergere come il **Lazio sia la prima regione per visitatori, con un valore che ha raggiunto i 29,7 milioni** rispetto ai 27,4 del 2023. Al secondo posto, si colloca la Campania con 10,3 milioni

di visitatori, rispetto agli 8,5 dell'anno precedente. Al terzo posto, troviamo la Toscana con 9,1 milioni di visitatori nel 2024 rispetto agli 8,6 del 2023 (fig. 9).

L'incidenza sul totale di queste tre prime regioni italiane è pari all'80,6% del totale così distribuite: 48,4% Lazio, 16,9% Campania, 14,9% Toscana. Il restante 19,4% è la quota attribuita alle altre diciotto regioni italiane (fig. 10).

Fig. 10 - Visitatori di musei, siti archeologici e monumenti statali, per regione (val. %)

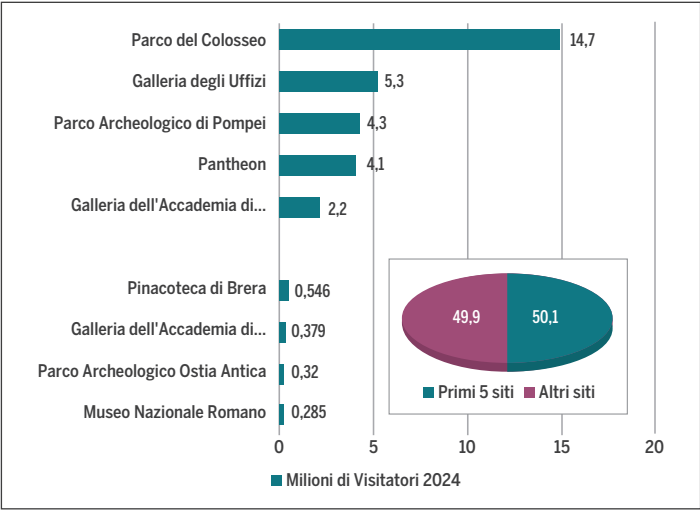


Fonte: Rur, 2025

È facile comprendere come tali risultati dipendano fondamentalmente dal numero di visitatori dei **primi cinque grandi attrattori culturali italiani**: a **Roma** il Parco del Colosseo, che nel 2024 ha registrato 14,7 milioni di visitatori e il Pantheon con 4,1 milioni di visitatori, a **Firenze** la Galleria degli Uffizi con 5,3 milioni di visitatori, e l'Accademia con 2,2 milioni e a **Pompei** il Parco Archeologico che nel 2024 ha visto la presenza di 4,3 milioni di visitatori. Pertanto, i primi cinque siti per numero di visitatori, nel 2024, hanno registrato metà dell'intero volume di fruitori di beni culturali dello Stato (fig. 11).

Ma ancora più eclatante risulta la distribuzione degli introiti, che vedono **il Parco del Colosseo registrare un incasso di 102 milioni di euro, pari a poco meno di un terzo del valore complessivo dei ricavi** da bigliettazione di tutti i siti culturali statali.

Fig. 11 – Primi e ultimi siti culturali statali fra i primi 30 più visitati (milioni di visitatori)

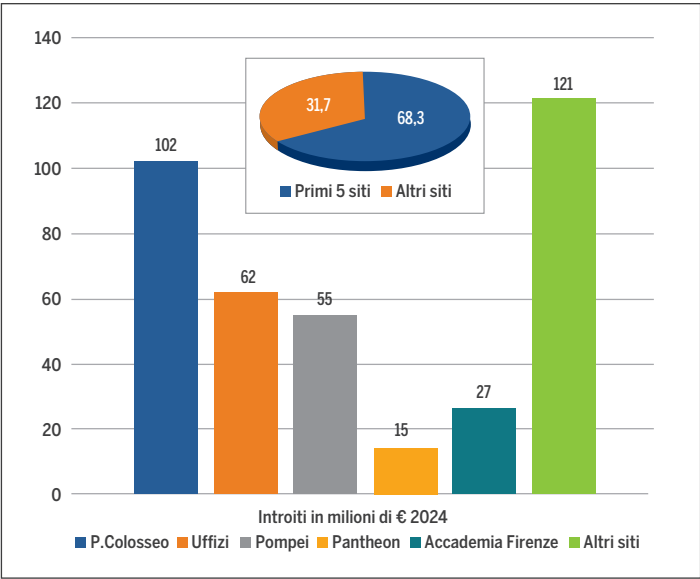


Fonte: elaborazione Rur su dati Mic, 2025

In complesso, i primi cinque siti più visitati costituiscono il 68,3% del totale di quanto lo Stato “fattura” per la visita del suo patrimonio (fig. 12). **Si può comprendere, in conclusione, il ruolo che nella città di Roma, al di là dello straordinario evento del Giubileo 2025, ri-**

copre l’offerta culturale, ruolo che inevitabilmente si riflette sul mercato immobiliare della città.

Fig. 12 – Introiti dei primi 5 siti culturali statali, per visitatori (milioni di Euro)



Fonte: elaborazione Rur su dati Mic, 2025



LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE INTERMEDIAZIONE, VALUTAZIONE E MUTUI

III.

1. L'INTERMEDIAZIONE

Dalla più recente Indagine Tecnoborsa del 2024 è emerso che in Italia, nel biennio 2022-2023, **il 57,5% degli acquirenti ha scelto di affidarsi a un'agenzia per la propria operazione immobiliare, dato che evidenzia l'importanza del ruolo degli agenti immobiliari nel processo di acquisto di una casa.** Inoltre, ben il 79,8% dei clienti interessati all'acquisto ha espresso un giudizio nel complesso tra il buono e l'ottimo in merito ai servizi ricevuti. Gli agenti immobiliari soddisfano dunque le esigenze dei loro clienti e forniscono loro un supporto efficace durante tutto il processo di acquisto. Tuttavia emerge un margine di miglioramento sulla varietà dei servizi (Fig. 1) dal momento che il 50% di coloro che hanno utilizzato l'agenzia per portare a buon fine la transazione, avrebbe voluto ricevere supporto almeno per una parte delle attività attualmente svolte dai notai come l'individuazione di eventuali ipoteche o oneri gravanti sull'immobile; il 44,9% avrebbe voluto ottenere in agenzia l'attestazione a garanzia della regolarità della documentazione prevista dalla normativa vigente per effettuare la compravendita, facilitando così anche l'accesso a finanziamenti e agevolazioni fiscali; il 44,5% dei clienti avrebbe apprezzato la possibilità di essere messo in contatto con tecnici e professionisti qualificati per acquisire preventivi di spesa collegati alla progettazione di lavori di ristrutturazione o di adeguamento dell'immobile, e la possibilità di ricevere pratiche urbanistico-edilizie; il 38,4%, a parità di punteggio, la possibilità di ricorrere attraverso l'agenzia a ditte edili/operai per facilitare gli interventi successivi all'acquisto, dalla semplice tinteggiatura alla ristrutturazione completa ai servizi necessari, come ad esempio i subentri/volture nelle varie utenze; il 27,4% vorrebbe che l'agente fornisse un servizio di consulenza sulle opportunità di finanziamento con Banche o Istituti di Credito; il 24,3% che offrisse anche un servizio di consulenza rispetto alla valorizzazione dell'immobile come investimento ad esempio circa l'opportunità e convenienza economico-commerciale dell'esecuzione di interventi di cambio di destinazione d'uso e, infine, il 18,5% avrebbe gradito la disponibilità dell'agente a proporre e gestire il bene acquistato sul mercato delle locazioni.

