BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia

Settembre 2009

Nuova serie
Anno XIX - 14 Settembre 2009
Numero 45

INDICE

pag.

1. Introduzione 5

2. I principali risultati 5

Appendice A: Nota metodologica 7

Appendice B: Grafici e tavole 11

Appendice C: Il questionario 23

Questo fascicolo presenta i principali risultati dell'inchiesta trimestrale sullo stato del mercato immobiliare in Italia condotta congiuntamente dalla Banca d'Italia e da Tecnoborsa. I referenti sono per la Banca d'Italia Leandro D'Aurizio, Roberto Sabbatini, Raffaele Tartaglia Polcini e Francesco Zollino (con la collaborazione di Daniela Falcone per la parte editoriale), e per Tecnoborsa Giampiero Bambagioni e Ettore Troiani.

I dati, raccolti esclusivamente per finalità di analisi economica, sono trattati ed elaborati in forma aggregata, nel rispetto della normativa sulla privacy.

Si ringraziano le agenzie che hanno accettato di partecipare all'indagine.

SONDAGGIO CONGIUNTURALE SUL MERCATO

DELLE ABITAZIONI IN ITALIA

Settembre 2009

Nel secondo trimestre del 2009 è proseguita la fase di debolezza del mercato immobiliare. La flessione dei prezzi e del numero di compravendite si è tuttavia stabilizzata; è inoltre rallentato l'accumulo di case invendute. Le valutazioni degli operatori circa le prospettive a breve termine del proprio mercato di riferimento e di quello nazionale sono lievemente peggiorate, correggendo in parte il forte miglioramento registrato nella precedente rilevazione. Si confermano positive le attese di medio periodo per il mercato nazionale, pur se in misura meno accentuata rispetto al trimestre precedente.

1. Introduzione

Tra l'1 e il 27 luglio 2009 si sono svolte le interviste del Sondaggio congiunturale presso gli agenti immobiliari sul mercato delle abitazioni in Italia, condotto congiuntamente da Banca d'Italia e Tecnoborsa. Hanno partecipato 921 agenti (Tavola 1), che hanno fornito informazioni sull'attività di compravendita e sui prezzi nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2009), nonché sulle prospettive del settore.

I principali risultati sono riassunti di seguito; le appendici A, B e C riportano, rispettivamente, la nota metodologica, le tavole statistiche e il questionario utilizzato.

2. I principali risultati

Prezzi delle abitazioni – Nel secondo trimestre del 2009 il saldo negativo tra le indicazioni di aumento e di riduzione dei prezzi si è ridotto rispetto a quello del primo trimestre (–53,2 e –59,9 punti percentuali, rispettivamente; Tavola 2 e Figura 1). Il risultato riflette il minor numero di giudizi di riduzione dei prezzi (da 61,4 a 54,2 per cento) e l'aumento di quelli di stabilità (44,8 da 37,1). La tendenza è stata marcata nelle aree urbane (con popolazione del centro principale superiore a 250.000 unità), dove la quota di agenti che ha espresso giudizi negativi è scesa al 61 per cento, dal 70 nel sondaggio precedente.

Numero di compravendite – Nel secondo trimestre del 2009 la quota di operatori che hanno venduto almeno un immobile si è mantenuta intorno al 65 per cento, registrando valori superiori nelle regioni del Nord Est (70,7 per cento; Tavola 3). Il numero totale di compravendite effettuate tramite intermediazione rimane pressoché stabile, intorno a 137 mila unità, pur con un aumento della variabilità tra singoli agenti.

Incarichi a vendere – Il saldo tra le percentuali di risposte che segnalano l'aumento o la diminuzione sul trimestre precedente del numero di incarichi a vendere ancora da evadere si è ridotto a 28,5 punti (32,6 nella scorsa rilevazione), riflettendo soprattutto la minore incidenza di operatori che riportano un aumento (Tavola 4). Anche per i nuovi incarichi acquisiti nel trimestre, l'incidenza delle risposte di aumento rispetto al trimestre precedente ha mostrato un apprezzabile calo rispetto alla scorsa rilevazione (33,6 per cento, da 42), accompagnata da un incremento delle risposte di diminuzione (27,2 per cento, da 24,3). Non si attenua la divergenza tra i prezzi di offerta e di domanda: circa due terzi delle agenzie indicano che la motivazione principale di cessazione dell'incarico a vendere è rappresentata dall'assenza di proposte di acquisto, a fronte di richieste del venditore ritenute troppo elevate; oltre metà delle agenzie segnala anche proposte di acquisto a prezzi troppo bassi (Tavola 5). Si riducono i venditori che ritirano l'incarico in attesa di prezzi più favorevoli. Nei giudizi degli operatori si riducono lievemente le difficoltà di reperimento del mutuo.

Trattative e tempi di vendita – Nel secondo trimestre del 2009 si è stabilizzato il margine di riduzione del prezzo di vendita rispetto a quello inizialmente richiesto dal venditore (12,2 per cento, contro 11,8 nel sondaggio precedente; Tavola 6). Si sono lievemente ridotti i tempi che intercorrono tra il conferimento dell'incarico e la vendita effettiva (da 6,7 a 6,4 mesi; Tavola 7).

Modalità di finanziamento degli acquisti – La quota di acquisti di abitazioni effettuata con accensione di un mutuo ipotecario è stata del 68,3 per cento (circa due punti percentuali al di sotto di quella del primo trimestre; Tavola 8). Il calo è comune a tutte le principali aree geografiche; risulta più accentuato nel Sud e nelle Isole (61,5 per cento, da 68,8), dove si allarga il divario tra aree urbane e non urbane. Nell'intero territorio nazionale è sceso lievemente anche il rapporto tra il prestito erogato e il valore dell'immobile (69,6 per cento, dal 71 del primo trimestre); anche in questo caso il calo è stato accentuato nelle regioni meridionali.

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie – Con riferimento al trimestre in corso, gli agenti continuano a segnalare condizioni di relativa stabilità del proprio mercato di riferimento: dopo il forte miglioramento segnalato nel precedente sondaggio, rispetto al grave pessimismo della fine della scorso anno, il saldo tra giudizi "sfavorevoli" e "favorevoli" è peggiorato (–22,6 punti percentuali, da –6,9; Tavola 9), a conferma del perdurante stato di incertezza del comparto. Il risultato potrebbe risentire delle attese sul numero di nuovi incarichi a vendere, per il quale il saldo tra le risposte in aumento e in diminuzione è diventato lievemente negativo (–0,8 punti percentuali), dopo essere stato ampiamente positivo nel sondaggio precedente (11,8 punti). Sono rimaste pressoché immutate le attese sui prezzi di vendita, che dovrebbero rimanere invariati per la metà degli agenti e ridursi per una quota poco inferiore (Tavola 9). In tutte le ripartizioni geografiche eccetto il Centro, le attese di riduzione dei prezzi si confermano più marcate nelle aree urbane, interessando il 60 e il 55 per cento degli operatori nelle regioni del Nord Est e in quelle del Sud e Isole, rispettivamente.

