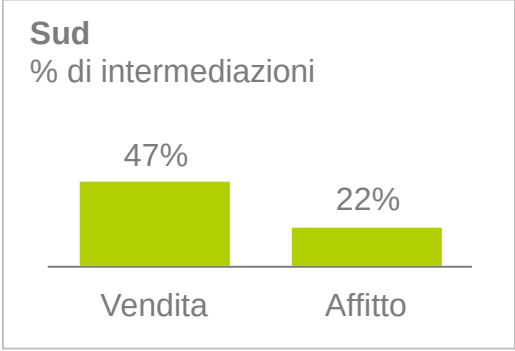
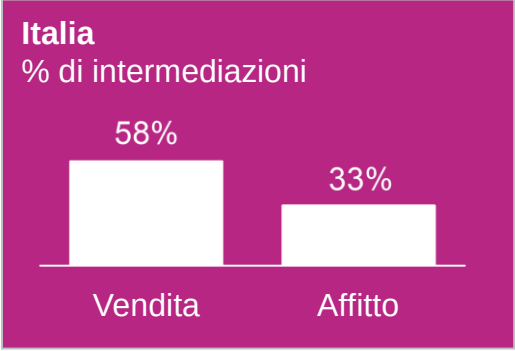
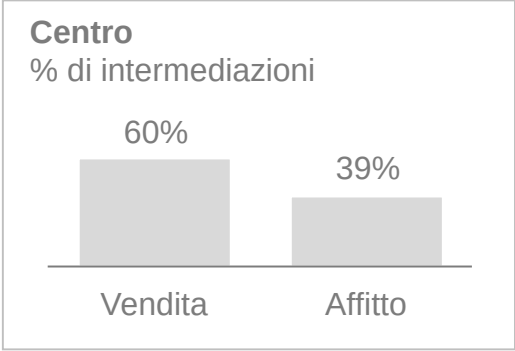
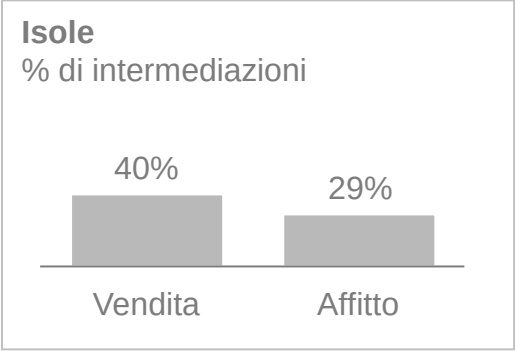
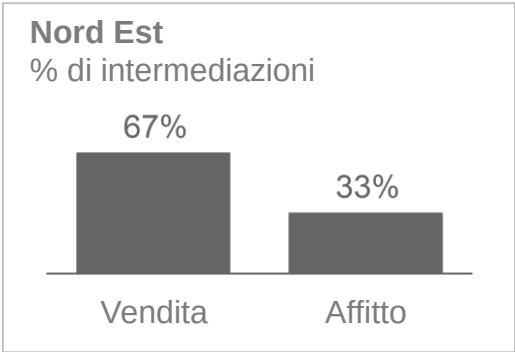
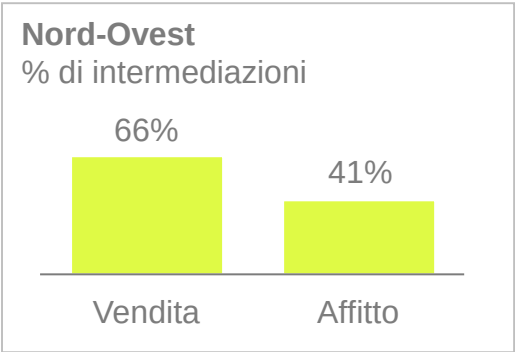


