

Digitalizzazione per decifrare la domanda

La crescente digitalizzazione offre interessanti opportunità poiché rende più facile la raccolta e la valutazione delle informazioni chiave. I dati possono essere utilizzati, ad esempio, per valutare meglio le conseguenze del COVID-19 per il mercato immobiliare.

Per molto tempo i dati sulla domanda erano scarsi

Informazioni sull'offerta di abitazioni sono disponibili già da tempo, dati sulla domanda, invece, sono da sempre merce rara. Per decenni le preferenze della domanda erano misurabili solo indirettamente (ad es. tramite i dati sulle superfici sfitte). Statistiche, come l'indagine strutturale della popolazione, forniscono informazioni sulle dimensioni delle abitazioni delle economie domestiche, ma risentono del problema che quest'ultime non vivono necessariamente nel modo in cui vorrebbero. Inoltre, tra raccolta e pubblicazione dei dati intercorre spesso un lungo periodo. I sondaggi sul comportamento della domanda, come il barometro immobiliare della NZZ, sono utili, ma hanno i loro limiti a causa del numero ridotto di partecipanti, soprattutto per valutazioni regionali.

Dalle analisi dei clic ...

I precursori della digitalizzazione sul mercato immobiliare sono stati i portali online. La loro marcia trionfale sul mercato delle inserzioni immobiliari, iniziata a cavallo del millennio, ha improvvisamente spalancato nuove possibilità di analisi dei dati, soprattutto perché i richiedenti lasciano tracce sui canali digitali. Inizialmente è stato analizzato quali offerte cliccano i visitatori dei portali. Ciò ha fornito informazioni su ciò che tendenzialmente suscitava interesse. Tuttavia, queste informazioni erano incomplete, perché dove non esisteva un'offerta, non c'era niente su cui cliccare. Inoltre, la disponibilità a pagare non poteva essere determinata in questo modo.

... alla valutazione degli abbonamenti di ricerca

In considerazione del crescente numero di inserzioni per abitazioni, si sono successivamente affermati gli abbonamenti di ricerca, che informano gli interessati in modo rapido e personalizzato su immobili interessanti. Per poterli utilizzare, gli acquirenti devono rivelare le loro vere preferenze. La società svizzera di proptech Realmatch360 è stata la prima a riconoscere il valore di queste informazioni: dal febbraio 2014 analizza in modo anonimo gli abbonamenti di ricerca dei più grandi portali online svizzeri e mette questi dati rapidamente a disposizione dei suoi clienti. Più di un milione di profili di ricerca attivi vengono ora esaminati ogni giorno, consentendo analisi regionali dettagliate. Sulla base dei dati disponibili, l'attenzione si concentra sul mercato degli appartamenti in affitto e della proprietà abitativa.

Rompicapo della pulizia dei dati

Tuttavia, per ottenere risultati significativi, è stato necessario risolvere una serie di punti critici. I dati mancanti, duplicati e fuorvianti dovevano essere identificati e ripuliti con sofisticati algoritmi. Il sognatore alla ricerca di una grande e moderna casa unifamiliare nella città di Zurigo per meno di CHF 700 000 non dice nulla sulla reale domanda e sulla disponibilità a pagare. Inoltre, gli intermediari sul mercato immobiliare o i broker che mantengono abbonamenti di ricerca a scopo di osservazione del mercato devono essere rimossi dal set di dati. Alla fine, solo circa 200 000 profili di ricerca al giorno vengono effettivamente utilizzati.

Dati di attualità

Le capacità di elaborazione delle informazioni consentono di rendere disponibili i dati sulla domanda in modo tempestivo. Realmatch360, ad esempio, aggiorna i suoi prodotti settimanalmente e per un buon motivo: ogni giorno vengono effettuati circa 10 000 adeguamenti agli abbonamenti di ricerca in Svizzera (nuovi abbonamenti risp. adeguamento/cancellazione di abbonamenti esistenti). In media durano da due a tre mesi per gli appartamenti in affitto e il doppio per la proprietà immobiliare.

Esempio 1: spostamenti della domanda per via del COVID-19

La pandemia di COVID-19 ha dimostrato quanto sia importante avere accesso ai dati il più rapidamente possibile come base per valutare la situazione. Grazie alla preziosa analisi dei profili di ricerca, è già possibile effettuare dichiarazioni basate sui dati per stabilire se e in quale forma il COVID-19 abbia modificato la domanda di abitazioni. Ad esempio, si nota che la domanda di appartamenti di proprietà e di case unifamiliari è in aumento e quella di appartamenti in affitto è in diminuzione (fig. 17).