Le prospettive del mercato nazionale – Il saldo negativo tra attese di peggioramento e di miglioramento a tre mesi è stato pari a 35 punti percentuali: il divario appare quindi più marcato rispetto al sondaggio precedente (–21 punti). Anche in questo caso il dato si confronta con il pesante pessimismo nello scorcio del 2008 (–56,2 punti; Tavola 10). Le valutazioni della situazione generale si confermano positive nel medio termine (due anni), seppure con uno scarto più contenuto tra le risposte di miglioramento e peggioramento (36,9 punti percentuali, contro 53,2 del primo trimestre).

A. Nota metodologica

A1. Il campione e il disegno

Dal mese di gennaio 2009 la Banca d'Italia, in collaborazione con Tecnoborsa[1], conduce un sondaggio congiunturale trimestrale presso le agenzie immobiliari. Le rilevazioni sono effettuate dalla società Questlab Srl nel mese successivo alla fine del trimestre di calendario (quindi in gennaio, aprile, luglio, ottobre). Le interviste per questa edizione, riferita al secondo trimestre del 2009, sono state condotte tra l'1 e il 27 luglio 2009; su 3.103 agenti immobiliari intervistati, 921 hanno partecipato al sondaggio, con un tasso di risposta del 33,4 per cento[2].

Il disegno di campionamento è stratificato. Gli strati, in totale pari a 34, sono costituiti:

a) dai 15 comuni italiani con popolazione pari o superiore a 250.000 abitanti[3];

b) dalle 15 aree intorno ai comuni del punto a), che ne formano i relativi hinterland[4];

c) dalle 4 macro-aree geografiche nazionali (Nord Ovest; Nord Est; Centro; Sud e Isole), con l'esclusione dei 30 strati dei punti a) e b).

Il numero di unità da rilevare in ogni strato è stato scelto con un criterio misto: una numerosità di base è stata determinata in misura proporzionale al numero di transazioni rilevate nel 2006 in ognuno di essi (sulla base di dati territoriali forniti dall'Agenzia del Territorio). All'interno dei singoli strati si è poi provveduto a fissare una consistenza minima, al fine di garantire una numerosità campionaria tale da assicurare per ognuno un errore standard accettabile per le principali stime. È stata infine aggiunta una numerosità campionaria supplementare per le aree metropolitane, per tener conto della maggiore variabilità, al loro interno, dei fenomeni di interesse dell'indagine.

A2. L'universo di riferimento

L'universo di riferimento è costituito dalle agenzie immobiliari, intendendo con questo termine sia quelle operanti per conto proprio sia quelle che operano per conto terzi. Le informazioni sulla distribuzione della popolazione sono di fonte Istat[5]. Per ciascuna classe di addetti e per ciascuna provincia l'Istat rende disponibile il numero di imprese

---

[1] Società consortile per azioni senza fini di lucro, di emanazione delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura, fondata nel 1997 per contribuire allo sviluppo, regolazione e trasparenza del mercato immobiliare italiano. Svolge anche attività di studio e ricerca nel campo dell'economia immobiliare italiana e internazionale.

[2] Percentuale che tiene conto degli errori di lista.

[3] Bari, Bologna, Catania, Firenze, Genova, Messina, Milano, Napoli, Padova, Palermo, Roma (inclusa Ostia Lido), Torino, Trieste, Venezia (inclusa Mestre), Verona.

[4] Definiamo come "area urbana" l'unione del comune con almeno 250.000 abitanti e del relativo hinterland. Chiamiamo "area metropolitana" l'area urbana in cui il comune più importante conta almeno 500.000 abitanti (Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino). Ogni area urbana o metropolitana corrisponde a un particolare Sistema Locale del Lavoro (Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997), definito come "l'unità territoriale identificata da un insieme di comuni contigui legati fra loro dai flussi degli spostamenti quotidiani per motivi di lavoro"; si tratta pertanto di aggregazioni di comuni che identificano mercati del lavoro omogenei. Non rilevando i vincoli amministrativi, un sistema locale può contenere, in casi residuali, comuni appartenenti a province o regioni diverse da quella del comune principale e viene individuato a partire da informazioni acquisite sul fenomeno del pendolarismo tramite il questionario del Censimento generale della popolazione.

[5] Si è utilizzato l'aggiornamento relativo al 2007.

attive e quello complessivo di addetti nelle classi di attività economica 7012 ("Attività immobiliari conto proprio: compravendita di beni immobili") e 7031 ("Attività immobiliare per conto terzi: agenzie di mediazione immobiliare"); tali informazioni vengono diffuse anche a livello di capoluogo di provincia. Gli aggiornamenti sono utilizzati nel sondaggio non appena resi disponibili.

A3. La costruzione della lista di campionamento

Le liste correntemente utilizzabili sono relative agli agenti immobiliari e alle agenzie. Poiché l'universo reso disponibile dall'Istat fa riferimento a queste ultime (in quanto imprese), nella fase di costruzione della lista di agenzie da includere nel campione è stata prestata particolare attenzione nel produrre una lista con un unico agente per agenzia. Le liste considerate per la costruzione del campione sono le seguenti:

a) agenti associati alla Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali (FIAIP) (circa 12.000 unità);

b) agenti accreditati presso le Borse immobiliari (circa 200 unità).

Allo scopo di colmare eventuali carenze rispetto alla numerosità teorica e per attenuare, laddove opportuno, le possibili distorsioni causate dall'utilizzo di liste relative ad associazioni di categoria, si è anche utilizzata una lista di agenti estratti dagli elenchi delle Camere di commercio (in totale circa 45.000 unità). Questa lista è in linea di principio esaustiva, ma le indispensabili informazioni per il contatto delle unità sono talvolta incomplete o non aggiornate.

A4. La ponderazione

La stima degli aggregati è effettuata utilizzando per ogni unità del campione un coefficiente di ponderazione che, a livello di strato, tiene conto del rapporto tra il numero di imprese rilevate e quello di imprese presenti nell'universo di riferimento.

La procedura di ponderazione adottata è svolta in un'unica fase. Sia h la generica cella di strato e al suo interno N_h il numero di imprese della popolazione di interesse e n_h quello del campione[6]. Il peso per ogni impresa dello strato h è pertanto:

$$w_h = \frac{N_h}{n_h}$$

Per costruzione, la somma dei pesi di ogni cella restituisce la numerosità della popolazione di interesse in essa contenuta. In corrispondenza di ogni indagine trimestrale tali pesi vengono ricalcolati sulla base della distribuzione della popolazione di interesse disponibile alla data più recente.