idealista

Indagine Agenzie Immobiliari 2016

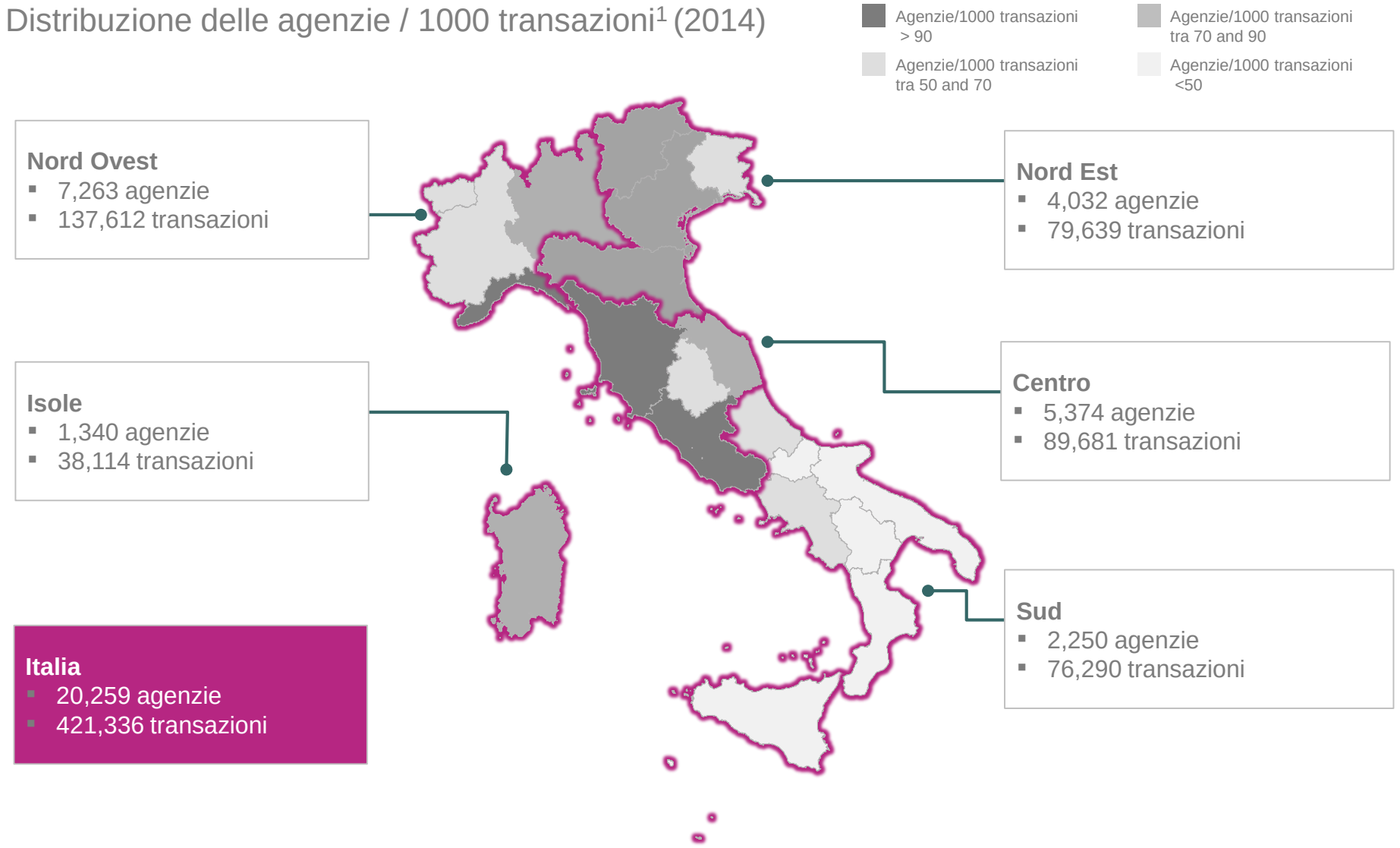
idealista

Nelle regioni del Nord Italia si ha un numero maggiore di intermediazioni rispetto alle regioni del Sud...



... e si concentra la maggior parte delle agenzie

Distribuzione delle agenzie / 1000 transazioni¹ (2014)

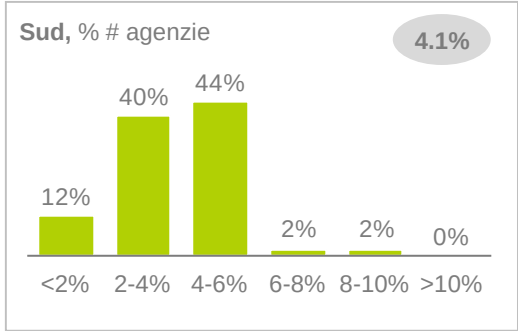
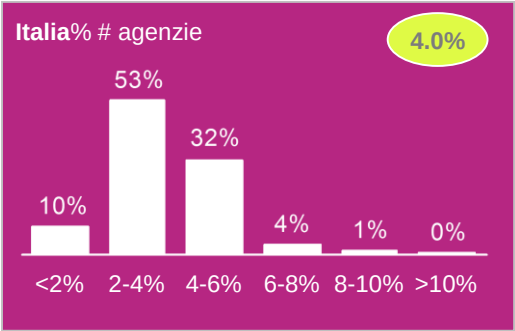
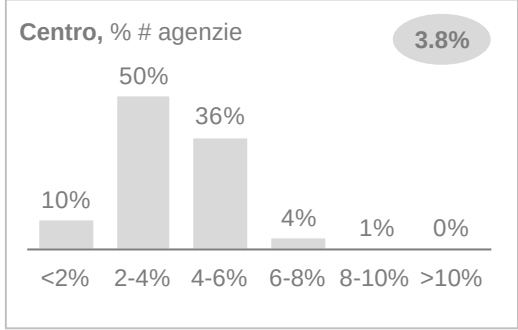
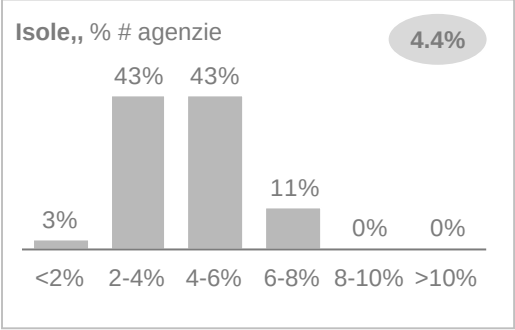
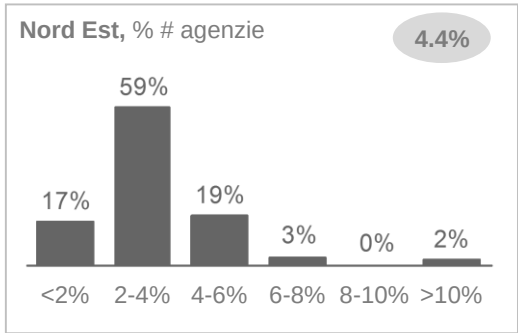
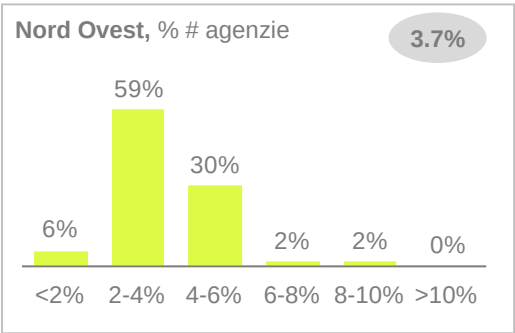


¹ Si considera la % di intermediazioni per regione.
FONTE: Indagine Agenzie Immobiliari (Febbraio 2016)

Il valore medio delle commissioni di compravendita è relativamente omogeneo in Italia, con un valore di ~ 4% del prezzo di vendita

