

# Studiu: Analiza nevoilor imobiliare ale românilor

noiembrie – decembrie 2016

București | Brașov | Cluj-Napoca | Constanța | Iași | Timișoara

- ▶ Tipuri de nevoi imobiliare
- ▶ Tipuri de proprietăți
- ▶ Timpul de căutare
- ▶ Criterii de selecție
- ▶ Informarea



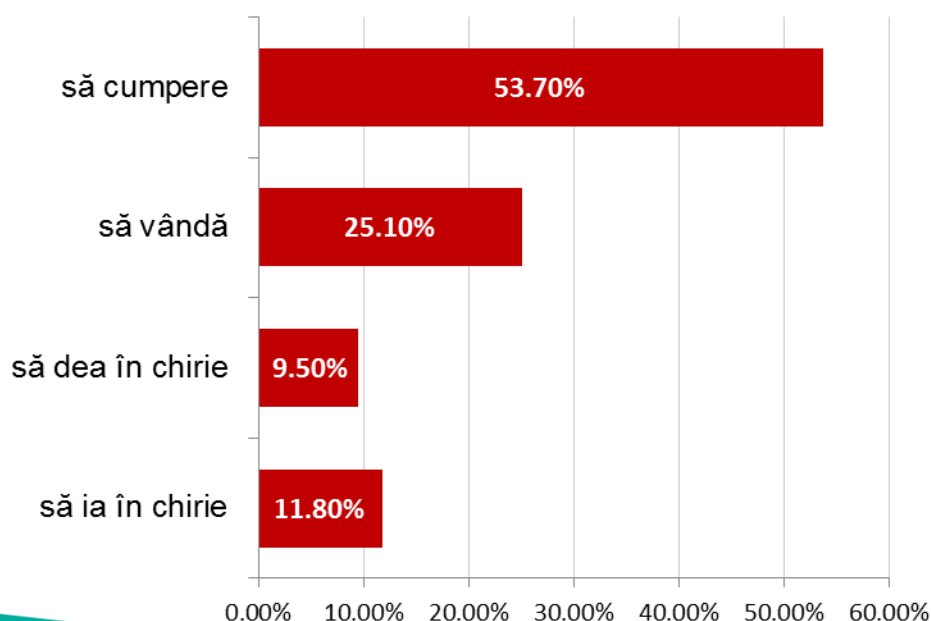
## Nevoia imobiliară

Piața imobiliară intră într-o nouă etapă: 32,8% din locuitorii marilor orașe au o nevoie imobiliară. Scade atenția pentru preț, crește interesul pentru nou.

Un studiu derulat de [Imobiliare.ro](#) și [AnalizeImobiliare.ro](#) relevă că, după suișurile și coborâșurile consemnate pe parcursul ultimilor ani, interesul românilor pentru încheierea de tranzacții imobiliare este la un nivel ridicat. 1 din 3 locuitori din cele mai mari șase orașe din România sunt interesați să cumpere, vândă sau închirieze o proprietate. De remarcat este și intrarea pieței într-o etapă de maturizare: cumpărătorii au tendința de alocă mai mult timp pentru găsirea unei proprietăți. Pe de altă parte, printre semnele de maturizare a pieței se numără diminuarea importanței acordate de către clienți factorului preț (în favoarea zonei sau apropierii de facilități), dar și preferința sporită pentru locuințele noi, în detrimentul celor vechi.

Studiul relevă o ușoară creștere a interesului pentru chirii și o așezare a cererii în ceea ce privește nevoia de cumpărare. Din totalul populației cu o nevoie imobiliară, ponderea celor interesați să cumpere o locuință a scăzut ușor, de la 55,2% în 2015, la 53,7% în 2016; în același timp, ponderea celor interesați să ia o proprietate în chirie a crescut de la 10,6% la 11,8%. Pe de altă parte, cota celor care au nevoie să vândă a crescut de la 23,2%, la 25,1%. În 2016, proprietarii dornici să dea spre închiriere o locuință reprezentau 9,5% din piață, față de 11% în anul precedent.

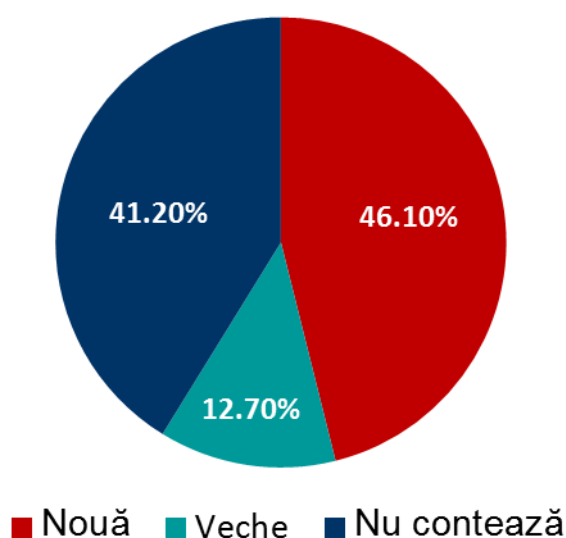
### Tipul nevoii imobiliare



## Nou vs. vechi

Se remarcă creșterea interesului pentru achiziția de locuințe nou-construite, care a ajuns la finalul lui 2016 la o cotă de 46,1% din total; spre comparație, ponderea celor interesați specific de apartamente vechi este de 12,7%, în vreme ce 41,2% dintre potențialii clienți ar fi dispuși să cumpere orice tip de proprietate.