A5. Gli stimatori utilizzati

Per una generica variabile quantitativa X, la stima della media è effettuata con uno stimatore dato da:

$$\overline{X} = \frac{1}{\sum w_i} \sum w_i X_i$$

dove w_i è il peso associato alla singola unità del campione. Il peso può essere sia quello originario di disegno (vedi par. A4) sia quello ottenuto moltiplicando quest'ultimo per una

[6] Il simbolo n_h indica la numerosità campionaria effettiva. In questo modo si effettua implicitamente una correzione dei pesi per tenere conto delle mancate risposte totali.

variabile di scala che consenta di tener conto della diversa dimensione delle agenzie del campione (ad esempio il numero di case vendute)[7].

A6. Gli errori standard

Le stime delle percentuali, riferite al totale nazionale, presentano errori standard non superiori all'1,6 per cento, ovvero intervalli di confidenza (al 95 per cento) al massimo pari a 3,1 punti percentuali. Nella Tavola 1a sono riportate, a titolo indicativo, le stime degli errori standard delle percentuali di agenzie per il totale del campione e per alcune disaggregazioni territoriali, nonché l'errore standard relativo al numero totale di case vendute dalle agenzie immobiliari; tali stime tengono conto anche della correzione necessaria per la popolazione finita (*finite population correction*). Si noti che l'utilizzo di domini di classificazione geografica meno ampi comporta una riduzione di precisione rispetto alle stime per il totale del campione, circostanza di cui è necessario tenere conto nell'analisi dei risultati.

Tav. 1a - Errori standard delle principali stime
(*valori percentuali e migliaia*)

	Stime espresse come percentuali di agenzie										Numero di case vendute
	5% 95%	**10% 90%**	**15% 85%**	**20% 80%**	**25% 75%**	**30% 70%**	**35% 65%**	**40% 60%**	**45% 55%**	**50% 50%**	
Per ripartizioni geografiche											
Nord Ovest	1,3	1,7	2,1	2,3	2,5	2,7	2,8	2,9	2,9	2,9	6,7
di cui: aree urbane	1,6	2,1	2,6	2,9	3,1	3,3	3,4	3,5	3,6	3,6	3,0
aree non urbane	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,8	4,9	5,0	5,0	6,2
Nord Est	1,4	2,0	2,4	2,6	2,9	3,0	3,2	3,2	3,3	3,3	7,3
di cui: aree urbane	1,8	2,5	3,0	3,3	3,6	3,8	4,0	4,1	4,2	4,2	1,7
aree non urbane	2,3	3,2	3,8	4,3	4,6	4,9	5,1	5,2	5,3	5,3	7,2
Centro	1,6	2,2	2,6	2,9	3,1	3,3	3,4	3,5	3,6	3,6	4,1
di cui: aree urbane	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,1	4,3	4,3	4,3	1,7
aree non urbane	2,8	3,8	4,6	5,1	5,5	5,8	6,1	6,3	6,3	6,4	3,4
Sud e Isole	1,5	2,0	2,4	2,7	2,9	3,1	3,2	3,3	3,4	3,4	2,1
di cui: aree urbane	1,8	2,5	3,0	3,3	3,6	3,8	4,0	4,1	4,2	4,2	2,5
aree non urbane	2,4	3,4	4,0	4,5	4,8	5,1	5,3	5,5	5,6	5,6	1,8
Per popolazione residente											
Aree urbane (1)	0,9	1,2	1,4	1,6	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0	3,8
Aree non urbane	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7	2,8	8,1
Aree metropolitane (2)	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5	3,0
Aree non metropolitane	0,9	1,3	1,5	1,7	1,8	2,0	2,0	2,1	2,1	2,1	8,4
Totale	**0,7**	**1,0**	**1,2**	**1,3**	**1,4**	**1,5**	**1,6**	**1,6**	**1,6**	**1,6**	**9,0**

(1) Aree urbane facenti capo ai comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo del comune principale, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (2) Aree metropolitane facenti capo ai Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo del comune, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Relativamente più complesso è il calcolo dell'errore standard relativo al numero totale di abitazioni vendute (tav. 3). Occorre considerare infatti che i dati sono stati imputati per quelle agenzie che hanno dichiarato di aver effettuato vendite nel trimestre di riferimento, senza tuttavia fornire informazioni quantitative complete (circa il 5 per cento del campione). Per il calcolo dell'errore standard è stata utilizzata la tecnica dell'imputazione multipla, che consente di tenere conto dell'imputazione delle mancate

[7] Per tutti questi aspetti, incluse le tecniche di calcolo degli errori standard si veda ad esempio, Cicchitelli, F. A. Herzel e G.E. Montanari, *Il campionamento statistico*, Bologna, Il Mulino, 1994.

risposte parziali. Essa consiste nella replicazione indipendente di un certo numero di *dataset* contenenti le osservazioni complete (nel caso specifico sono stati estratti 25 campioni di *bootstrap* dal campione originario) e nella replicazione per ognuno di essi del processo di imputazione della variabile. Se si indica con $\hat{t}^*$ lo stimatore di interesse e con *m* il numero campioni replicati, la varianza di $\hat{t}^*$ si stima con la seguente espressione[8]:

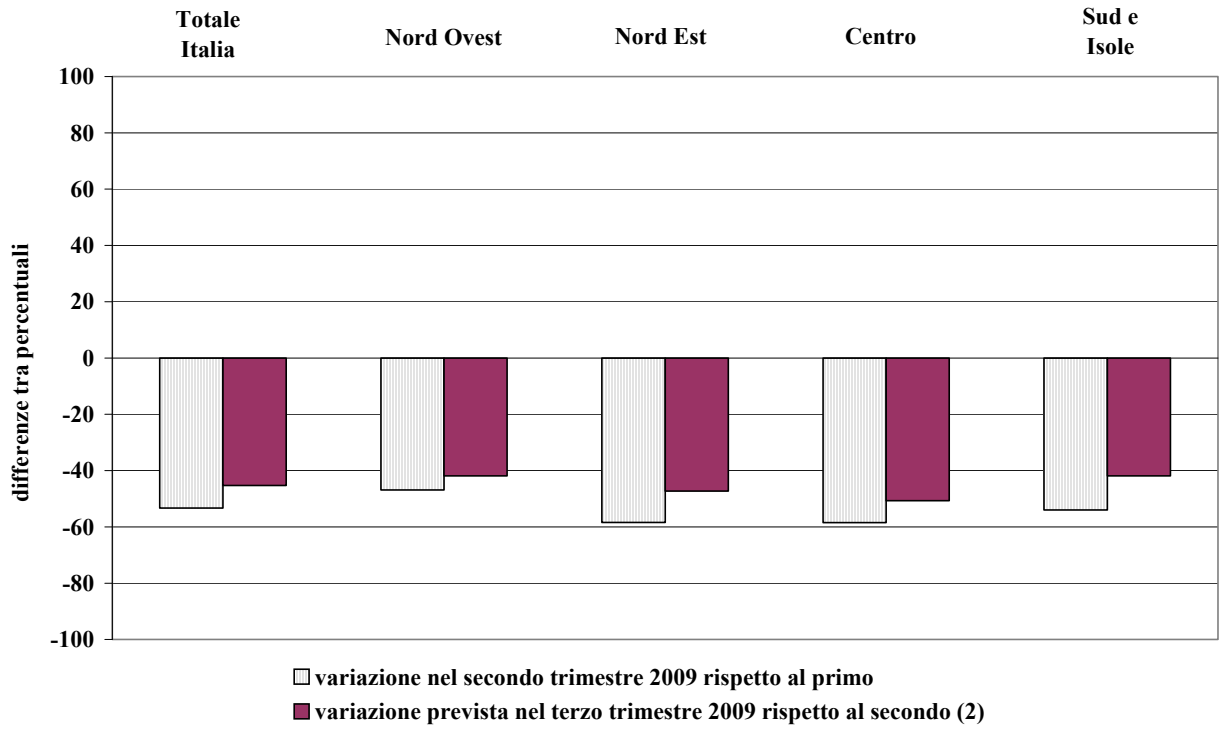
$$\hat{v}(\hat{t}^*) = \frac{1}{m}\sum_{j=1}^{m}\hat{v}_{p(s)}(\hat{t}_j^*) + \left(1+\frac{1}{m}\right)\sum_{j=1}^{m}\frac{(\hat{t}_j^* - \hat{t}^*)^2}{m-1}, \text{ dove } \hat{t}^* = \frac{1}{m}\sum_{j=1}^{m}\hat{t}_j^*$$