Distribuzione delle commissioni di compravendita per n agenzie, n=420

Media pesata¹ dei diritti di commissione per prezzo di vendita



1 Pesata sul numero di transazioni.

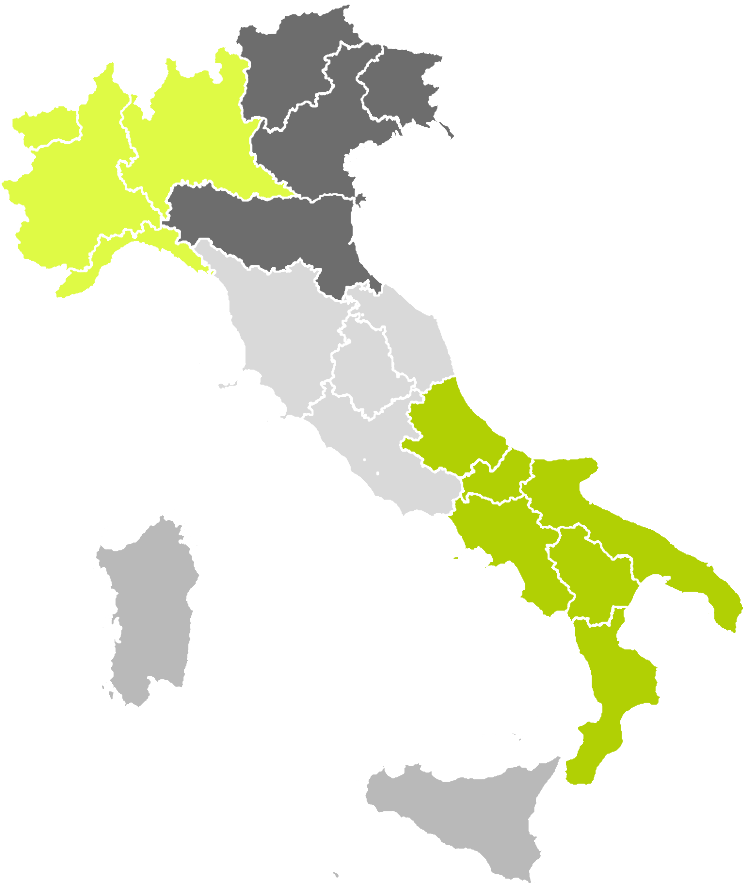
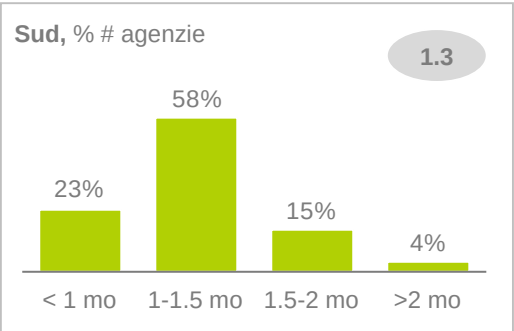
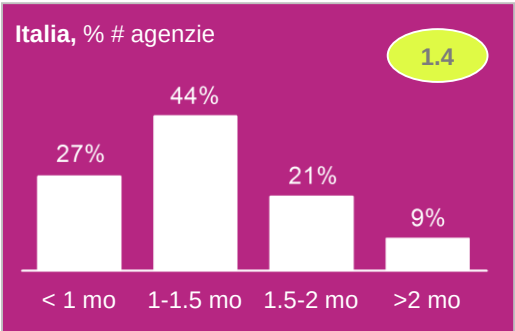
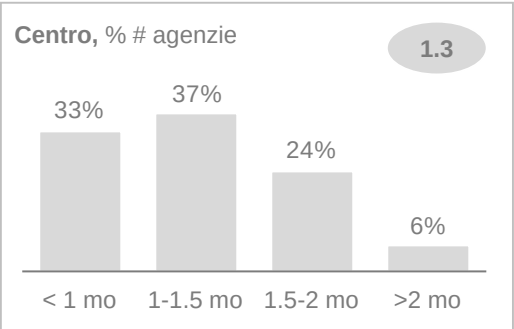
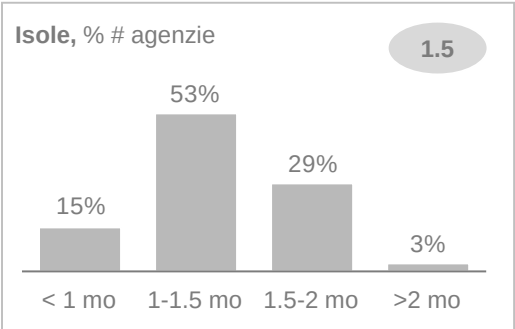
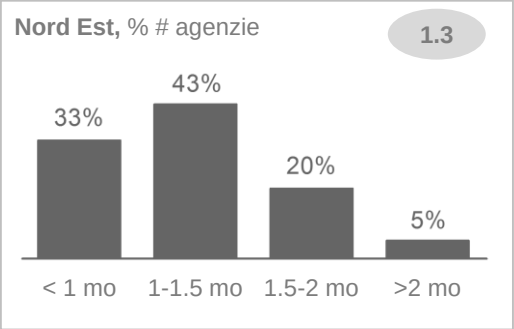
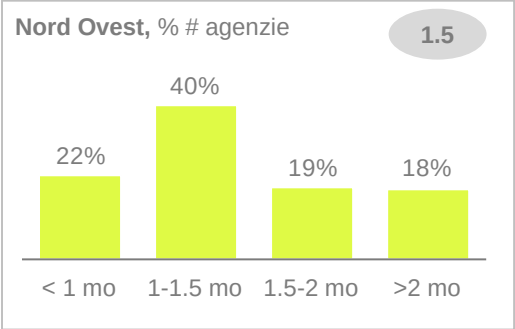
Q: "Qual è il valore medio delle commissioni per transazione di compravendita (totale pagato dall'acquirente e dal venditore)?"