«Home sweet home» in primis

All'interno dei singoli segmenti, si è inoltre registrato uno spostamento delle preferenze. Gli appartamenti di medie e grandi dimensioni (affitto/AP: ≥ 3 stanze, CU: ≥ 5 stanze) sono sempre più richiesti (fig. 17). Le esigenze sono quindi aumentate, cosicché gli immobili poco costosi sono meno ricercati rispetto a quelli dei segmenti di prezzo medio e superiore. Inoltre, per gli appartamenti in affitto, il desiderio di uno spazio esterno (balcone/terrazza) è aumentato per un breve periodo dopo il lockdown. Anche i posti auto vengono di nuovo richiesti con maggiore frequenza, sia per gli immobili in affitto che di proprietà. Tutto ciò indica che l'importanza di un'abitazione che soddisfi le proprie esigenze, che tenga conto del cambiamento del comportamento di utilizzo (più tempo a casa, home office) e in cui ci si senta a proprio agio, è aumentata notevolmente a seguito del COVID-19.

Il COVID-19 determina anche spostamenti spaziali

Dopo lo scoppio della pandemia, coloro che ricercano un'abitazione si sono interessati maggiormente ai comuni al di fuori dei grandi centri e dei rispettivi agglomerati (fig. 18). Tuttavia, poiché il 50,4% di tutti coloro che cercano un appartamento in affitto lo desiderano nei grandi centri e nei loro agglomerati, e il calo della domanda in questo caso è di soli 1,9 punti percentuali, non si può parlare di un abbandono dei grandi centri. Nel caso della proprietà abitativa, invece, lo spostamento spaziale verso la periferia è più marcato. Come spiegato nel capitolo «Proprietà abitativa» (pagina 9 seg.), questa tendenza potrebbe intensificarsi a causa dei prezzi elevati degli immobili nelle ubicazioni centrali e dell'avanzata dell'home office.

Essenziale il monitoraggio della domanda

La pandemia COVID-19 ha modificato le preferenze della domanda, almeno temporaneamente. Solo i prossimi trimestri e anni mostreranno quanto queste tendenze siano durature. Di conseguenza, rimane importante monitorare costantemente la domanda e non trarre conclusioni sbagliate sulla base di un'istantanea.

Conoscenze rapide grazie a semplici tool

Un'analisi dettagliata dei profili di ricerca può anche generare risultati molto interessanti sulla domanda locale per un'ubicazione. Tuttavia, i costruttori o gli agenti immobiliari spesso non hanno il tempo per analisi dettagliate. Semplici applicazioni (Web), come quella presentata di seguito, possono mettere a disposizione di tali attori le informazioni desiderate con pochi clic.

Esempio 2: determinazione della disponibilità a pagare

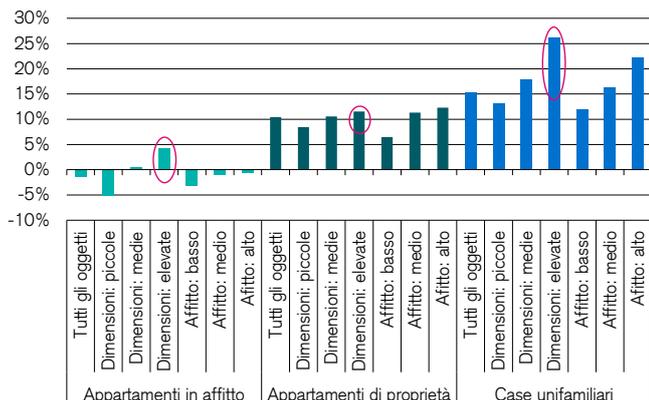
Come accennato all'inizio, gli abbonamenti di ricerca forniscono informazioni sulla disponibilità a pagare dei soggetti interessati ad un'abitazione. Poiché spesso sono pochi franchi in più o in meno per metro quadro di affitto annuale a determinare se un immobile viene affittato, informazioni precise sono fondamentali per i proprietari, i realizzatori dei progetti, gli agenti immobiliari o i broker. Le moderne applicazioni Web possono essere utilizzate per rispondere a questa esigenza. Lo dimostriamo in questa sede utilizzando l'esempio del pricsetter di Realmatch360, un'applicazione che fornisce informazioni sulla disponibilità a pagare.