Il termine $\hat{v}_{p(s)}(\hat{t}_j^*)$ indica la varianza stimata sul *j*-esimo campione replicato per lo stimatore $\hat{t}$, usando l'informazione del piano di campionamento *p(s)*. La prima sommatoria rappresenta la varianza media rispetto alle replicazioni (*within imputation variance)*, mentre la seconda (*between imputation variance*) si interpreta come la variabilità generata dal processo di imputazione.

8 Cfr., ad esempio, il capitolo 4 di Lehtonen, H., Pahkinen, E., *Practical Methods for Design and Analysis of Complex Surveys*, New York, Wiley, 2004.

B. Grafici e tavole

Figura 1 – Giudizi sull'andamento dei prezzi nel trimestre di riferimento e in quello in corso (1)
(*saldo tra giudizi di aumento e diminuzione nel mercato in cui opera l'agenzia*)



Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.
(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Variabile continua discretizzata come segue: "in diminuzione": variazione negativa superiore all'1 per cento; "stabile": variazione compresa tra –1 e +1 per cento; "in aumento": variazione positiva superiore all'1 per cento.

Tavola 1 – Distribuzione del campione e dell'universo

(unità, valori percentuali; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie[1] (b)	frazione sondata (a)/(b) *(percentuale)*
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest	291	26.276	1,1
di cui: aree urbane (2)	192	11.002	1,7
aree non urbane	99	15.274	0,6
Nord Est	226	16.516	1,4
di cui: aree urbane (2)	139	4.597	3,0
aree non urbane	87	11.919	0,7
Centro	191	14.901	1,3
di cui: aree urbane (2)	130	6.115	2,1
aree non urbane	61	8.786	0,7
Sud e Isole	213	7.450	2,9
di cui: aree urbane (2)	134	2.093	6,4
aree non urbane	79	5.357	1,5
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	595	23.807	2,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	326	41.336	0,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	377	17.164	2,2
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	544	47.979	1,1
Totale	**921**	**65.143**	**1,4**

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 2 - Prezzi di vendita [1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	**stabile**	**in aumento**
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest	48,1	50,8	1,1
di cui: aree urbane (2)	57,5	41,2	1,2
aree non urbane	41,2	57,7	1,0
Nord Est	59,2	39,9	0,9
di cui: aree urbane (2)	70,5	29,5	0,0
aree non urbane	54,8	44,0	1,2
Centro	59,8	38,8	1,3
di cui: aree urbane (2)	59,1	40,1	0,7
aree non urbane	60,3	37,9	1,7
Sud e Isole	54,0	46,0	0,0
di cui: aree urbane (2)	62,6	37,4	0,0
aree non urbane	50,6	49,4	0,0
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	60,9	38,3	0,8
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti	50,3	48,6	1,1
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	59,0	39,9	1,1
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	52,5	46,6	0,9
Totale	**54,2**	**44,8**	**1,0**
per memoria:			
Primo trimestre 2009	61,4	37,1	1,5
Quarto trimestre 2008	57,6	39,6	2,8

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) I dati sono riferiti alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 3 - Abitazioni vendute nel trimestre di riferimento e loro tipologia (1)

(percentuali di agenzie, salvo diversa indicazione; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:			numero totale di abitazioni vendute
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti	*(migliaia)*
Per ripartizioni geografiche					
Nord Ovest	63,4	7,8	34,0	21,7	55
di cui: aree urbane (2)	71,6	7,3	46,1	18,1	26
aree non urbane	57,6	8,1	25,3	24,2	29
Nord Est	70,7	4,6	35,0	31,0	44
di cui: aree urbane (2)	72,1	7,7	33,5	30,9	11
aree non urbane	70,1	3,4	35,6	31,0	33
Centro	60,7	6,5	41,9	12,3	27
di cui: aree urbane (2)	65,6	4,2	50,3	11,2	12
aree non urbane	57,4	8,2	36,1	13,1	16
Sud e Isole	59,9	4,5	42,9	12,6	11
di cui: aree urbane (2)	67,6	2,9	48,9	15,7	4
aree non urbane	57,0	5,1	40,5	11,4	7
Per popolazione residente					
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	69,8	6,2	45,0	18,6	52
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	61,1	6,4	32,5	22,2	85
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	69,3	5,3	48,7	15,3	36
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	62,5	6,7	32,9	22,9	101
Totale	**64,3**	**6,3**	**37,1**	**20,9**	**137**
per memoria:					
Primo trimestre 2009	65,5	5,3	40,8	19,5	135
Quarto trimestre 2008	66,6	7,2	38,0	21,4	143

