

COMUNICATO STAMPA

INDAGINE 2024 - LE FAMIGLIE ROMANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

INTERMEDIAZIONE E VALUTAZIONE

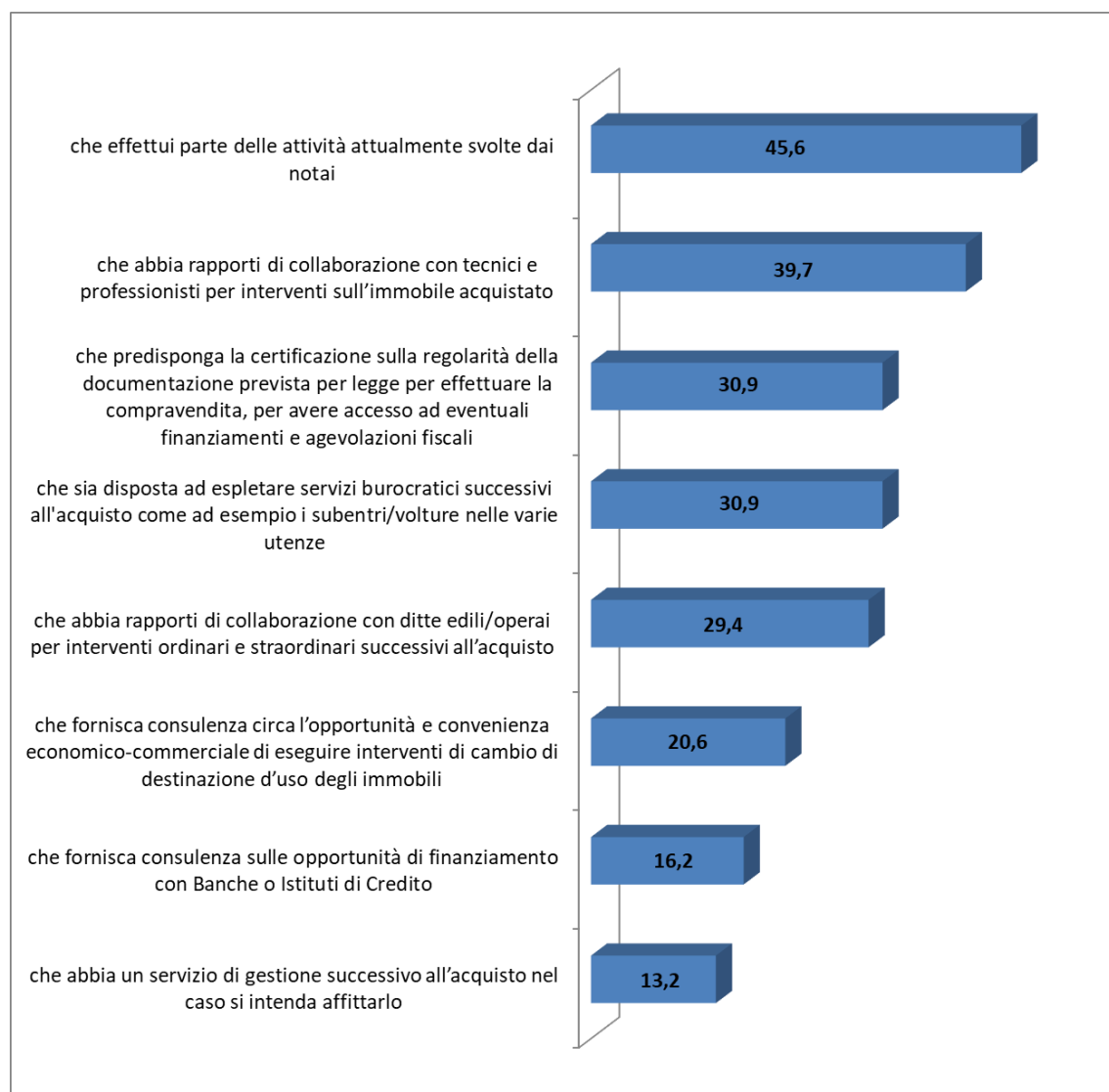
a cura del Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEI **Tecnoborsa**