Identificazione degli «scogli dei prezzi»

La figura 19 mostra la disponibilità locale a pagare secondo il pricsetter per un appartamento in affitto con quattro locali a Zurigo Oerlikon, Uster e Wetzikon. Si evince che, a Zurigo Oerlikon, il 68,7% di tutti gli interessati viene raggiunto con un affitto lordo mirato di CHF 2500. A Uster questa quota scende al 37,7%, mentre a Wetzikon è del 17,6%. Importanti sono i cosiddetti «scogli dei prezzi», dove la quota dei potenziali interessati scende improvvisamente in modo brusco con prezzi solo leggermente più alti. A Zurigo Oerlikon, tali scogli dei prezzi sono visibili a partire da CHF 3000 e CHF 3500 (fig. 19). Se un appartamento viene pubblicizzato a un prezzo leggermente più alto, un numero significativamente inferiore di persone interessate vede l'annuncio.

Fig. 17: Grandi appartamenti più richiesti dallo scoppio di COVID-19

Variatione indici della domanda: 02/2020 – 12/2020

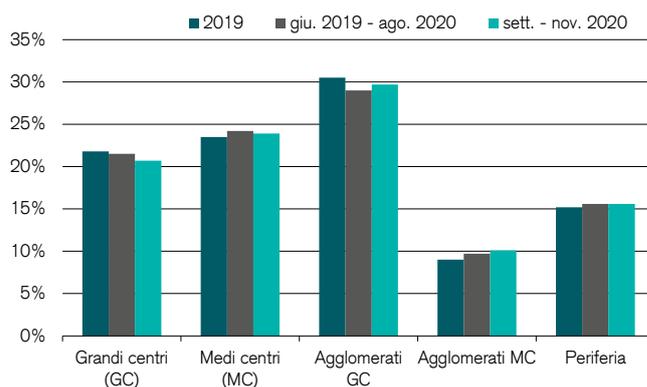


Fonte: Realmatch360

Ultimo rilevamento: 12/2020

Fig. 18: Grandi centri (incl. agglomerati) meno ricercati dallo scoppio di COVID-19

Ripartizione degli abbonamenti di ricerca, appartamenti in affitto per tipo di comune



Fonte: Realmatch360

Ultimo rilevamento: 11/2020

Determinazione dell'affitto ottimale

Se vengono fornite ulteriori informazioni sull'immobile, come i suoi anni, le condizioni, la superficie, l'ubicazione e lo standard di costruzione, è possibile determinare l'affitto ottimale. La base è un modello di prezzo edonico che tiene conto delle caratteristiche qualitative di un'abitazione. La figura 20 mostra questo approccio all'esempio di un appartamento in affitto di 4 locali a Bienne. Per un appartamento di nuova costruzione di 110 metri quadri di superficie abitabile in un'ubicazione media e con uno standard di costruzione corrente, si consiglia un affitto lordo di CHF 1850 al mese. Di contro, l'affitto ottimale per un nuovo appartamento in un'ottima ubicazione e un elevato standard edilizio è di CHF 2090.

La disponibilità a pagare è sistematicamente indicata a un livello elevato

I modelli statistici, come quelli utilizzati nel pricsetter, hanno anche dei limiti. Ad esempio, sono raramente adatti a valutare gli immobili di lusso o per amatori. Per quanto riguarda la disponibilità a pagare, bisogna anche tener presente che chi ricerca un immobile in genere la indica troppo in alto. Il limite superiore di prezzo inserito negli abbonamenti di ricerca è in media del 6,7% superiore al livello effettivo. Così, chi effettua una ricerca vuole evitare di trascurare l'appartamento dei propri sogni solo perché è leggermente al di sopra del rispettivo budget.

Solo l'integrazione sblocca il potenziale

Mentre un'app è utile per le interrogazioni individuali, l'uso di tali tool con un inserimento manuale è dispendioso in termini di tempo e spesso non è più efficace quando si ha a che fare con una grande quantità di dati. Inoltre, a seguito dell'avanzamento della digitalizzazione, si pone sempre più il problema che, sebbene sempre più tool offrano servizi interessanti per le aziende, questi rimangono spesso applicazioni individuali. Tali strumenti non possono comunicare tra loro e spesso i risultati possono essere integrati solo manualmente nelle proprie banche dati.