Andando ad analizzare attraverso quali canali informativi l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione poi effettivamente comprata emerge un singolare podio che affianca al web il più tradizionale dei metodi: se infatti ai primi due posti ci sono gli annunci pubblicati attraverso Internet con il 37,6%, quelli sui siti di offerte immobiliari e,

con il 19,7%, quelli diffusi attraverso i social network, in terza posizione, con il 18,7%, troviamo il classico passa parola con conoscenti, vicini o custodi di stabili.

Fig. 1 - Servizi aggiuntivi desiderati dagli acquirenti che si sono serviti delle agenzie immobiliari (val.%)



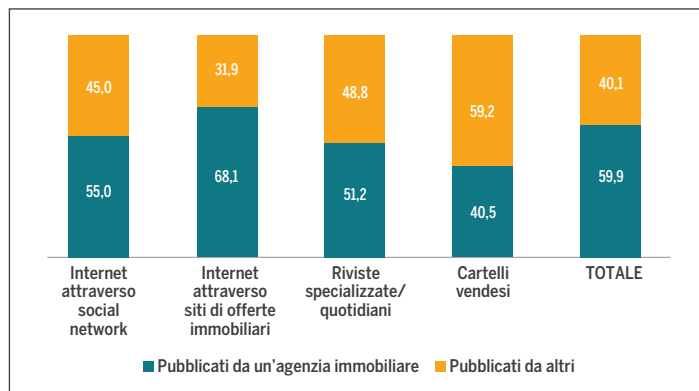
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

A seguire, con percentuali più basse, l'8,7% delle famiglie italiane ha individuato la propria casa recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari; per l'8,1% è stata fondamentale la consultazione di riviste specializzate; infine, ormai solo il 7,3% ha trovato la casa dei propri sogni imbattendosi nel tradizionale cartello stradale con l'indicazione 'vendesì'.

Peraltro, il 59,9% di quanti hanno individuato il bene successivamente comprato leggendo gli annunci presenti su Internet, sulle riviste specializzate/quotidiani e/o su cartelli vendesi, ha affermato che gli

annunci erano stati pubblicati da un'agenzia immobiliare (Fig. 2); quindi, sommando questo valore a quello di coloro che si sono recati direttamente in agenzia, **otteniamo il dato del 68,6% delle famiglie acquirenti che è venuto a conoscenza dell'opportunità di acquisto, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare. Che quindi rimane il canale informativo più attivo.**

Fig. 2 – Pubblicazione degli annunci da parte delle agenzie immobiliari sui canali informativi attraverso cui è stata individuata l'abitazione acquistata (val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

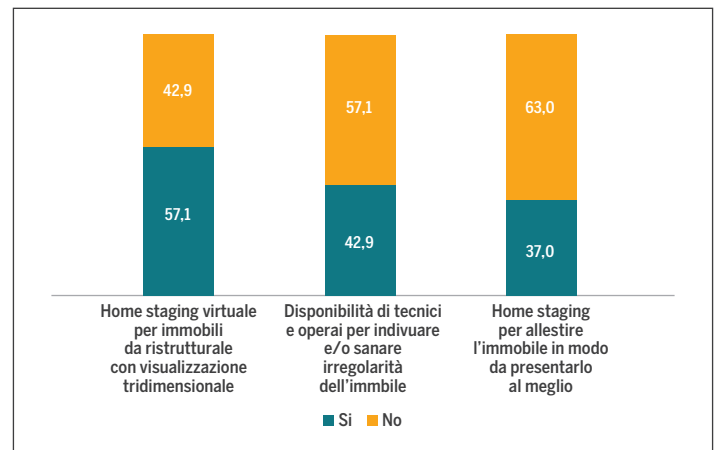
Chiedendo poi un giudizio sui servizi ricevuti, è emerso che il 67% ha espresso un giudizio complessivamente positivo, tra il buono e l'ottimo.

Il restante 33% ha optato per soluzioni alternative al ricorso all'agenzia immobiliare principalmente per ragioni economiche, per non dover sostenere il costo della provvigione, per la percezione di una scarsità di servizi o per una mancanza di fiducia negli agenti.

Da un *focus* ulteriore su quanti hanno ritenuto i servizi di assistenza e/o consulenza non totalmente soddisfacenti, abbiamo ricavato **la classifica ideale dei servizi** che si sarebbe voluto ricevere (Fig. 3): la percentuale maggiore -il 57,1%- va al servizio di ristrutturazione con realtà virtuale così da avere una idea concreta delle potenzialità del bene; per il 42,9% sarebbe stato utile ricevere un supporto nell'individuazione di tecnici e operai per sanare eventuali irregolarità prima di immettere il bene sul mercato; infine, al 37%, avrebbe fatto piacere ricevere un servizio di *home staging* per arredare e presentare l'im-

mobile al meglio, così da ottenere un valore commerciale superiore. Andando a indagare sui **canali utilizzati per promuovere il bene venduto da parte delle famiglie italiane che non hanno fatto ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare per effettuare la vendita è emerso che il 45,7% ha utilizzato il passa parola**; il 31,9%, a parità di punteggio, i siti specializzati presenti su Internet e i *social network*; il 13,8% i cartelli vendesi; infine il 12,1% le riviste specializzate.