L'INTERMEDIAZIONE

Dalla più recente Indagine **Tecnoborsa** del 2024 è emerso che a Roma, nel biennio 2022-2023, **il 48,2% 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 72,1% 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. Emerge comunque un **marginale di miglioramento sulla varietà dei servizi** (*Graf. a*) dal momento che il 45,6% 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; il 39,7% dei clienti avrebbe apprezzato la possibilità di essere messo in contatto con tecnici e professionisti qualificati per preventivi di spesa, progettazione di lavori di ristrutturazione o di adeguamento dell'immobile, e la possibilità di ricevere pratiche urbanistico-edilizie; il 30,9%, a parità di punteggio, 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 e che l'agenzia fosse disposta ad fornire servizi successivi all'acquisto, come ad esempio i subentri/volture nelle varie utenze; il 29,4% avrebbe gradito la possibilità di ricorrere attraverso l'agenzia a ditte edili/operai per facilitare gli interventi successivi all'acquisto, dalla semplice tinteggiatura alla

ristrutturazione completa; il 20,6% che offrisse anche un servizio di consulenza circa l'opportunità e convenienza economico-commerciale dell'esecuzione di interventi di cambio di destinazione d'uso; il 16,2% vorrebbe che l'agente fornisse un servizio di consulenza sulle opportunità di finanziamento con Banche o Istituti di Credito e, infine, il 13,2% avrebbe gradito una assistenza successiva all'acquisto, per proporre e gestire il bene acquistato sul mercato delle locazioni.

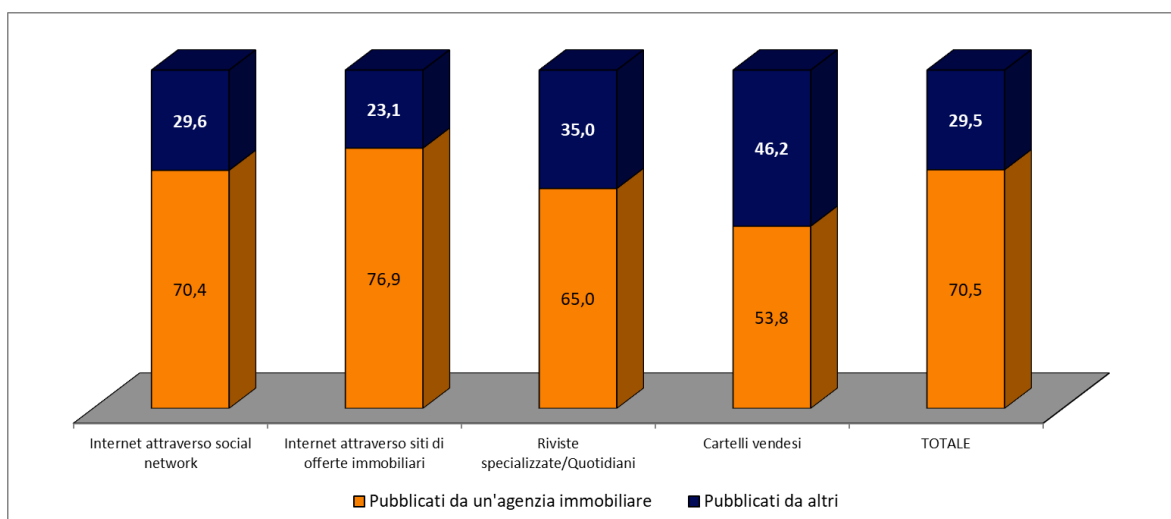
Grafico a – val. %



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 ma 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 stradale con l'indicazione 'vendesì' 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 (Graf. b); quindi, sommando questo valore a quello di coloro che si sono recati direttamente in agenzia, **otteniamo il dato del 75,5% 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.**

Grafico b – val. %



Passando ora all'analisi dal lato della **vendita**, è emerso che **il 75,3% delle famiglie residenti nella Capitale che ha venduto un immobile nel biennio in esame ha fatto ricorso al supporto tecnico professionale dell'agenzia immobiliare**. Confermando il trend crescente del ricorso all'agenzia immobiliare da parte di chi vende.