FONTE: Indagine Agenzie Immobiliari (Febbraio 2016)

Anche la media delle commissioni per transazioni di locazione è geograficamente omogenea, con un valore di ~1.4 mensilità

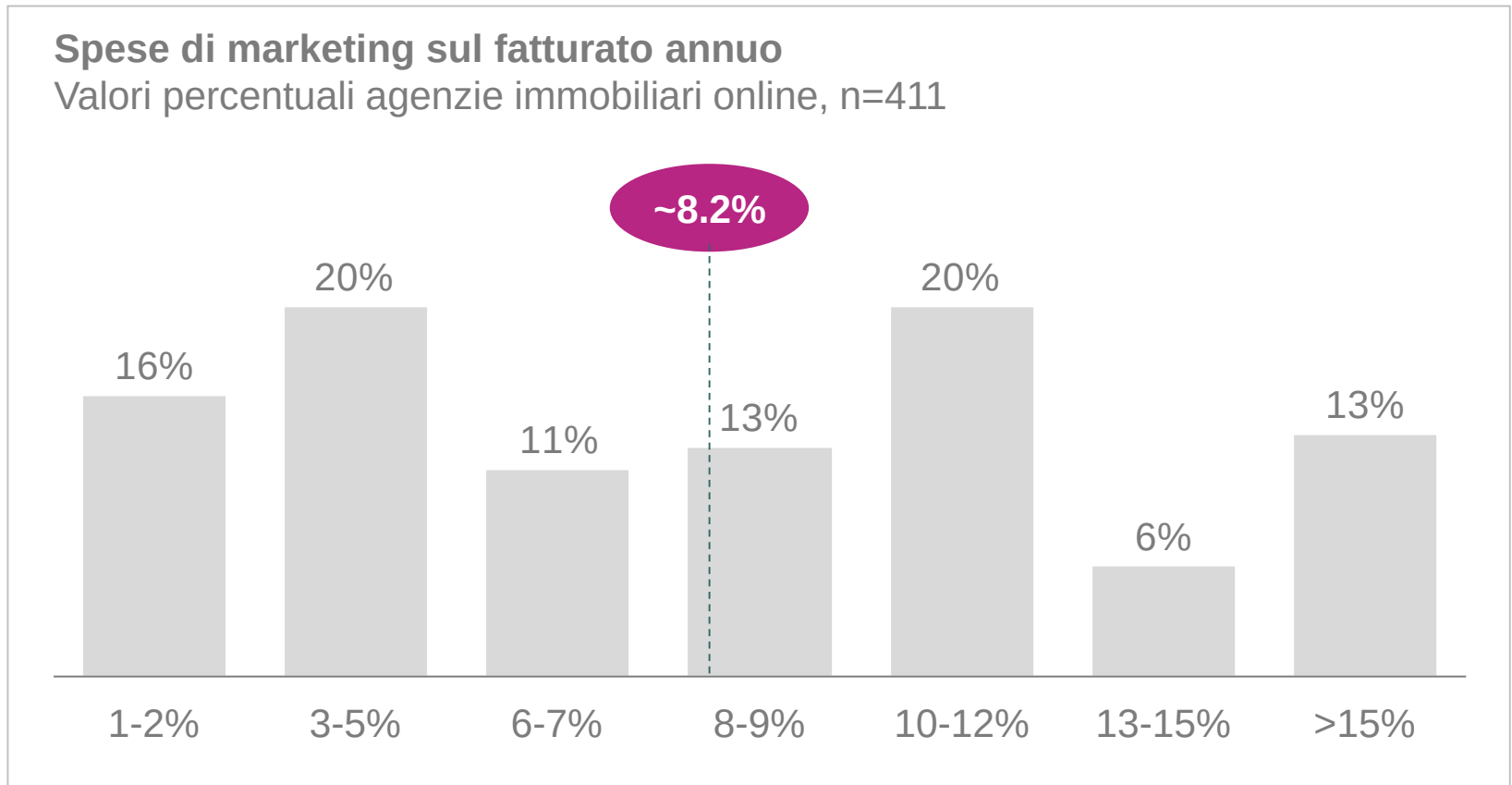
Media pesata¹ dei diritti di commissione per prezzo di vendita

Distribuzione delle commissioni di locazione per n agenzie, n=386



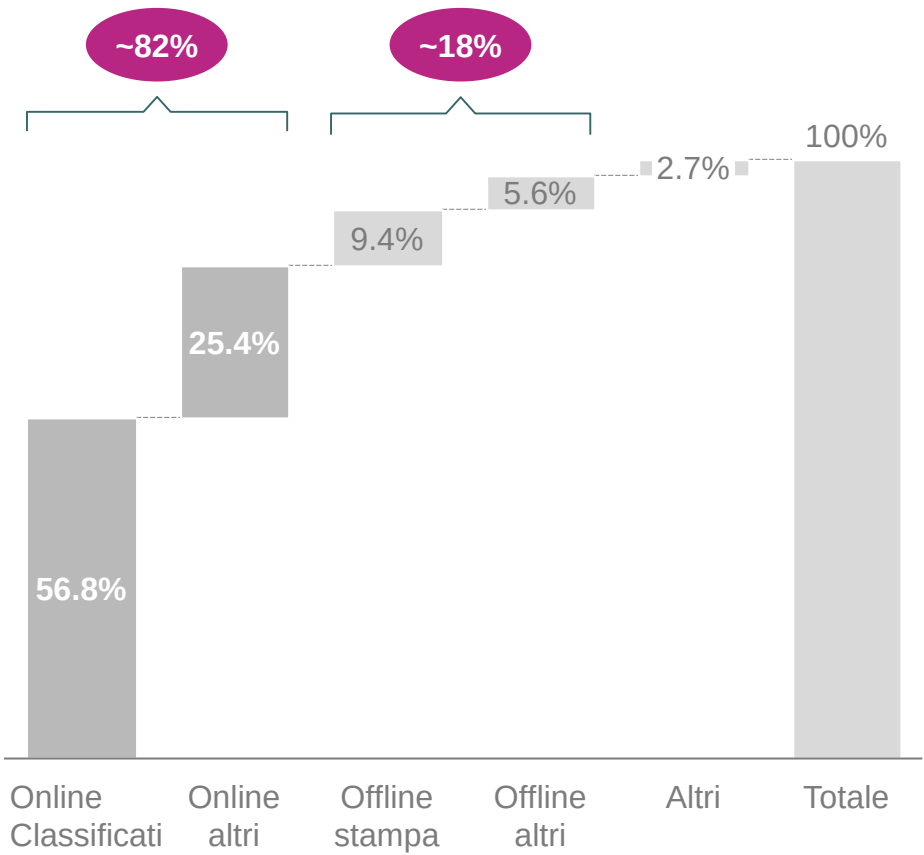
1 Pesata sul numero di transazioni
Q: "Qual è il valore medio delle commissioni per transazione di locazione (totale pagato dal locatore e dal locatario)?"
FONTE: Indagine Agenzie Immobiliari (Febbraio 2016)