Fig. 3 – Servizi aggiuntivi desiderati dai venditori non pienamente soddisfatti dai servizi di assistenza e/o consulenza ricevuti dalle agenzie immobiliari (val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

2. LA VALUTAZIONE

I dati rilevati nell'Indagine 2024 evidenziano **un'attenzione crescente da parte delle famiglie italiane alla valutazione degli immobili, sia in fase di vendita che di acquisto.** Il dato più significativo è rappresentato dal fatto che **il 71,5% degli acquirenti ha effettuato una valutazione, sia affidandosi a uno specialista sia procedendo in autonomia.**

Dall'analisi delle modalità operative scelte per l'attribuzione del valore all'immobile si è riscontrato che il 26,8% ha stimato l'immobile affidandosi ai dati pubblicati nei listini ufficiali; il 26,6% ha preferito il 'fai da te' stimando l'immobile attraverso programmi presenti su

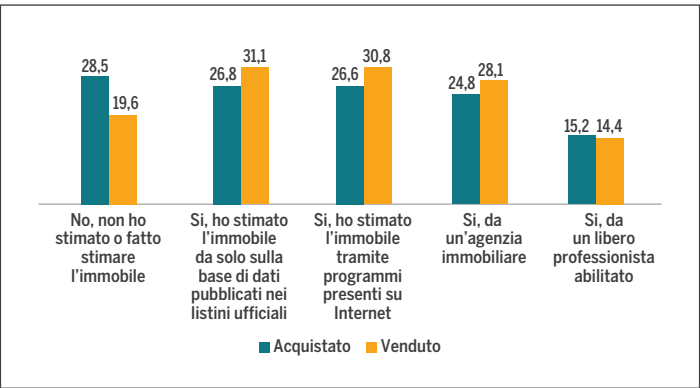
Internet; il 24,8% ha fatto ricorso all'agenzia immobiliare; infine, il 15,2% si è rivolto ad un libero professionista abilitato. Inoltre, dalle percentuali emerge una prevalenza dei metodi autonomi e che molti acquirenti hanno fatto ricorso a due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare.

Dal lato dell'offerta è emerso che ben l'80,4% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile prima di immetterlo sul mercato, a conferma dell'importanza attribuita ad una valutazione accurata dell'immobile nella fase di vendita.

Analizzando nello specifico le modalità operative scelte, emergono tuttavia alcune tendenze interessanti (Fig. 4). Similmente a quanto osservato per gli acquirenti, **anche i venditori mostrano una preferenza per i metodi di valutazione autonomi**, infatti, il 31,1% ha valutato l'immobile facendo ricorso ai dati pubblicati da listini ufficiali; il 30,8% ha stimato l'immobile da solo tramite programmi presenti su Internet per una percentuale complessiva del 61,9% che opta per soluzioni autonome.

Le agenzie immobiliari mantengono peraltro un ruolo rilevante nel processo di valutazione, con il 28,1% dei venditori che si è affidato loro; infine, il 14,4% ha scelto di rivolgersi a liberi professionisti abilitati con un totale del 42,5% dei venditori che ha preferito fare ricorso a tecnici esperti per il prezzo da attribuire al proprio immobile prima di presentarlo sul mercato.

Fig. 4 – Ricorso alla valutazione da parte di chi ha effettuato una compravendita (val.%)

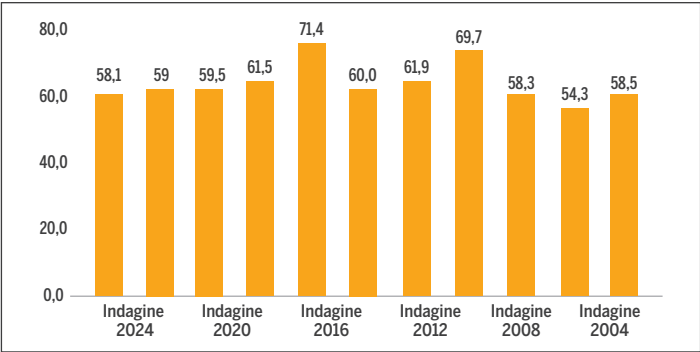


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

3. IL RICORSO AI MUTUI

Il mercato dei mutui è una realtà molto dinamica influenzata positivamente nel recente passato dal ciclo di tagli della BCE ai propri tassi di riferimento. L'analisi del Rapporto immobiliare residenziale Agenzia delle Entrate-ABI 2025 fornisce a livello nazionale i dati relativi al 2024 degli acquisti di abitazioni assistiti da mutuo ipotecario, evidenziando come il 41,7% degli acquisti sia stato sostenuto da un mutuo, con un valore di capitale medio erogato di 135.000 euro e un loan to value medio del 77%. Nel campione delle circa 2.500 famiglie coinvolte periodicamente nella indagine Tecnoborsa, il dato registrato per il 2024 è superiore arrivando al 58,1%. Il valore è leggermente più basso rispetto a quanto rilevato nel biennio precedente ed è allineato a quanto riscontrato nel 2004. (Fig.5)

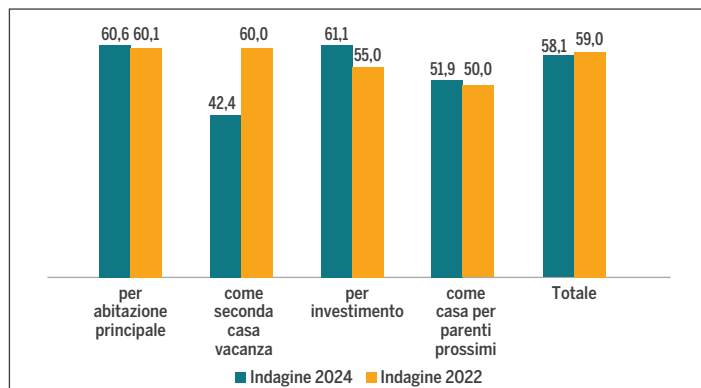
Fig. 5 - Famiglie che hanno fatto ricorso a un mutuo per l'acquisto di un immobile (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Andando ad indagare le motivazioni che hanno determinato le richieste di mutuo in base alla tipologia di abitazione acquistata, dalla figura 6 che mette a raffronto i risultati delle ultime due indagini effettuate, quella del 2022 con quella del 2024, si nota come il valore di quanti hanno comprato una casa per investire il proprio denaro (61,1%) o per andarci a vivere (60,6%), sia sopra la media del campione. Da ciò appare evidente che **le famiglie sono disposte a sostenere il pagamento di un mutuo in un periodo di crisi geopolitiche e di incertezze se coprono la rata con l'affitto percepito o se spinti dalla necessità di prendere o cambiare la casa in cui vivere.**

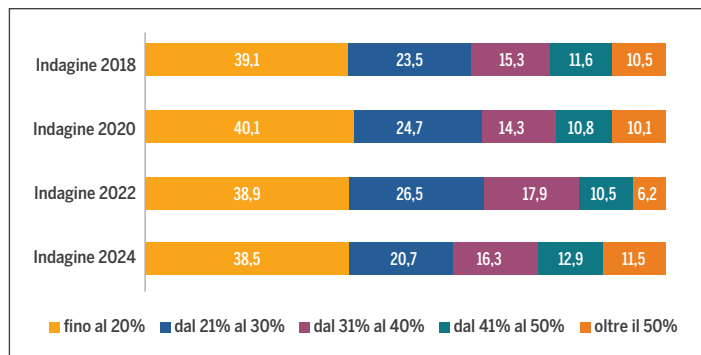
Fig. 6 - principali motivazioni per l'acquisto di un immobile facendo ricorso a un mutuo (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Da un'analisi della quota di mutuo acceso rispetto al prezzo del bene acquistato è emerso che quasi il 60% delle famiglie ha ottenuto un prestito che copre fino al 30% del costo del bene.