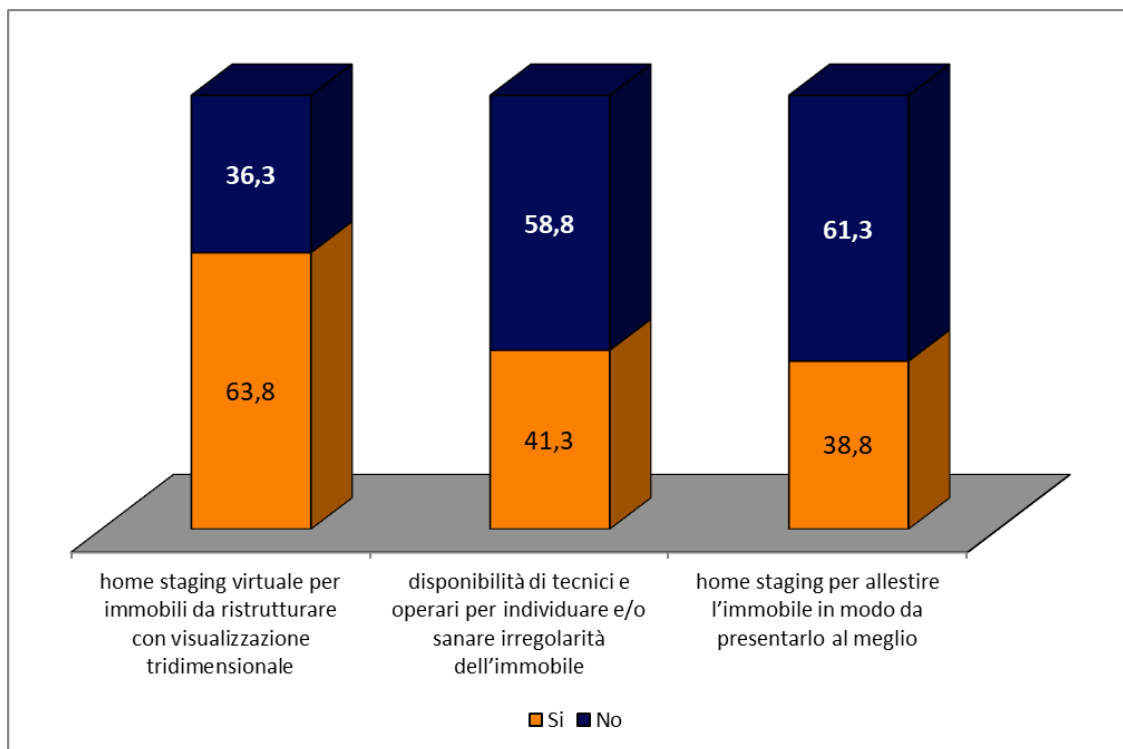
Da un *focus* sui criteri che guidano la scelta dell'agenzia a cui affidare l'immobile successivamente venduto è emerso che nel 28,8% dei casi si è optato per un'agenzia situata nella zona di residenza del venditore o comunque in quella di localizzazione dell'immobile venduto; nel 21,9% dei casi, a parità di punteggio, la decisione è stata presa affidandosi a cartelloni pubblicitari o è stata orientata da spot televisivi; nel 20,5% dei casi è stato seguito il consiglio di amici, parenti e/o conoscenti e, infine, solo nel 6,8% dei casi tramite magazine/opuscoli distribuiti dall'agenzia.

Chiedendo poi un giudizio sui servizi ricevuti, è emerso che il 63% ha espresso un giudizio complessivamente positivo, tra il buono e l'ottimo.

Il restante 24,7% ha optato per soluzioni alternative al ricorso all'agenzia immobiliare principalmente per ragioni economiche, per non dover sostenere il costo della provvigione (54,2%), per la percezione di una scarsità di servizi (29,2%) o per una mancanza di fiducia negli agenti (16,7%).

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 (*Graf. c*): la percentuale maggiore -il 63,8%- va al servizio di ristrutturazione con realtà virtuale così da avere una idea concreta delle potenzialità del bene; per il 41,3% 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 38,8%, avrebbe fatto piacere ricevere un servizio di *home staging* per arredare e presentare l'immobile al meglio, così da ottenere un valore commerciale superiore.

Grafico c – val. %



Andando a indagare sui canali utilizzati per promuovere il bene venduto da parte delle famiglie romane che non hanno fatto ricorso all'aiuto dell'agenzia immobiliare per effettuare la vendita è emerso che il 33,3% ha utilizzato il passa parola; il 29,2%, a parità di punteggio, i siti specializzati presenti su Internet e i *social network*; il 20,8%, anche in questo caso con lo stesso punteggio, le riviste specializzate e i cartelli vendesi.

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.** Il dato più significativo è rappresentato dal fatto che **il 68,1% degli acquirenti ha effettuato una valutazione**, sia affidandosi a uno specialista sia procedendo in autonomia.

Dal lato dell'offerta è emerso che ben il 78,4% 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 per l'attribuzione del valore all'immobile, emergono tuttavia alcune tendenze interessanti (*Graf. d*); 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 affidandosi ai dati pubblicati nei listini ufficiali**; il 28,4% ha preferito il 'fai da te' stimando l'immobile 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. Inoltre, 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 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.

Grafico d – val. %