Le agenzie spendono ~8.2% del fatturato in marketing

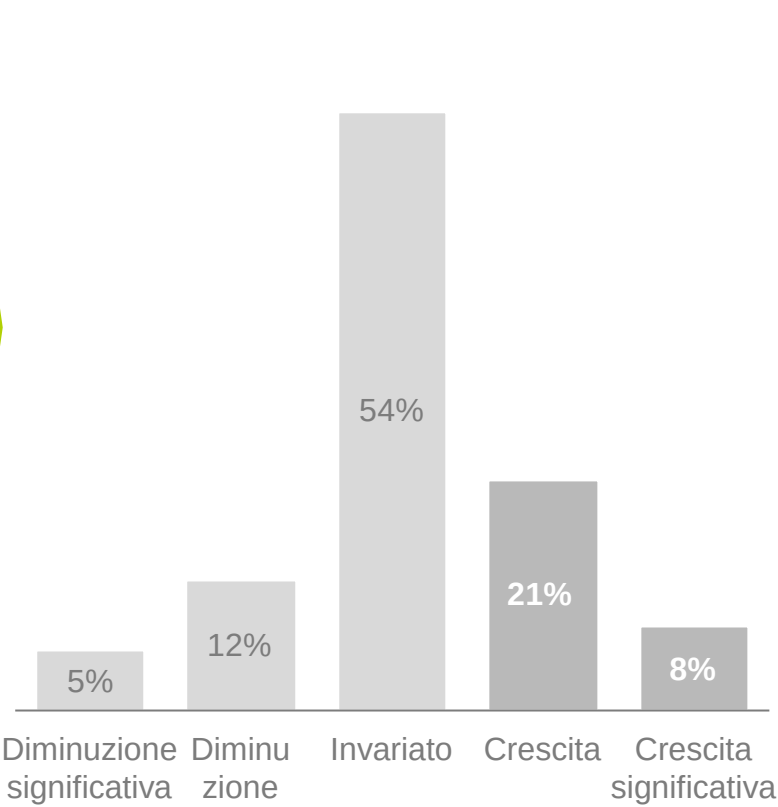


~57% degli investimenti in marketing è speso direttamente nei portali immobiliari, una quota in crescita.

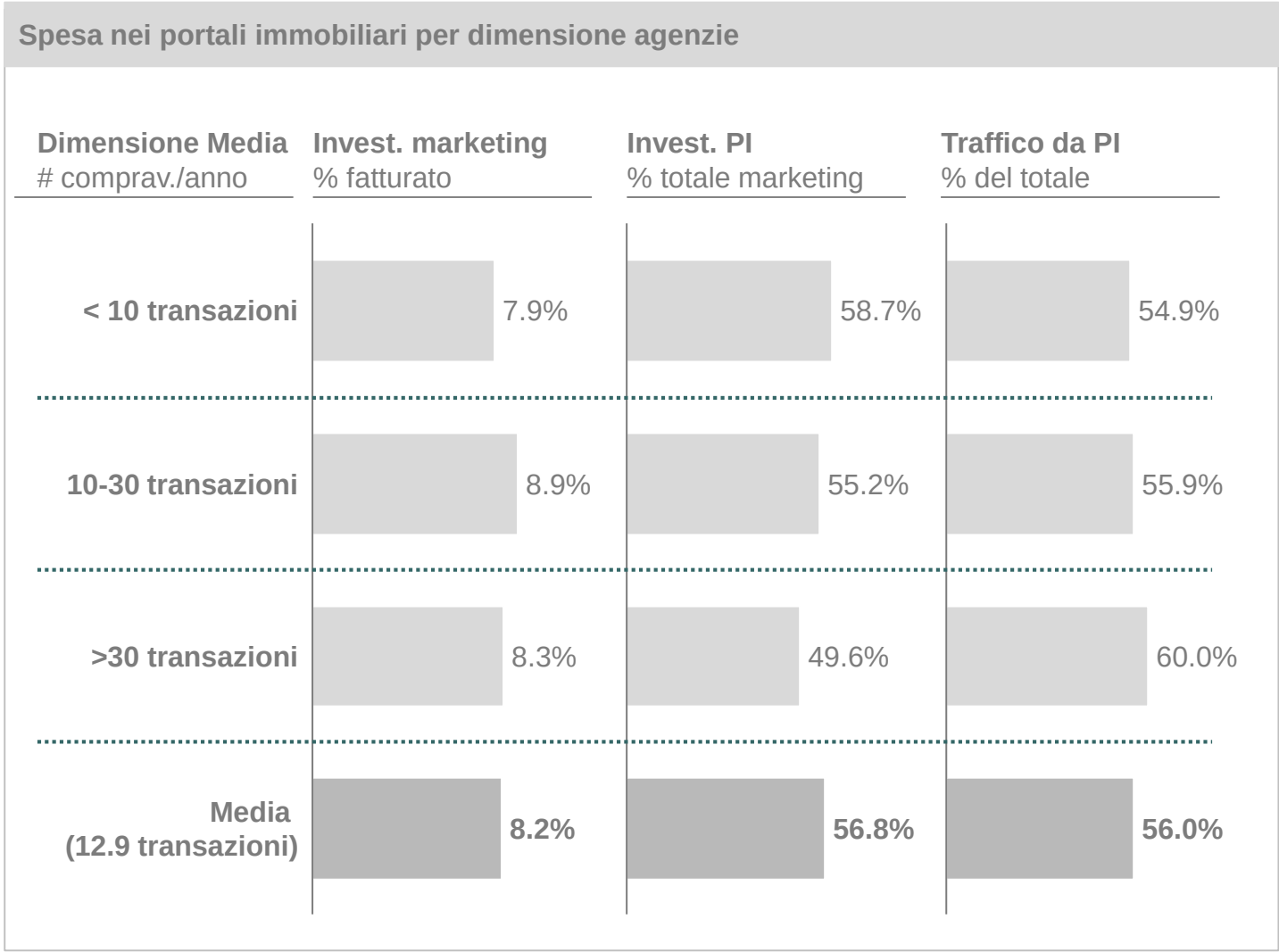
Distribuzione media degli investimenti in marketing
%, n=539