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) I dati sono riferiti alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 4 - Incarichi a vendere [1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	numero di incarichi da evadere alla fine del trimestre rispetto al periodo precedente			numero di nuovi incarichi ricevuti nel trimestre rispetto al periodo precedente		
	inferiore	**uguale**	**superiore**	**inferiore**	**uguale**	**superiore**
Per ripartizioni geografiche						
Nord Ovest	16,1	39,3	44,6	28,9	39,3	31,8
di cui: aree urbane (2)	18,1	43,2	38,7	35,6	37,5	26,9
aree non urbane	14,3	35,7	50,0	24,0	40,6	35,4
Nord Est	10,9	47,7	41,4	28,9	38,4	32,7
di cui: aree urbane (2)	13,7	43,9	42,4	26,3	39,7	34,0
aree non urbane	9,8	49,2	41,0	29,9	37,9	32,2
Centro	15,2	39,4	45,3	20,7	43,2	36,1
di cui: aree urbane (2)	12,8	56,7	30,5	21,6	47,7	30,7
aree non urbane	17,1	25,7	57,1	20,0	40,0	40,0
Sud e Isole	20,9	37,6	41,5	30,3	32,5	37,2
di cui: aree urbane (2)	21,8	40,2	38,0	25,8	33,8	40,5
aree non urbane	20,5	36,4	43,2	32,1	32,1	35,9
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	16,2	46,4	37,4	29,4	40,2	30,4
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	14,1	38,3	47,6	25,9	38,6	35,5
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	17,7	45,7	36,6	31,3	39,9	28,8
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	13,9	39,8	46,3	25,7	38,9	35,4
Totale	**15,0**	**41,5**	**43,5**	**27,2**	**39,2**	**33,6**
per memoria:						
Primo trimestre 2009	15,9	35,5	48,5	24,3	33,7	42,0
Quarto trimestre 2008	15,1	35,2	49,8	24,4	37,0	38,5

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 5 - Cause prevalenti di cessazione dell'incarico a vendere [1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	proposte di acquisto a prezzi bassi per il venditore	attese di prezzi più favorevoli	assenza di proposte di acquisto causa prezzi troppo alti	troppo tempo trascorso dall'inizio dell'incarico	difficoltà nel reperimento del mutuo	sopraggiunte difficoltà per il venditore	altro
Per ripartizioni geografiche							
Nord Ovest	46,7	15,3	70,0	19,4	47,5	0,7	7,6
di cui: aree urbane (2)	52,2	22,0	63,1	18,8	42,6	0,2	7,9
aree non urbane	42,7	10,4	75,0	19,8	51,0	1,0	7,3
Nord Est	55,8	18,3	64,8	24,2	56,9	0,8	7,8
di cui: aree urbane (2)	46,9	20,5	69,9	20,7	56,8	2,9	6,8
aree non urbane	59,3	17,4	62,8	25,6	57,0	0,0	8,1
Centro	66,1	22,4	61,8	18,7	43,9	0,3	5,9
di cui: aree urbane (2)	67,6	28,3	69,2	19,2	35,1	0,8	2,3
aree non urbane	65,0	18,3	56,7	18,3	50,0	0,0	8,3
Sud e Isole	57,8	16,6	64,4	13,1	49,6	4,7	4,0
di cui: aree urbane (2)	59,8	17,0	54,2	14,2	53,6	3,7	4,7
aree non urbane	57,0	16,5	68,4	12,7	48,1	5,1	3,8
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	55,8	22,9	65,2	18,9	44,4	1,2	6,0
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	54,2	14,9	66,7	20,2	52,2	1,0	7,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti)(3)	57,0	24,1	64,1	18,1	40,9	0,7	6,1
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	53,9	15,6	66,9	20,3	52,3	1,2	7,1
Totale	**54,7**	**17,8**	**66,1**	**19,7**	**49,3**	**1,1**	**6,8**
per memoria:							
Primo trimestre 2009	53,4	24,5	65,9	18,9	50,3	2,6	6,8
Quarto trimestre 2008	52,3	18,4	64,7	16,8	47,0	3,9	7,1

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). Dal momento che ogni agenzia può indicare fino a tre determinanti per il mancato rinnovo dei mandati la somma delle percentuali per riga può anche essere superiore a 100. – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 6 - Rapporto tra prezzo pagato all'acquisto e prezzo inizialmente richiesto dal venditore (1)

(percentuali di agenzie, salvo diversa indicazione; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	uguale o superiore	inferiore meno del 5%	inferiore tra il 5 e il 10%	inferiore tra il 10 e il 20%	inferiore tra il 20 e il 30%	inferiore di oltre il 30%	riduzione media (2)
Per ripartizioni geografiche							
Nord Ovest	4,1	9,1	39,9	36,9	8,8	1,2	11,4
di cui: aree urbane (3)	2,7	11,1	39,8	37,4	6,5	2,5	11,4
aree non urbane	5,5	7,3	40,0	36,4	10,9	0,0	11,4
Nord Est	2,5	6,9	38,8	42,7	7,5	1,6	11,9
di cui: aree urbane (3)	4,3	7,1	42,5	39,3	5,2	0,0	11,1
aree non urbane	1,7	6,8	37,3	44,1	8,5	1,7	12,3
Centro	0,0	8,0	35,4	40,7	12,2	0,0	13,3
di cui: aree urbane (3)	0,0	3,5	40,4	41,7	13,2	0,0	13,1
aree non urbane	0,0	11,4	31,4	40,0	11,4	0,0	13,5
Sud e Isole	6,0	7,6	25,3	37,8	23,3	0,0	13,6
di cui: aree urbane (3)	3,6	8,7	23,5	42,0	22,3	0,0	13,9
aree non urbane	7,1	7,1	26,2	35,7	23,8	0,0	13,5
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (3)	2,5	8,3	39,1	39,2	9,2	1,7	11,9
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	3,3	8,0	35,7	39,6	11,7	1,7	12,4
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (4)	2,1	9,3	37,7	39,3	9,7	2,0	12,1
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	3,3	7,6	36,8	39,5	11,1	1,6	12,2
Totale	**3,0**	**8,1**	**37,1**	**39,4**	**10,7**	**1,7**	**12,2**
per memoria:							
Primo trimestre 2009	3,7	8,9	36,1	40,6	9,6	1,1	11,8
Quarto trimestre 2008	6,1	14,2	44,6	30,5	4,0	0,6	9,5

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Riduzione media percentuale ottenuta considerando il punto centrale di ogni intervallo e ipotizzando 0 per la modalità di risposta inferiore e 35 per quello superiore. – (3) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (4) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 7 - Tempi di vendita [1]

(mesi; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	tempo medio intercorso tra l'affidamento dell'incarico e l'effettiva vendita *(mesi)*
Per ripartizioni geografiche	
Nord Ovest	6,1
di cui: aree urbane (2)	5,9
aree non urbane	6,3
Nord Est	7,0
di cui: aree urbane (2)	6,9
aree non urbane	7,0
Centro	6,0
di cui: aree urbane (2)	5,5
aree non urbane	6,3
Sud e Isole	7,2
di cui: aree urbane (2)	5,4
aree non urbane	8,2
Per popolazione residente	
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	6,0
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	6,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	5,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	6,8
Totale	**6,4**
per memoria:	
Primo trimestre 2009	6,7
Quarto trimestre 2008	6,7

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) I tempi medi sono calcolati sulle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 8 - Acquisti di abitazione e mutui ipotecari [1]