Tipul proprietății dorite

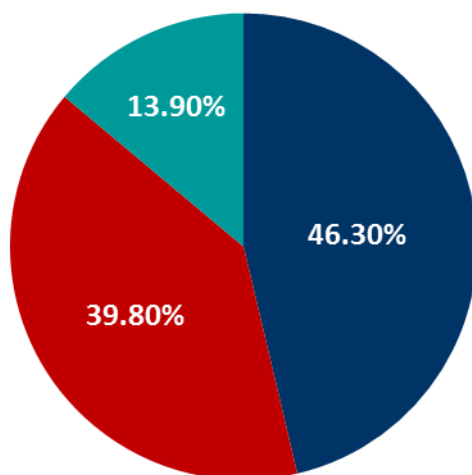


## Rezolvarea nevoii imobiliare

În ceea ce privește timpul estimat pentru încheierea unei tranzacții, se remarcă o tendință de relaxare a potențialilor cumpărători. Astfel, cea mai mare parte dintre cei chestionați, respectiv 47,4% (față de 43,5% în 2015), se așteaptă să-și rezolve nevoia imobiliară într-un interval mai mare de șase luni; totodată, cota acelor care și-au alocat un interval de trei până la șase luni pentru aceasta a crescut de la 13,1% la 25%. Prin contrast, ponderea clienților cu o nevoie imobiliară urgentă, pe care ar vrea să o îndeplinească în mai puțin de o lună, a scăzut de la 19,7% în 2015, la 12,2%. Nu în ultimul rând, cota celor care se așteaptă să încheie o tranzacție într-un interval de una până la trei luni de zile a scăzut de la 23,7% la 15,4%.

Dintre potențialii cumpărători, 46,3% s-ar afla la achiziția primei lor locuințe, în creștere de la un nivel de 38,3% consemnat în 2015. Pe de altă parte, 39,8% dintre respondenți (față de 40,7% în anul precedent) au deja o casă, dar își doresc una nouă. De remarcat este că numărul celor interesați de o achiziție în scop investițional (pentru închiriere) a scăzut semnificativ pe fondul instabilității legislative, de la o pondere de 21% în 2015, la 13,9% în 2016.

### Scopul pentru care cumpără



- Prima locuință
- Au deja o locuință, doresc să se mute
- Doresc să dea în chirie

În ceea ce privește modalitatea de plată vizată pentru o achiziție, distribuția potențialilor cumpărători a rămas relativ aceeași ca în 2015: astfel, 40% dintre respondenți intenționează să facă plata cash pentru imobilul dorit, în timp ce restul de 60% au în plan să contracteze un credit bancar.

## Criteria de selecție

La capitolul criterii de selecție a unei locuințe, în 2016 au fost consemnate câteva schimbări comparativ cu anul precedent. Astfel, deși prețul rămâne factorul cu cea mai mare greutate, acesta e luat în calcul de 70,5% dintre potențialii cumpărători, în scădere de la 76,9%. Pe de altă parte, importanța amplasamentului unei proprietăți a crescut de la 53,7% la 59,8%. Pe locul al treilea în clasamentul priorităților se situează apropierea de utilități și facilități (cu o cotă de 38,3%, în creștere de la 33,7%), urmată de confortul imobilului

(vizat de 35,3% dintre respondenți, față de 36,6% anul trecut) și de vechimea acestuia (o cotă de 19,4%, în scădere de la 21,4%).

## Informarea

Românii se informează în general de pe internet, 58% alegând, ca prima sursă de informare site-urile imobiliare. Urmează cunoștințele apropiate și prietenii, agențiile imobiliare, apoi site-urile generaliste de anunțuri, rețelele sociale și târgurile imobiliare. Cel mai cunoscut brand pe piața imobiliară online rămâne Imobiliare.ro, cu un nivel de notorietate de 88% în rândul utilizatorilor de internet cu o nevoie imobiliară activă. La mare distanță, sunt citate magazinuldecase.ro, homezz.ro și titirez.ro.

Cercetarea a fost derulată de către Imobiliare.ro și AnalizeImobiliare.ro în parteneriat cu Synaptic Intelligence, în perioada 21 noiembrie – 21 decembrie 2016. Studiul a avut în vedere un eșantion reprezentativ al populației utilizatorilor de internet din România, cu vârste de peste 18 ani, din județele București-Ilfov, Timiș, Cluj, Brașov, Iași și Constanța.

## Contact

Dorel Niță | Manager AnalizeImobiliare.ro  
[dorel.nita@analizeimobiliare.ro](mailto:dorel.nita@analizeimobiliare.ro) | 0748 882 892

Daniel Crainic | Head of Marketing & Communications Imobiliare.ro  
[daniel.crainic@imobiliare.ro](mailto:daniel.crainic@imobiliare.ro) | 0748 882 811