L'investimento nei portali immobiliari è in crescita
% di intervistati, n=501



L'investimento nei portali di annunci immobiliari dipende dalla dimensione delle agenzie. Le più grandi hanno i ritorni sugli investimenti maggiori.

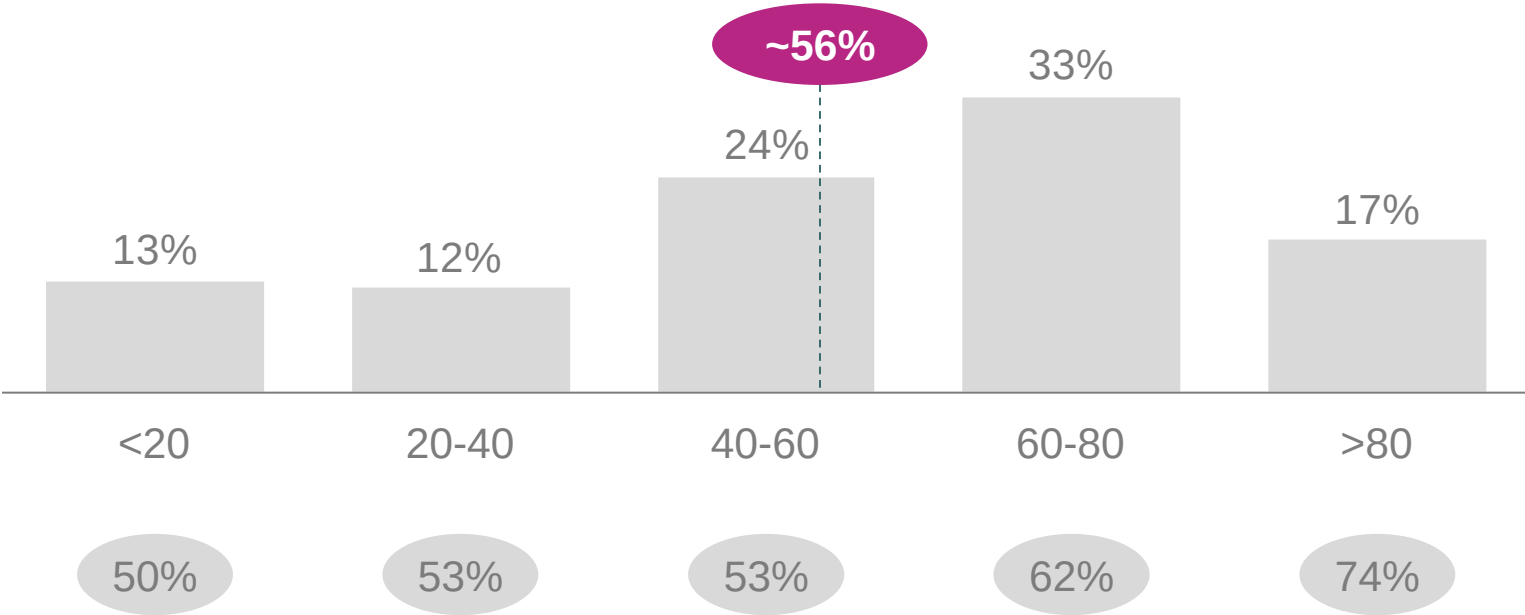


Le **grandi agenzie** ricevono in media una **quota di traffico maggiore** dai **PI**, a fronte di un investimento relativamente basso – **economia di scala**.