Fig. 7 - percentuale del prezzo dell'immobile pagato attraverso il mutuo (val. %)

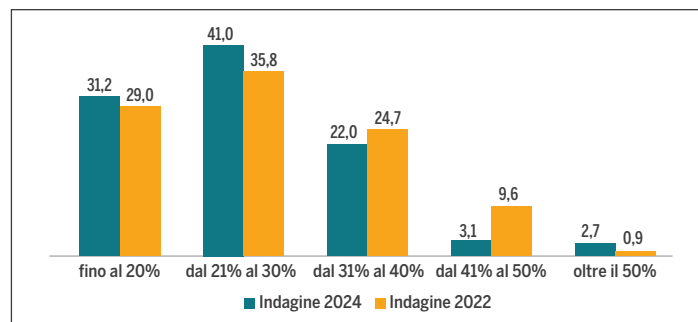


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Per quanto riguarda invece la quota del reddito annuo della famiglia impegnata per pagare il mutuo/finanziamento si è riscontrato che il 72,2% utilizza fino al 30% del proprio introito, mentre circa il 6% ha investito oltre il 40% delle proprie entrate.

Il risultato risulta coerente con quanto evidenziato nei Rapporti Immobiliare dell'Agenzia delle Entrate – OMI, nei quali, con riferimento all'indice di affordability elaborato in collaborazione con l'ABI, si evidenzia che *“la semplice idea sottostante è che il bene casa sia effettivamente accessibile se..... la rata del mutuo necessario a finanziare l'acquisto della casa, non supera una determinata quota del reddito disponibile convenzionalmente individuata nel 30% del reddito disponibile”*.

Fig. 8 - quota del reddito annuo della famiglia utilizzata per pagare il mutuo/finanziamento (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Il 76,6% di quanti sono ricorsi ad un mutuo per acquistare la propria abitazione lo ha fatto attraverso un Istituto di Credito, in particolare: il 50,5% tramite la propria banca e il 26,1% con l'aiuto di un'altra banca. Il 12,5% ha reperito il finanziamento consultando siti di mutui on-line; il 9,2% con il supporto dell'agenzia immobiliare e il restante 1,7% ricorrendo all'aiuto di altri canali specializzati.



IV.

LE FAMIGLIE ROMANE E IL MERCATO IMMOBILIARE INTERMEDIAZIONE, VALUTAZIONE E MUTUI

1. L'INTERMEDIAZIONE

1.1 Nel processo di acquisto

Dall'Indagine Tecnoborsa 2024 emerge che, a Roma, nel biennio 2022-2023, il **48,2% degli acquirenti** ha scelto di avvalersi di un'agenzia immobiliare per acquistare un'abitazione una evidenza che conferma il ruolo centrale svolto dagli agenti immobiliari nel processo di acquisto. A ciò si affianca un elevato livello di soddisfazione della clientela: il **72,1% degli intervistati** ha infatti espresso un giudizio complessivamente compreso tra il **buono e l'ottimo** in relazione ai servizi ricevuti, a dimostrazione della capacità degli operatori di rispondere efficacemente alle esigenze della domanda accompagnando il cliente lungo tutte le fasi della transazione.

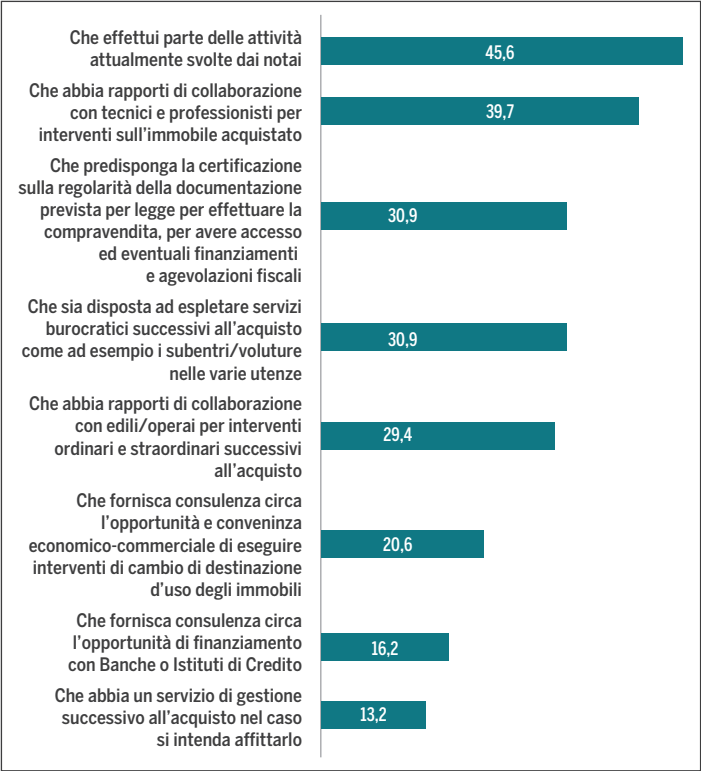
Accanto a questi elementi positivi, l'indagine mette anche in luce **significativi margini di ampliamento e qualificazione dell'offerta di servizi** (Fig.1). In particolare, il **45,6%** dei clienti che hanno concluso la transazione tramite agenzia avrebbe desiderato ricevere supporto per alcune attività oggi prevalentemente demandate ai notai, quali ad esempio l'individuazione di eventuali ipoteche, gravami o oneri insistenti sull'immobile. Il **39,7%** degli acquirenti avrebbe inoltre apprezzato la possibilità di essere messo in contatto, tramite l'agenzia, con **tecnici e professionisti qualificati** per la predisposizione di preventivi di spesa, la progettazione di interventi di ristrutturazione o di adeguamento dell'immobile, nonché per la gestione delle relative pratiche urbanistico-edilizie.

Una quota pari al **30,9%** degli intervistati, a parità di incidenza, ha evidenziato l'interesse verso la possibilità che l'agente predisponga **la certificazione sulla regolarità della documentazione** richiesta dalla normativa vigente ai fini della compravendita, facilitando così anche l'accesso a strumenti di finanziamento e alle agevolazioni fiscali, nonché verso l'erogazione di **servizi post-acquisto**, quali il supporto nei subentri e nelle volture delle utenze. Il **29,4%** avrebbe gradito la possibilità di ricorrere, attraverso l'agenzia, a **imprese edili o maestranze qualificate** per agevolare gli interventi successivi all'acquisto, dalla semplice manutenzione ordinaria fino alla ristrutturazione integrale dell'immobile.

Ulteriori ambiti di potenziale sviluppo riguardano i servizi di consulenza specialistica: il **20,6%** degli acquirenti ha manifestato interesse per un supporto in merito alla **valutazione dell'opportunità e della convenienza economico-commerciale** di interventi di **cambio di destinazione d'uso**; il **16,2%** auspicerebbe una consulenza

strutturata sulle **opportunità di finanziamento** offerte da banche e istituti di credito; infine, il **13,2%** avrebbe apprezzato un'assistenza successiva all'acquisto finalizzata alla **valorizzazione e gestione dell'immobile nel mercato della locazione**.