Le soluzioni API aumentano l'utilità dei dati

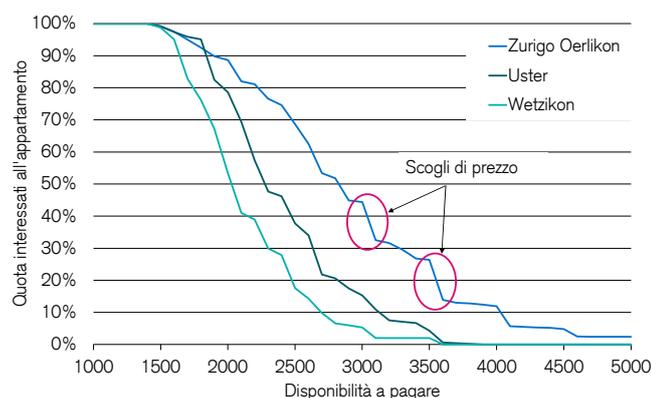
Soprattutto le aziende più grandi si aspettano quindi che tali prodotti siano disponibili anche tramite un'interfaccia, una cosiddetta API (Application Programming Interface). Ciò consente di effettuare interrogazioni automatizzate, trasferire i risultati ai propri sistemi e quindi evitare interruzioni del sistema. Reamatch360 offre già oggi tali API. Una banca, ad esempio, può utilizzare il pricsetter automaticamente nel monitoraggio dei rischi dei crediti ipotecari. Se, ad esempio, la disponibilità a pagare in un comune scende al di sotto di una soglia definita, viene automaticamente attivato un allarme per gli immobili nel comune interessato, e la banca può rilevare le ragioni di tutto ciò.

Conclusione: la digitalizzazione colma le lacune a livello di conoscenze

L'analisi digitale del comportamento della domanda, come terzo elemento accanto ai dati dell'offerta e di mercato, aiuta a eliminare le lacune a livello di conoscenze nella pianificazione dei progetti e nella commercializzazione. Il know-how locale sul mercato immobiliare rimane insostituibile e bisogna tener conto anche di altri indicatori. Tuttavia, la proliferazione delle API sta rendendo più facile il collegamento delle fonti di informazioni, aumentando significativamente il valore delle analisi dei dati e spalancando nuove opportunità di collegamento. Infatti, sul comportamento della domanda c'è ancora ricerca da fare. L'integrazione di Sinus-Milieus (tipologia di società/gruppi target dell'Istituto Sinus), ad esempio, aiuta ad analizzare il gruppo target in modo ancora più preciso. Con tecniche moderne quali machine learning e l'inclusione di altre fonti di dati dovrebbe inoltre essere possibile generare nuove conoscenze anche dal comportamento di ricerca – e questo anche su altri segmenti. Ciò è molto utile, soprattutto perché date le crescenti sfide sui mercati delle superfici a uso ufficio e destinate alla vendita sta diventando sempre più importante conoscere meglio il comportamento della domanda anche in questi mercati.

Fig. 19: Identificazione degli scogli dei prezzi

Disponibilità a pagare (affitto lordo in CHF/mese) per appartamenti di 4 locali

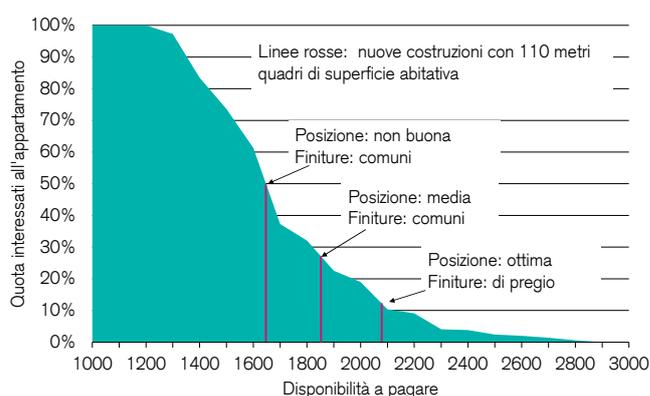


Fonte: Reamatch360, Credit Suisse

Ultimo rilevamento: 12/2020

Fig. 20: Determinazione dell'affitto ottimale

Disponibilità a pagare (affitto lordo in CHF/mese) per appartamenti di 4 locali a Bienne



Fonte: Reamatch360

Ultimo rilevamento: 12/2020