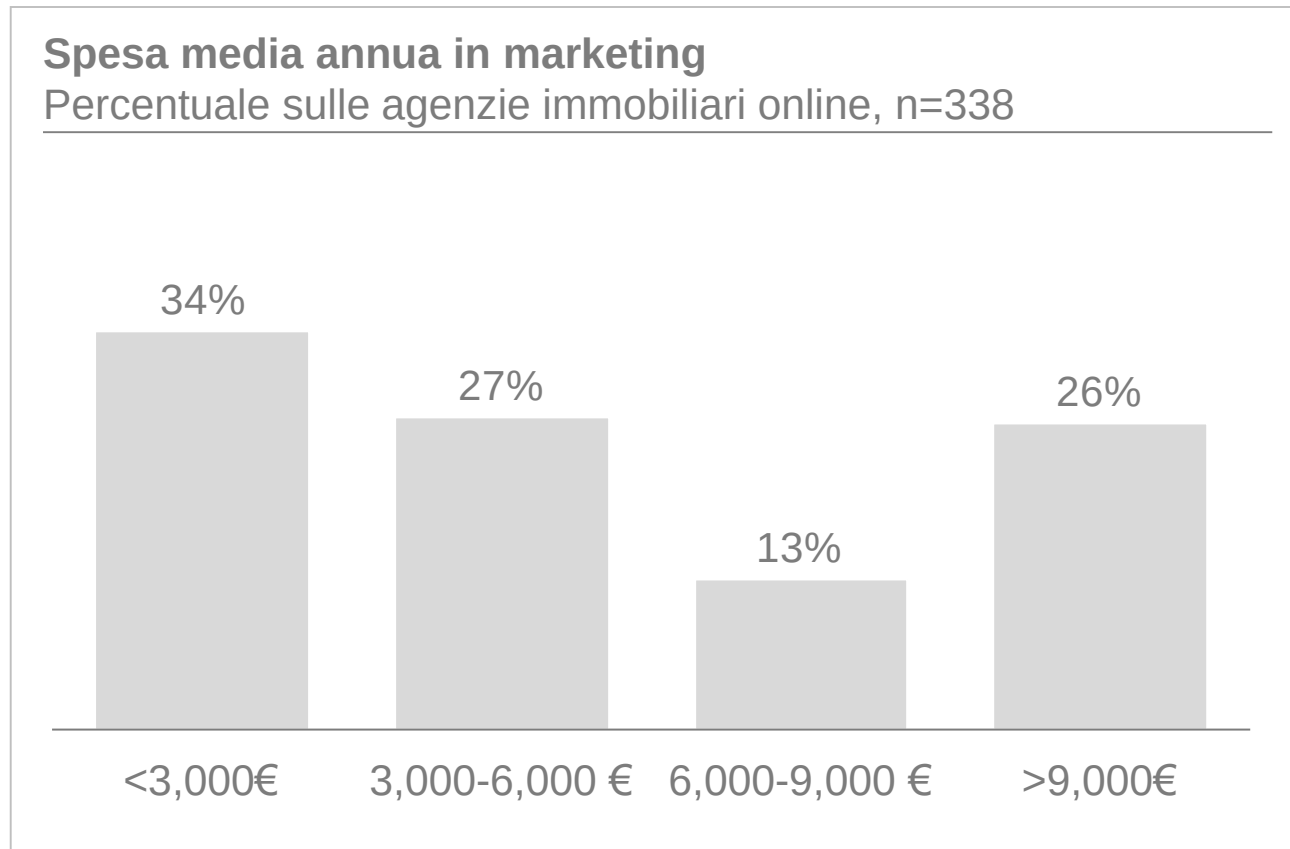
~56% degli acquirenti proviene da portali immobiliari. È evidente la correlazione tra la % degli investimenti in marketing destinata ai portali e il ritorno sull'investimento.

xx% Percentuale degli investimenti in marketing destinata ai portali immobiliari

Quota di acquirenti proveniente da portali immobiliari
Percentuale sul totale delle transazioni nel 2015, n=482