Fig. 1 - Servizi aggiuntivi desiderati dagli acquirenti che si sono serviti delle agenzie immobiliari (val.%)



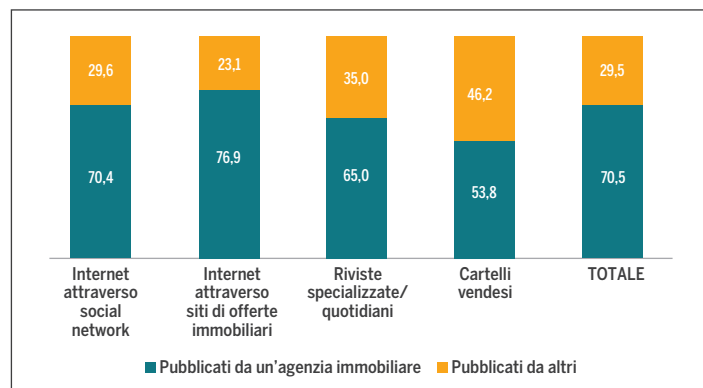
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Andando ad analizzare attraverso quali **canali informativi** l'acquirente è venuto a conoscenza dell'abitazione poi effettivamente comprata si evidenzia che **ai primi due posti ci sono gli annunci pubblicati attraverso Internet**: in particolare, con il 36,9%, quelli sui siti di offerte immobiliari e, con il 19,1%, quelli diffusi attraverso i social network mentre al terzo posto, con il 15,6%, troviamo il classico passa parola con conoscenti, vicini o custodi di stabili; per il 14,2% è stata

fondamentale la consultazione di riviste specializzate. A seguire, con percentuali più basse, il 9,2% delle famiglie romane ha trovato la casa dei propri sogni imbattendosi nel tradizionale cartello con l'indicazione 'vendesi' e per il 5% la casa è stata individuata recandosi fisicamente nelle agenzie immobiliari.

Peraltro, il 70,5% di quanti hanno individuato il bene successivamente comprato leggendo gli annunci presenti su Internet, sulle riviste specializzate/quotidiani e/o su cartelli vendesi, ha affermato che gli annunci erano stati pubblicati da un'agenzia immobiliare (Fig. 2); quindi, sommando questo valore a quello di coloro che si sono recati direttamente in agenzia, **risulta che il 75,5% delle famiglie acquirenti è venuto a conoscenza dell'opportunità di acquisto, in modo diretto o indiretto, attraverso un'agenzia immobiliare.** Quindi, dalla nostra ultima indagine sulle famiglie l'agenzia non appare indebolita dall'affermazione delle piattaforme online, ma al contrario si configura come il principale soggetto in grado di presidiare tali canali rappresentando il **fulcro del sistema informativo del mercato residenziale romano.**

Fig. 2 – Pubblicazione degli annunci da parte delle agenzie immobiliari sui canali informativi attraverso cui è stata individuata l'abitazione acquistata (val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

1.2 Nel processo di vendita

Passando all'analisi dal lato dell'offerta, emerge che **il 75,3% delle famiglie residenti nella Capitale che ha venduto un immobile**

nel biennio considerato si è avvalso del supporto tecnico-professionale di un'agenzia immobiliare, confermando un **trend in costante crescita del ricorso all'intermediazione professionale** da parte dei venditori.

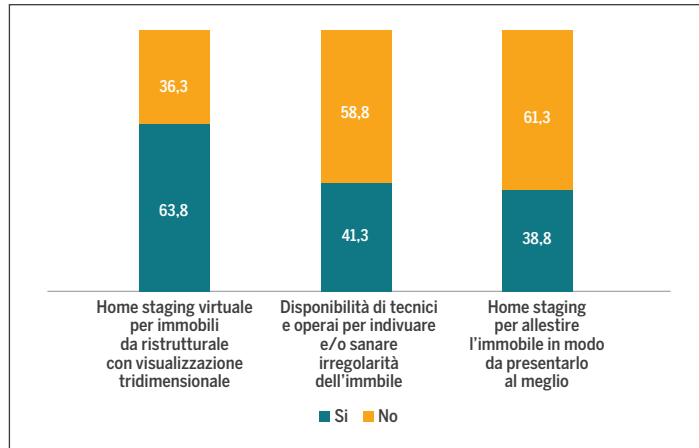
L'approfondimento sui **criteri che orientano la scelta dell'agenzia immobiliare** cui affidare l'immobile successivamente alienato evidenzia che, **nel 28,8% dei casi**, la preferenza è ricaduta su un'agenzia localizzata nella **zona di residenza del venditore o in prossimità dell'immobile oggetto di vendita**. Nel **21,9% dei casi**, a parità di incidenza, la decisione è stata influenzata da **strumenti di comunicazione tradizionali**, quali cartellonistica pubblicitaria e spot televisivi, mentre **nel 20,5% dei casi** la scelta è avvenuta sulla base del **passaparola di amici, parenti e conoscenti**. Residuale risulta, infine, il ruolo dei **magazine e degli opuscoli informativi distribuiti dalle agenzie**, che incidono **solo nel 6,8% dei casi**.

Per quanto concerne la **valutazione dei servizi ricevuti dall'agenzia immobiliare utilizzata**, il **63% degli intervistati** ha espresso un **giudizio complessivamente positivo**, collocato tra il **buono e l'ottimo**.

Il restante **24,7% del campione**, invece, ha dichiarato di aver scelto **soluzioni alternative all'intermediazione immobiliare**, principalmente per **ragioni economiche**. In particolare, **il 54,2%** ha motivato tale scelta con la volontà di **evitare il costo della provvigione**, mentre **il 29,2%** ha segnalato una **percezione di insufficienza dei servizi offerti** e **il 16,7%** una **manca di fiducia nei confronti degli operatori del settore**.

Un ulteriore focus condotto sui soggetti che si sono avvalsi di una agenzia giudicando **non pienamente soddisfacenti i servizi di assistenza e/o consulenza ricevuti** ha consentito di delineare una **graduatoria dei servizi ritenuti auspicabili** (Fig. 3). In primo luogo, **il 63,8% degli intervistati** avrebbe desiderato disporre di un **servizio di ristrutturazione supportato da realtà virtuale**, al fine di acquisire una rappresentazione concreta delle potenzialità dell'immobile. **Il 41,3%** avrebbe invece valutato positivamente un **supporto nell'individuazione di tecnici e maestranze** per la regolarizzazione di eventuali criticità urbanistiche o catastali prima dell'immissione sul mercato. Infine, **il 38,8%** avrebbe apprezzato l'offerta di un **servizio di home staging**, finalizzato a migliorare la presentazione dell'immobile e a **massimizzarne il valore commerciale**.