(valori percentuali; trimestre di riferimento aprile-giugno 2009)

	percentuale di acquisti finanziati con mutuo	rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Per ripartizioni geografiche		
Nord Ovest	69,2	70,8
di cui: aree urbane (2)	67,4	65,1
aree non urbane	70,9	76,9
Nord Est	66,4	70,0
di cui: aree urbane (2)	67,5	68,1
aree non urbane	66,0	70,6
Centro	72,2	67,5
di cui: aree urbane (2)	69,0	62,0
aree non urbane	74,5	71,2
Sud e Isole	61,5	67,8
di cui: aree urbane (2)	73,1	71,4
aree non urbane	54,2	65,4
Per popolazione residente		
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	68,2	65,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	68,4	72,4
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti)(3)	68,2	64,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	68,4	71,7
Totale	**68,3**	**69,6**
per memoria:		
Primo trimestre 2009	70,4	71,0
Quarto trimestre 2008	69,1	68,6

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento. Stime ponderate con il numero di case vendute dichiarato dai rispondenti e riferite alla popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tavola 9 - Prospettive del mercato in cui opera l'agenzia [1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	condizioni del mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre in corso (luglio-settembre 2009)			numero atteso di nuovi incarichi a vendere nel trimestre in corso (luglio-settembre 2009) rispetto a quello di riferimento			livello atteso dei prezzi nel trimestre in corso (luglio-settembre 2009) rispetto a quello di riferimento (2)		
	sfavorevoli	normali	favorevoli	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore
Per ripartizioni geografiche									
Nord Ovest	34,5	46,0	19,4	25,6	49,8	24,6	44,7	52,5	2,8
di cui: aree urbane (3)	37,1	46,2	16,7	33,4	45,3	21,3	52,4	45,4	2,3
aree non urbane	32,7	45,9	21,4	19,8	53,1	27,1	39,2	57,7	3,1
Nord Est	43,1	50,1	6,8	26,2	56,4	17,5	49,0	49,2	1,8
di cui: aree urbane (3)	44,7	42,8	12,5	31,6	44,3	24,1	60,0	39,5	0,4
aree non urbane	42,5	52,9	4,6	24,1	60,9	14,9	44,8	52,9	2,3
Centro	40,5	44,6	14,9	21,5	52,0	26,4	52,6	45,4	2,0
di cui: aree urbane (3)	46,1	44,0	10,0	26,7	46,6	26,7	51,6	46,0	2,4
aree non urbane	36,7	45,0	18,3	18,0	55,7	26,2	53,3	45,0	1,7
Sud e Isole	29,6	53,4	16,9	21,3	51,3	27,4	45,4	51,2	3,4
di cui: aree urbane (3)	34,2	50,9	14,9	26,5	48,2	25,4	54,6	43,0	2,4
aree non urbane	27,8	54,4	17,7	19,2	52,6	28,2	41,8	54,4	3,8
Per popolazione residente									
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (3)	40,6	45,4	14,0	30,7	45,7	23,6	53,9	44,2	2,0
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	35,7	48,9	15,4	20,6	55,9	23,5	44,2	53,2	2,7
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (4)	40,5	44,5	15,1	31,5	45,7	22,9	52,3	45,5	2,2
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	36,5	48,7	14,8	21,7	54,5	23,8	46,1	51,5	2,5
Totale (5)	**37,5**	**47,6**	**14,9**	**24,3**	**52,2**	**23,5**	**47,7**	**49,9**	**2,4**
per memoria:									
Primo trimestre 2009	27,7	51,5	20,8	16,3	55,6	28,1	47,6	49,7	2,7
Quarto trimestre 2008	76,6	18,1	5,3	19,8	45,3	35,0	65,0	19,2	15,8

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Variabile continua discretizzata come segue: "in diminuzione": variazione negativa superiore all'1 per cento, "stabile": variazione compresa tra -1 e +1 per cento, "in aumento": variazione positiva superiore all'1 per cento. – (3) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (4) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo. – (5) Media delle risposte riferite ai singoli mercati locali.

Tavola 10 – Situazione generale del mercato immobiliare in Italia [1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2009)

	attese per il trimestre in corso rispetto a quello di riferimento			attese nei prossimi due anni rispetto al trimestre di riferimento		
	peggiore	uguale	migliore	peggiore	uguale	migliore
Per ripartizioni geografiche						
Nord Ovest	38,1	55,8	6,1	18,6	22,8	58,6
di cui: aree urbane (2)	34,8	56,8	8,3	16,3	21,8	61,9
aree non urbane	40,7	54,9	4,4	20,2	23,6	56,2
Nord Est	45,0	52,4	2,6	18,3	30,1	51,7
di cui: aree urbane (2)	50,2	46,4	3,3	15,7	29,9	54,4
aree non urbane	43,0	54,7	2,3	19,3	30,1	50,6
Centro	39,9	55,2	4,8	22,3	28,3	49,3
di cui: aree urbane (2)	43,3	52,0	4,7	22,8	30,1	47,1
aree non urbane	37,7	57,4	4,9	22,0	27,1	50,8
Sud e Isole	34,2	59,6	6,2	11,5	22,4	66,1
di cui: aree urbane (2)	30,9	60,6	8,5	15,9	19,4	64,7
aree non urbane	35,5	59,2	5,3	9,7	23,6	66,7
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2)	39,6	53,9	6,4	17,8	25,3	56,9
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	40,0	55,9	4,0	19,0	26,3	54,7
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3)	38,1	54,2	7,7	18,3	24,7	57,0
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	40,5	55,6	3,9	18,7	26,4	55,0
Totale	**39,9**	**55,2**	**4,9**	**18,6**	**25,9**	**55,5**
per memoria:						
Primo trimestre 2009	32,4	56,3	11,4	12,4	22,0	65,6
Quarto trimestre 2008	60,8	34,6	4,6	35,0	19,8	45,2

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa sul mercato delle abitazioni in Italia.