La spesa media annua in marketing per agenzia

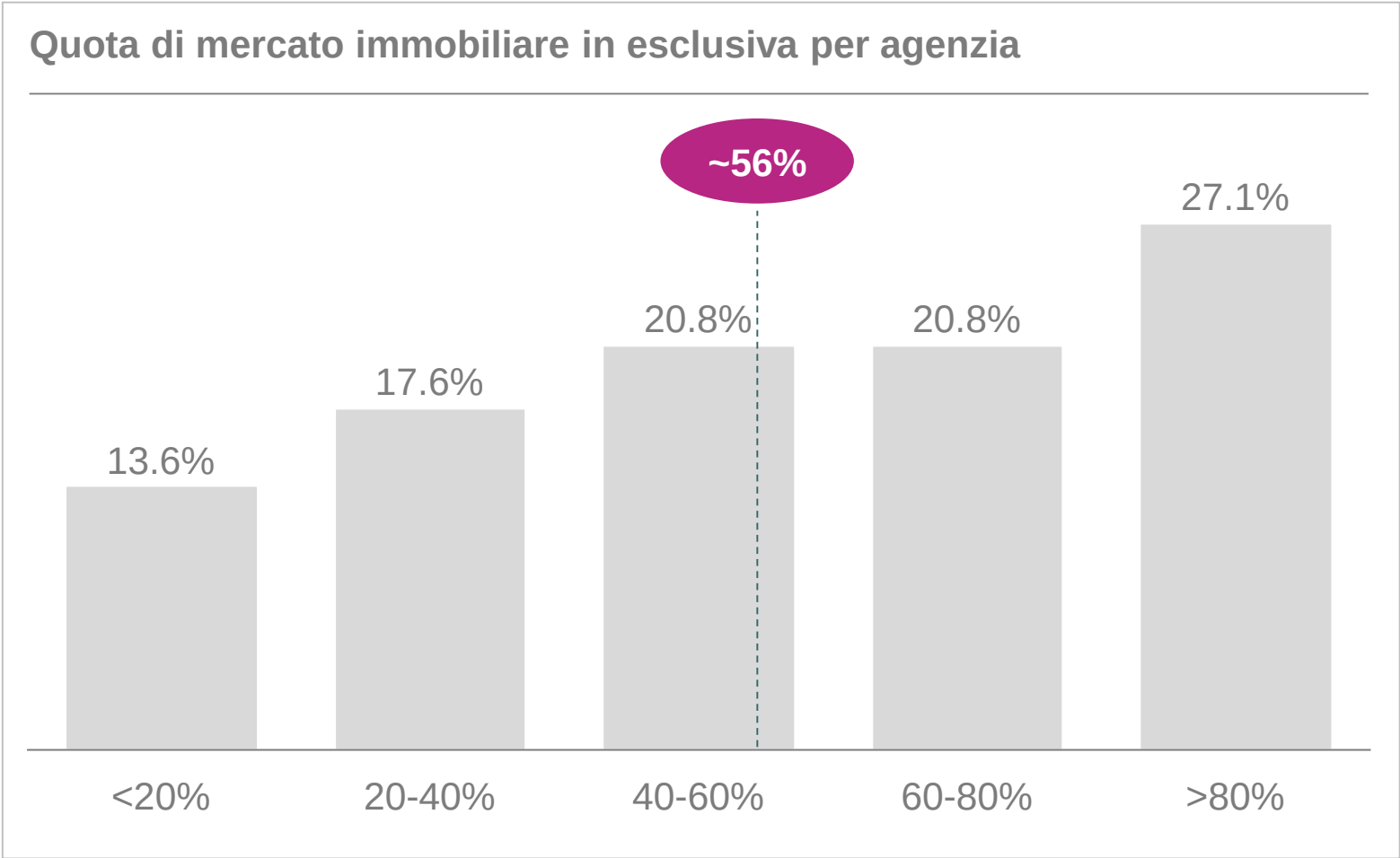


Q: "Qual è la spesa annua in marketing della tua agenzia (o franchise)?"

FONTE: Indagine Agenzie Immobiliari (Febbraio 2016)

Le agenzie ritengono che ~56% del mercato sia sotto esclusiva

X% Media



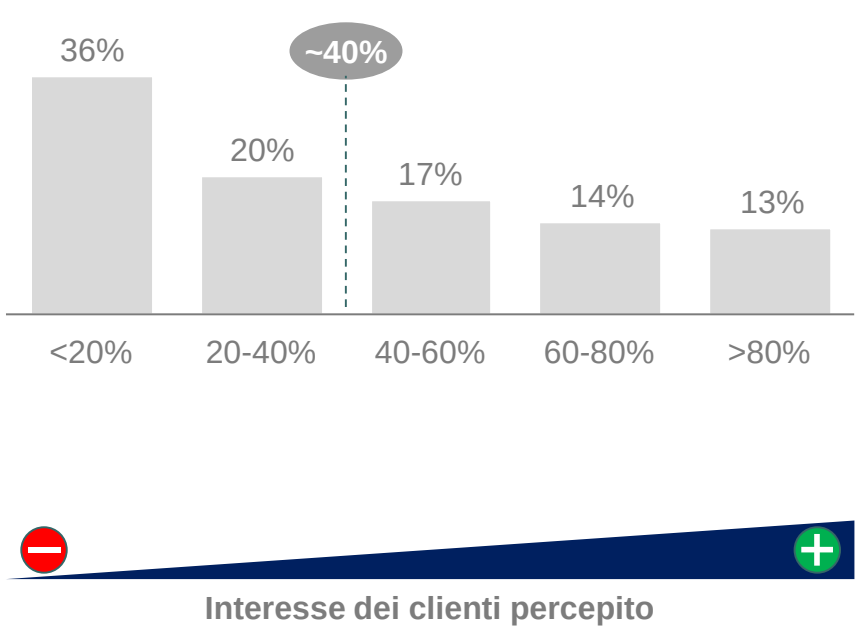
Q: "Quale percentuale dei vostri clienti vi concede l'esclusiva di vendita dei loro immobili?"

FONTE: Indagine Agenzie Immobiliari (Febbraio 2016)

La maggior parte delle agenzie ritengono che ai clienti non interessi quale portale utilizzino. I clienti invece prestano attenzione a questa informazione.

Dal punto di vista delle agenzie immobiliari

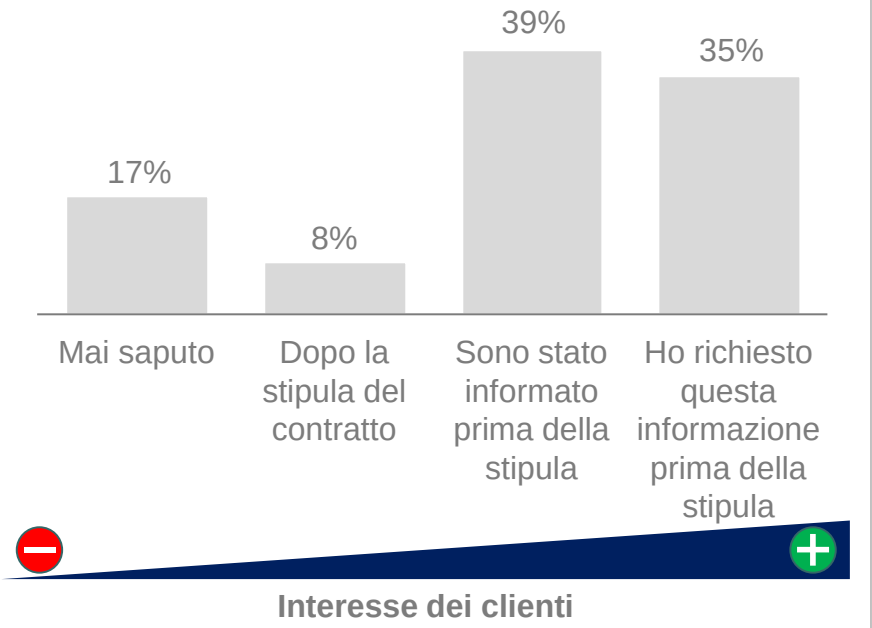
Opinione delle agenzie circa l'interesse dei clienti nel sapere quali portali immobiliari utilizzano
Percentuale sul numero delle agenzie, n=454



- La maggior parte delle **agenzie ritiene** che i **clienti non sono interessati** a conoscere quali portali useranno:
 - ~**56%** delle agenzie considera che **meno del 40%** dei clienti è **interessato**

Dal punto di vista del clienti

“Quando è venuto a conoscenza del portale nel quale l'agenzia avrebbe pubblicizzato il suo immobile?”
Percentuale, n=513



- 1 cliente su 3 richiede anticipatamente**, prima di concludere la contrattazione, quale portale Online verrà utilizzato per pubblicizzare l'immobile.