Fig. 3 – Servizi aggiuntivi desiderati dai venditori non pienamente soddisfatti dai servizi di assistenza e/o consulenza ricevuti dalle agenzie immobiliari (val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

L'analisi dei canali di promozione utilizzati dalle famiglie residenti nella Capitale che hanno venduto l'immobile senza avvalersi dell'intermediazione di un'agenzia immobiliare, evidenzia una netta prevalenza del passaparola, cui ha fatto ricorso il 33,3% dei rispondenti. Seguono, con pari incidenza (29,2%), l'utilizzo dei portali immobiliari specializzati online e dei social network, mentre un ruolo più contenuto è attribuito, anch'essi con analoga percentuale (20,8%), alle riviste di settore e ai tradizionali cartelli "vendesi".

2. LA VALUTAZIONE

I dati rilevati nell'Indagine 2024 evidenziano **un'attenzione crescente da parte delle famiglie romane alla valutazione degli immobili, sia in fase di vendita che di acquisto**. Dato positivo considerato che secondo quanto affermato dalle agenzie immobiliari protagoniste del Sondaggio congiunturale sul mercato residenziale realizzato periodicamente da Tecnoborsa con Banca d'Italia e Agenzia delle Entrate, le principali cause di cessazione dell'incarico a vendere sono riconducibili alla distanza tra i prezzi richiesti dai venditori, giudicati troppo elevati, e il valore delle offerte ricevute, ritenuto trop-

po basso. Ricorrere ad un valutatore esperto consentirebbe quindi di ridurre tale disallineamento.

Il dato più significativo emerso dalla Indagine Tecnoborsa è rappresentato tuttavia dal fatto che **il 58,9% degli acquirenti ha sì effettuato una valutazione, ma procedendo in autonomia**. C'è margine di crescita quindi per la percentuale del 30,5% che si è affidata per la valutazione ad un tecnico esperto, agente immobiliare o professionista abilitato.

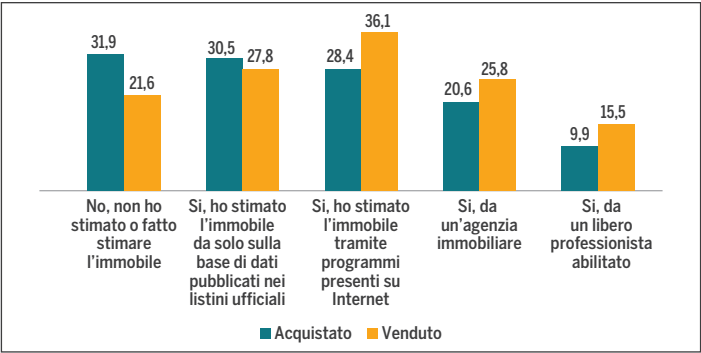
Entrando nel dettaglio, dal lato dell'offerta è emerso che ben il 78,4% delle famiglie ha fatto valutare l'immobile prima di immerlo sul mercato, a conferma dell'importanza attribuita ad una valutazione dell'immobile nella fase di vendita.

Analizzando nello specifico le modalità operative scelte per l'attribuzione del valore all'immobile, emergono tuttavia alcune tendenze interessanti (Fig. 4); infatti, dall'analisi delle procedure valutative scelte da parte di chi ha acquistato un immobile si è riscontrato che **il 30,5% ha stimato l'immobile autonomamente ma affidandosi ai dati pubblicati nei listini ufficiali**; il 28,4% di chi ha preferito il 'fai da te' lo ha fatto attraverso programmi presenti su Internet; il 20,6% ha fatto ricorso all'agenzia immobiliare; infine, il 9,9% si è rivolto ad un libero professionista abilitato. Dalle percentuali emerge una prevalenza dei metodi autonomi (58,9%) e che molti acquirenti hanno fatto ricorso a due o più canali per stimare il valore del bene da acquistare.

Similmente a quanto osservato per gli acquirenti, **anche i venditori mostrano una preferenza per i metodi di valutazione autonomi**, infatti, il 36,1% ha stimato l'immobile da solo tramite programmi presenti su Internet; il 27,8% ha valutato l'immobile facendo ricorso ai dati pubblicati da listini ufficiali per una percentuale complessiva del 63,9% che opta quindi per soluzioni autonome.

Le agenzie immobiliari mantengono peraltro un ruolo rilevante nel processo di valutazione, con il 25,8% dei venditori che si è affidato loro; infine, il 15,5% ha scelto di rivolgersi a liberi professionisti abilitati con un totale del 41,3% dei venditori che ha preferito fare ricorso a tecnici esperti per il prezzo da attribuire al proprio immobile prima di presentarlo sul mercato. Anche in questo caso dalle percentuali si evince che molte famiglie hanno valutato o fatto valutare il proprio bene prima di venderlo utilizzando contemporaneamente metodi diversi.

Fig. 4 – Ricorso alla valutazione da parte di chi ha effettuato una compravendita (val.%)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

3. Ricorso ai mutui

Il ricorso al mutuo rappresenta uno degli elementi centrali per l'analisi del mercato immobiliare residenziale, per tale motivo Tecnoborsa ha indagato anche sulle relazioni tra valori immobiliari, condizioni di accesso al credito e capacità reddituale delle famiglie.

Dall'ultima Indagine emerge che il **54,6% delle famiglie romane** che hanno acquistato un immobile ha fatto ricorso a un mutuo. Il dato, pur inferiore ai valori massimi registrati nel periodo pre-pandemico (dal 2019 al 2017 dove le percentuali hanno superato il 65%), conferma la persistente centralità del credito nel mercato residenziale romano.

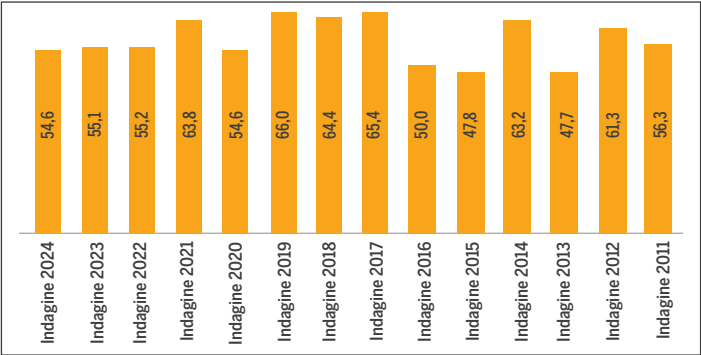
L'andamento delle nostre ultime tre rilevazioni mostra una sostanziale stabilità del fenomeno: nel 2023 la quota era pari al 55,1%, nel 2022 al 55,2%. **Tali evidenze indicano come il mutuo continui a rappresentare uno strumento strutturale per l'accesso alla proprietà immobiliare, soprattutto in un contesto urbano caratterizzato da valori medi elevati.**