(1) Le percentuali sono riferite alle risposte valide delle agenzie immobiliari che hanno partecipato all'indagine relativa al trimestre di riferimento, ponderate con la popolazione di agenzie desunta dagli archivi Istat-Asia (2007). – (2) Comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro (cfr. Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997). Le aree urbane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Padova, Verona, Venezia, Trieste, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Messina, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

SONDAGGIO CONGIUNTURALE BANCA D'ITALIA – TECNOBORSA

PRESSO GLI AGENTI IMMOBILIARI SUL MERCATO DELLE ABITAZIONI IN ITALIA

LUGLIO 2009

Nome del rispondente _____

Telefono _____ **Fax** _____ **E-Mail** _____

1. Presentazione

Questa indagine è svolta ogni tre mesi da **Questlab srl** per conto della **Banca d'Italia** e di **Tecnoborsa** (Organizzazione del sistema delle Camere di Commercio per lo sviluppo e la regolazione dell'economia immobiliare) con lo scopo di acquisire informazioni sullo stato del mercato immobiliare residenziale in Italia.
All'inizio di ciascuna sezione troverà delle indicazioni che potrebbero essere utili per fornire la risposta alle singole domande. Il questionario è organizzato in tre sezioni: (A) l'andamento delle compravendite di immobili residenziali; (B) le quotazioni; (C) le prospettive a breve termine.
La maggior parte delle domande del questionario sono di natura qualitativa; solo alcune richiederanno una valutazione numerica. Se le riesce difficile fornire una valutazione esatta, riporti per favore una cifra compresa tra un minimo e un massimo.
Il questionario è rivolto agli **agenti immobiliari** o agli **operatori** in grado di rispondere in merito all'attività dell'**agenzia nel suo complesso**.
Il report contenente i risultati della trascorsa edizione del sondaggio è scaricabile all'indirizzo internet http://www.bancaditalia.it/statistiche/indcamp/sondaggio_mercato_abitazioni

2. Indicazioni generali

- Quando sono richieste delle variazioni percentuali, nella prima casella a sinistra indicarne il segno (+ per gli aumenti; — per le diminuzioni).
- Le risposte devono essere riferite agli andamenti registrati nel trimestre gennaio-marzo 2009.
- Nelle risposte riferirsi **esclusivamente alle unità abitative**, escludendo altri tipi di unità (box, cantine etc.).

3. Per informazioni su aspetti operativi nella compilazione del questionario:

Questlab Srl, via Ospedale 27 30174 Venezia Mestre, telefono 0418105560, telefax 0418105561, e-mail:info@questlab.it

4. Per chiarimenti e informazioni su aspetti metodologici:

Banca d'Italia, via Nazionale 91 00184 Roma, telefono 0647923324-0647922190, telefax 0647929210, e-mail: studi.rms@bancaditalia.it

Tecnoborsa, via Capitan Bavastro 116 00154 Roma, telefono 0657300710 – Fax 0657301832, e-mail: osservatorio@tecnoborsa.com

INFORMATIVA AI SENSI DEL D. LGS. 196/2003

Questa indagine è curata da Tecnoborsa e dalla Banca d'Italia e ha lo scopo principale di rilevare, ogni tre mesi, le previsioni delle agenzie immobiliari italiane su alcuni fenomeni economici. La collaborazione richiesta è del tutto volontaria. Le informazioni sono raccolte dalla Questlab S.r.l. e utilizzate dalla Banca d'Italia e da Tecnoborsa per fini di ricerca. I dati saranno conservati senza limiti di tempo e trattati con modalità atte a garantire la riservatezza dei rispondenti, in osservanza al D.Lgs. 196/2003 ("codice della privacy", nel seguito "codice"). I risultati dell'indagine saranno pubblicati esclusivamente in forma anonima e aggregata. Gli interessati potranno esercitare i diritti di cui all'art. 7 del citato "codice" – che prevede tra gli altri il diritto di rettificare, aggiornare, completare o cancellare i dati erronei o incompleti, nonché il diritto di opporsi al trattamento per motivi legittimi – nei confronti del titolare o dei responsabili del trattamento. *Titolare del trattamento dei dati*: Banca d'Italia: Servizio Organizzazione, Via Nazionale 91, 00184 ROMA. *Responsabile del trattamento dei dati*: Per la Banca d'Italia: Servizio Studi di Congiuntura e Politica Monetaria, Via Nazionale 91, 00184 ROMA; per la Questlab S.r.l.: Giuseppe Castiello, Via Ospedale 27, 30174 VENEZIA - MESTRE; per Tecnoborsa SCPA: Ettore Troiani, Via Capitan Bavastro 116, 00154 ROMA.

Denominazione dell'impresa: _____

Forma giuridica: ❒SRL ❒SPA ❒SAS ❒SNC ❒Ditta individuale ❒Altro (specificare: _____)

L'impresa è affiliata ad un gruppo? ❒No ❒Si, nome del gruppo: _____

(per gruppo si intende un insieme di più imprese controllate direttamente o indirettamente attraverso una o più catene di controllo - per esempio franchising – dalle medesime persone fisiche o dal medesimo ente)

1. Consideri la situazione del mercato immobiliare nel solo territorio in cui opera l'agenzia: come la giudica nel trimestre **aprile-giugno 2009 rispetto a quello precedente**?	❒ Migliore ❒ Uguale ❒ Peggiore
2. L'agenzia ha venduto abitazioni nel trimestre **aprile-giugno 2009**?	❒ Si, solo abitazioni nuove ❒ Si, solo abitazioni preesistenti ❒ Si, abitazioni nuove ed preesistenti ❒ No
3. Se si, ci può indicare quante?	Abitazioni nuove |_____| Abitazioni preesistenti |_____|
4. Quanti agenti operano attualmente per l'agenzia (Lei incluso)? |_____|	
Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento, salti alla domanda A3.	
5. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre di riferimento (**aprile-giugno 2009**) (*)	CAP |__|__|__|__|__| COMUNE |_____|

(*) In caso di compravendite effettuate in più comuni, riferisca tutte le risposte al comune in cui si concentra la maggior parte dell'attività dell'agenzia, misurata dal valore complessivo delle compravendite.

SEZIONE A – LE COMPRAVENDITE

In questa sezione si raccolgono informazioni sull'andamento delle compravendite effettuate dall'agenzia. Nella maggior parte dei casi Le sarà richiesto di riportare le informazioni relative al complesso del trimestre di riferimento, che per questa indagine è il periodo **aprile-giugno 2009**.

A1. Pensando al complesso delle abitazioni vendute dall'agenzia nel trimestre di riferimento, saprebbe indicare quanti mesi sono passati in media dall'affidamento dell'incarico all'effettiva vendita dell'immobile (firma del contratto preliminare di vendita)?	nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2009)	nel trimestre precedente (gennaio-marzo 2009)
	|_____| mesi	|_____| mesi
A2. Alla fine del trimestre di riferimento **(aprile-giugno 2009)** saprebbe indicare se il numero di incarichi a vendere ancora da evadere risulta, rispetto alla fine del trimestre precedente (gennaio-marzo 2009): *(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)*	❑ Molto inferiore ❑ Inferiore ❑ Uguale ❑ Superiore ❑ Molto superiore	
A3. Il numero di nuovi incarichi a vendere ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre di riferimento risulta, rispetto a quelli acquisiti nel trimestre precedente: *(riferire la risposta solo agli incarichi acquisiti durante il trimestre di riferimento, includendo anche quelli eventualmente già evasi)*	❑ Molto inferiore ❑ Inferiore ❑ Uguale ❑ Superiore ❑ Molto superiore	

A4. Parliamo ora degli incarichi che sono scaduti e/o non rinnovati nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2009). Potrebbe indicare le determinanti più importanti di questo comportamento, tra quelle qui a fianco elencate? *(sceglierne al massimo tre)*	❑ Le offerte ricevute sono state ritenute troppo basse dal venditore ❑ Aspettative di prezzi più elevati in futuro hanno indotto i proprietari ad attendere ❑ Non sono state ricevute offerte perché il prezzo è stato ritenuto troppo alto dall'acquirente ❑ E' trascorso troppo tempo da quando l'appartamento è stato collocato sul mercato ❑ Le provvigioni sono state ritenute troppo elevate dal venditore ❑ L'acquirente ha incontrato difficoltà nel reperire il mutuo ❑ Sono sopraggiunte difficoltà del venditore (pignoramenti, separazioni, ecc.) ❑ Altro (specificare: _____)

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento, salti alla domanda B1.