L'analisi delle **motivazioni del ricorso al mutuo** evidenzia una significativa differenziazione in base alla finalità dell'acquisto. Nel 2024 il ricorso al mutuo risulta particolarmente diffuso per: **l'acquisto per investimento**, che registra il **61,1%**, in aumento rispetto al 55,0% del 2022; **l'acquisto dell'abitazione principale**, con una quota pari al **60,6%** (in linea con il 60,1% del 2022); **l'acquisto di immobili destinati a parenti prossimi**, con una quota del **51,9%** (50,0% nel 2022);

l'acquisto di una seconda casa o casa vacanze, per il quale il ricorso al mutuo raggiunge il **42,4%**, in netta diminuzione rispetto al 60,0% del 2022;

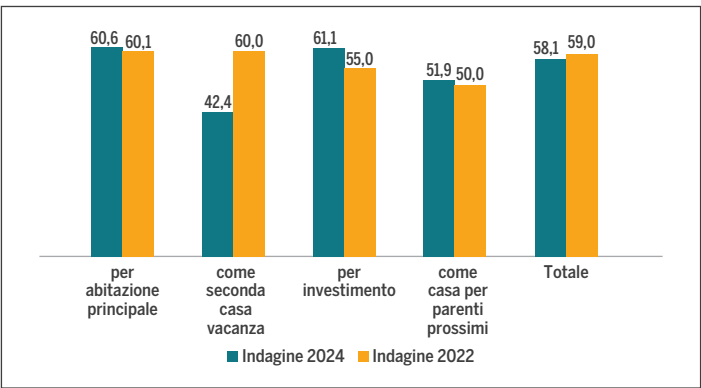
Il dato suggerisce una crescente selettività nell'utilizzo del credito, maggiormente concentrato sulle operazioni ritenute strategiche riconducibili all'abitazione principale e ad uso investimento.

Fig. 5 – Famiglie che hanno fatto ricorso a un mutuo per l'acquisto di un immobile (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Fig. 6 – Principali motivazioni per l'acquisto di un immobile facendo ricorso a un mutuo (val. %)

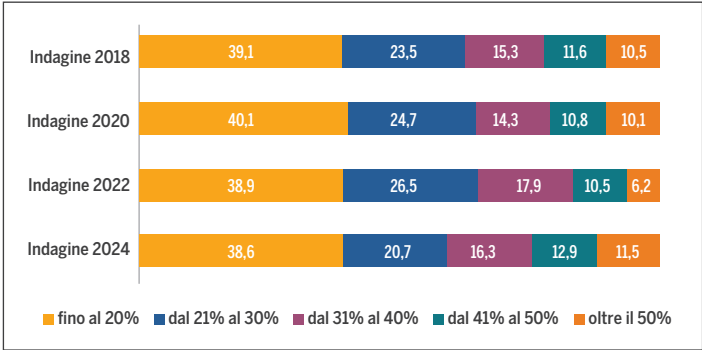


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

L'analisi della **quota del prezzo finanziata tramite mutuo** eviden-

zia una prevalenza di mutui che coprono una quota contenuta del valore dell’immobile. Nel 2024 circa il **60%** delle famiglie ha finanziato **fino al 30%** del prezzo, valore inferiore a quello riscontrato nelle rilevazioni precedenti (65,4% nel 2022, 64,8% nel 2020 e 62,6% nel 2018). Va segnalato che l’**11,5%** ha dichiarato di aver coperto **oltre il 50% del prezzo dell’immobile attraverso un mutuo**.

Fig. 7 – percentuale del prezzo dell’immobile pagato attraverso il mutuo (val. %)

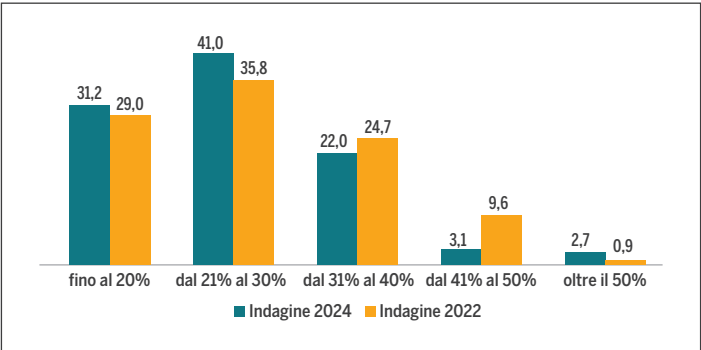


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Dall’approfondimento della sostenibilità del mutuo, analizzata attraverso l’incidenza della rata sul reddito annuo familiare, è emerso che più del **72% delle famiglie destina fino al 30%** del proprio reddito

al pagamento del mutuo, valore in crescita rispetto a quanto rilevato nel 2022 dove la quota non superava il 65%.

Fig. 8 – quota del reddito annuo della famiglia utilizzata per pagare il mutuo/finanziamento (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

I dati dell’Indagine Tecnoborsa 2024 confermano che il mutuo ipotecario rimane uno strumento essenziale per il mercato immobiliare romano, ma **con modalità di utilizzo sempre più selettive e prudenti**. Le famiglie mostrano una crescente attenzione al rapporto tra valore dell’immobile, quota finanziata e reddito disponibile, privilegiando configurazioni compatibili con un equilibrio economico di medio-lungo periodo.



NOTA METODOLOGICA

DEFINIZIONE DEL CAMPIONE DI INDAGINE

Il presente Rapporto analizza alcuni elementi tratti dalla serie storica delle Indagini sul mercato residenziale nazionale e romano realizzate da Tecnoborsa rispettivamente nell'arco di venti anni e di dieci anni. Le indagini sono state basate su un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse ovvero famiglie residenti in Italia, stratificato per tipologia di famiglia: n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli).

Il piano di campionamento utilizzato per realizzare le indagini è un piano di campionamento a due o più stadi, nel quale la popolazione è stata suddivisa in strati (comuni di residenza, unità di primo stadio) e per ogni comune selezionato è stato estratto un campione casuale di famiglie (unità di secondo stadio) da ciascuna lista.

NUMEROSITÀ CAMPIONARIA

Per ogni Indagine sono state intervistate più di **2.000 famiglie**.

METODO DI RILEVAZIONE

Le interviste sono state effettuate con la tecnica CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*). La progettazione del questionario elettronico interattivo utilizzato nelle rilevazioni CATI è stata predisposta sulla base del questionario cartaceo redatto da Tecnoborsa.

FASE DI ANALISI

Tutti i dati sono stati sottoposti alle operazioni di «editing» e «cleaning». Le operazioni di controllo e correzione (editing) dei dati statistici rilevati ha rappresentato una fase fondamentale dei processi di indagine, sia per la complessità dei fenomeni indagati e delle relazioni esistenti fra essi, sia delle diverse e molteplici tipologie di errore riscontrabili in questo tipo di dati. La pulizia dei dati (cleaning) è stata effettuata per

individuare, valutare e gestire i dati «non validi» e i dati «outliers».