A5. Pensi al complesso delle case vendute dall'agenzia nel trimestre di riferimento. In quanti dei casi di cui Lei è al corrente e per quale percentuale del prezzo l'acquirente ha fatto ricorso a un mutuo?	▪ Percentuale del numero di contratti di compravendita assistiti da mutuo: |_____|% ▪ Valore % del mutuo rispetto al prezzo pattuito: |_____|% ▪ Non so rispondere |_|

SEZIONE B – I PREZZI

Questa sezione raccoglie informazioni sui prezzi di vendita registrati nel periodo di riferimento.

B1. (in caso l'agenzia abbia venduto immobili nel trimestre di riferimento) Pensando alla tipologia prevalente di immobili **venduti dall'agenzia** nel trimestre di riferimento il prezzo di vendita (al mq) risulta in media: **B1. (in caso l'agenzia NON abbia venduto immobili nel trimestre di riferimento)** Pensi alla **zona di competenza** dell'agenzia: nel trimestre di riferimento ritiene che i prezzi di vendita (al mq) siano in media:	Rispetto al trimestre gennaio-marzo 2009 ❑ In forte diminuzione ❑ In diminuzione ❑ All'incirca stabile (tra -1% e +1%) ❑ In aumento ❑ In forte aumento

B1.1 Saprebbe anche indicare di quanto è cambiato questo prezzo di vendita in percentuale? *(indicare anche il segno della variazione)*	Rispetto al trimestre gennaio-marzo 2009	Rispetto a un anno fa
	|__|__|__| , |__| %	|__|__|__| , |__| %

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento, salti alla domanda C1.

B2. Pensando alla tipologia prevalente di immobili venduti dall'agenzia nel trimestre di riferimento, il prezzo effettivamente ottenuto risulta, rispetto alla prima richiesta del venditore:	Inferiore di: ❑ oltre il 30% ❑ tra 20-30% ❑ tra 10-20% ❑ tra 5 e 10% ❑ meno del 5% ❑ Uguale (o superiore)

SEZIONE C – LE PROSPETTIVE

In questa sezione si raccolgono informazioni sulle prospettive a breve termine del mercato immobiliare.

C1. Pensi alla tipologia di immobili usualmente più venduta dall'agenzia, a prescindere dall'andamento recente delle vendite. Come ritiene potranno variare i prezzi nel trimestre luglio-settembre 2009 rispetto al trimestre di riferimento (aprile-giugno 2009)?	❑ In forte diminuzione ❑ In diminuzione ❑ All'incirca stabile (tra -1% e +1%) ❑ In aumento ❑ In forte aumento
C1.1 Saprebbe anche indicare di quanto cambieranno questi prezzi di vendita in percentuale? *(indicare anche il segno della variazione)*	|__|__|__| , |__| %

C2. Secondo le Sue aspettative, nel trimestre luglio-settembre 2009 ritiene che il numero dei nuovi incarichi a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, rispetto al trimestre di riferimento:	❑ Molto inferiore ❑ Inferiore ❑ All'incirca lo stesso ❑ Superiore ❑ Molto superiore	
C3. Consideri la situazione del mercato immobiliare **nel solo territorio in cui opera l'agenzia**: come sarà l'andamento nel trimestre in corso (luglio-settembre 2009) rispetto al precedente?	❑ più sfavorevole ❑ invariato ❑ più favorevole	
C4. Consideri ora la situazione generale del mercato immobiliare, riferita **all'intero territorio nazionale**: rispetto alla situazione attuale, come ritiene essa si presenterà?	nel trimestre in corso luglio-settembre 2009	nel prossimo biennio
	❒ Peggiore ❒ Uguale ❒ Migliore	❒ Peggiore ❒ Uguale ❒ Migliore

AVVERTENZE

I. - Le elaborazioni, salvo diversa indicazione, sono eseguite dalla Banca d'Italia.

II. - Segni convenzionali:

— quando il fenomeno non esiste;

.... quando il fenomeno esiste ma i dati non si conoscono;

.. quando i dati non raggiungono la cifra significativa dell'ordine minimo considerato.

I dati riportati fra parentesi sono provvisori, quelli fra parentesi in corsivo sono stimati.

III. - Le tavole sono contrassegnate, oltre che da un numero progressivo, da un codice alfanumerico che individua in modo univoco il contenuto della tavola nell'archivio elettronico in cui sono memorizzate le informazioni destinate alla diffusione esterna. Analogo codice identifica le diverse grandezze riportate in ciascuna tavola.

IV. - Le note metodologiche, riportate nelle ultime pagine del Supplemento, sono contrassegnate da codici elettronici che si riferiscono alle tavole e, nell'ambito di ciascuna di esse, alle singole grandezze economiche. Quando la nota metodologica è relativa a una particolare osservazione, essa segue il codice della variabile associato alla data di riferimento dell'osservazione.

SUPPLEMENTI AL BOLLETTINO STATISTICO

Moneta e banche (mensile)

Mercato finanziario (mensile)

Finanza pubblica, fabbisogno e debito (mensile)

Bilancia dei pagamenti e posizione patrimoniale sull'estero (mensile)

Conti finanziari (trimestrale)

Sistema dei pagamenti (semestrale)

Statistiche di finanza pubblica nei paesi dell'Unione europea (annuale)

Debito delle Amministrazioni locali (annuale)

La ricchezza delle famiglie italiane (annuale)

Indagini campionarie (periodicità variabile)

Note metodologiche (periodicità variabile)

Tutti i supplementi sono disponibili sul sito Internet della Banca d'Italia: www.bancaditalia.it

Eventuali chiarimenti sui dati contenuti in questa pubblicazione possono essere richiesti via e-mail all'indirizzo statistiche@bancaditalia.it

Stampa su carta riciclata

Per la pubblicazione cartacea: autorizzazione del Tribunale di Roma n. 150 del 14 marzo 1991
Per la pubblicazione telematica: autorizzazione del Tribunale di Roma n. 24/2008 del 25 gennaio 2008
- *Direttore Responsabile: dr.* SALVATORE ROSSI -