Per garantire una maggiore efficienza delle stime campionarie, sono stati adottati criteri di riporto dei risultati campionari (ponderazione delle interviste) all'universo di interesse per mezzo di un sistema di pesi calibrato (città, tipologia familiare). Ad ogni unità del campione è stato associato un coefficiente di ponderazione (peso campionario) che è servito ad indicare in sostanza il numero di unità della popolazione che tale unità campionaria rappresentava. Il peso di riporto all'universo ha rappresentato il numero di unità della popolazione rappresentata da quella unità campionaria, inclusa se stessa. La calibrazione operata dagli stimatori considerati ha permesso di fornire stime più accurate rispetto ai totali noti.

CONTENUTI DELLA SERIE STORICA DELLE INDAGINI

- a) ***L'andamento degli acquisti e delle vendite immobiliari nel biennio antecedente ciascuna indagine***, con l'analisi delle motivazioni di acquisto e/o vendita di una abitazione.
- b) ***L'andamento dell'offerta e della domanda di locazioni immobiliari nel biennio antecedente ciascuna indagine***.
- c) ***Le modalità di acquisto/vendita ovvero l'individuazione degli strumenti ai quali le famiglie si sono rivolte***. Il ricorso all'intermediazione e alla valutazione da parte di chi ha acquistato e/o venduto un'abitazione, i canali informativi utilizzati per reperire il bene acquistato o per promuovere la vendita dell'immobile.
- d) ***Il rapporto delle famiglie italiane con gli strumenti di finanziamento***. Il ricorso al mutuo per l'acquisto dell'abitazione.
- e) ***Le previsioni di transazioni immobiliari (acquisto, vendita, domanda e offerta di locazioni) nel biennio successivo le indagini***, con l'analisi delle motivazioni di acquisto e/o vendita di una abitazione.

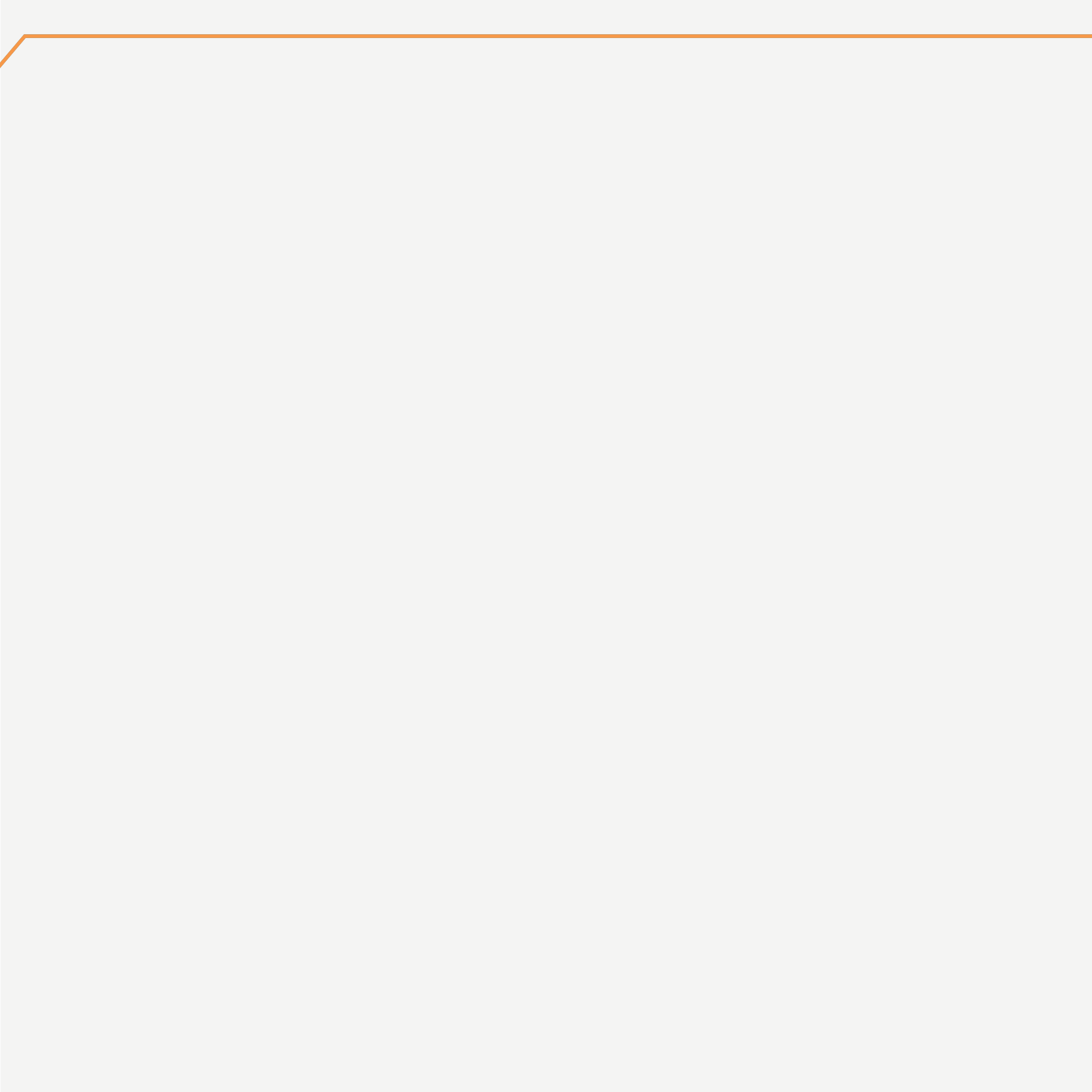
L'evoluzione delle dinamiche dell'abitare in Italia: 20 anni di indagini Tecnoborsa
- Focus sul mercato residenziale romano

Il rapporto conclusivo pubblicato nel n.41 del QEI,
è il risultato di una collaborazione
con RuR- Rete urbana delle Rappresentanze.

Al lavoro hanno partecipato:

Valentina Canali (Direttore generale Tecnoborsa) coordinamento e collaborazione ai testi;
Giuseppe Roma (Presidente Rur) stesura del primo capitolo e definizione questionario ed analisi dati cap 2;
Alice Ciani (Responsabile Centro studi Tecnoborsa) elaborazione dei grafici e analisi dei dati del terzo e quarto capitolo;
Format srl somministrazione questionario al campione di più di 2.000 famiglie;
Tipografare S.r.l. grafica e stampa.

PUBBLICATO DICEMBRE 2025





Viale delle Terme di Caracalla, 69/71 - 00153 Roma

Tel. +390657300710

info@tecnoborsa.com

www.tecnoborsa.com

ISSN 2974-6396 QEI - Quaderni di economia immobiliare