



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale
sul mercato delle abitazioni in Italia
Luglio 2010

Nuova serie

Anno XX - 16 Settembre 2010

Numero

48

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

luglio 2010

Anche nel secondo trimestre del 2010 il mercato immobiliare recupera rispetto a un anno prima. Le tendenze rispetto al primo trimestre dell'anno sono più incerte, per effetto dei fattori stagionali che caratterizzano il mercato immobiliare: a fronte di valutazioni più favorevoli sull'andamento congiunturale delle quotazioni si è interrotto il rialzo delle compravendite e dei nuovi incarichi a vendere. Nelle attese a breve sulle condizioni del mercato di riferimento durante i mesi estivi hanno ancora prevalso i giudizi negativi, ma meno che un anno fa. Nel medio periodo, si conferma l'ottimismo circa le prospettive del mercato nazionale.

1. Introduzione

Tra il 1° e il 29 luglio si sono svolte le interviste del Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia, condotto presso gli agenti immobiliari congiuntamente da Banca d'Italia e Tecnoborsa. Hanno partecipato 980 agenti (Tavola 1), che hanno fornito informazioni sull'attività di compravendita e sui prezzi nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2010), nonché sulle prospettive del settore. Le stime relative al numero di case vendute sono basate sull'osservazione delle transazioni intermedie. Dal punto di vista degli agenti immobiliari, la transazione è generalmente conclusa con la firma del preliminare di vendita, la quale può precedere, anche di diversi mesi, il passaggio di proprietà vero e proprio, che è quello registrato negli atti notarili (rogito). Questi aspetti possono rendere conto delle discrepanze che si osservano nei confronti di stime basate sugli atti notarili.

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 – La quota di agenti che segnalano una diminuzione dei prezzi nel trimestre oggetto di rilevazione è scesa al 37,9 per cento dal 42,6 dell'inchiesta precedente; a fronte di un'incidenza ancora esigua delle indicazioni di rialzo (1,5 per cento) è aumentata quella dei giudizi di stabilità (al 60,6 per cento dal 55,8; Tavola 2 e Figura 1). Nel complesso, il saldo negativo tra le percentuali di risposte “in aumento” e “in diminuzione” si è ridotto (-36,4 per cento contro -41,0 nel primo trimestre del 2010). Questo andamento caratterizza tutte le aree geografiche del paese, risultando più pronunciato nelle regioni del Sud e nelle Isole, dove l'incidenza dei giudizi di aumento è salita al 4 per cento (era pressoché nulla nel primo trimestre).

Numero di compravendite – Nel secondo trimestre del 2010 la quota di operatori che hanno venduto almeno un immobile è stata pari a 67,1 per cento (Tavola 3), segnando una diminuzione rispetto alla precedente indagine (71 per cento); anche il numero di compravendite ha subito una flessione rispetto al trimestre precedente. Se si valuta rispetto a quanto rilevato nello stesso periodo del 2009 per eliminare fattori di natura stagionale, la quota di agenti che hanno concluso almeno una transazione è superiore di quasi 3 punti percentuali e il numero di case vendute è aumentato di poco meno del 2 per cento.

Incarichi a vendere – Il saldo tra le risposte che segnalano l'aumento o la diminuzione congiunturale delle giacenze di incarichi a vendere ha segnato un ulteriore, lieve aumento (a 19,3 punti percentuali da 17,2 della precedente rilevazione; Tavola 4), confermando la tendenza osservata dall'avvio del sondaggio all'inizio del 2009. Il saldo tra le indicazioni di

aumento e di diminuzione dei nuovi incarichi, dopo la forte crescita nella rilevazione precedente, ha invece segnato una leggera flessione (a 12,4 punti percentuali da 14,8).

L'assenza di proposte di acquisto a fronte di richieste del venditore ritenute troppo elevate si conferma come principale causa di cessazione degli incarichi, ma viene indicata da una quota di agenti, pari al 62,9 per cento dal 64,2 della rilevazione precedente (Tavola 5). Segnali di un graduale riequilibrio dei prezzi trovano conferma nella forte riduzione (al 48,2 per cento dal 59,3 della percentuale rilevazione) della quota di agenti che imputano il ritiro dell'incarico a proposte di acquisto a prezzi giudicati troppo bassi dal venditore; anche l'incidenza dei ritiri dovuti ad attese di prezzi più favorevoli ha segnato una modesta flessione (al 23,4 per cento dal 25,0).

Trattative e tempi di vendita – Nel secondo trimestre del 2010 il margine di riduzione dei prezzi di vendita si è stabilizzato sull'11,5 per cento (era 12,2 un anno prima; Tavola 6). Si è ampliato il divario tra aree urbane e quelle non urbane, dove il margine ha segnato una riduzione rispetto alla rilevazione precedente. I tempi che intercorrono tra il conferimento dell'incarico e la vendita effettiva si sono lievemente allungati (6,7 mesi rispetto ai 6,4 della precedente rilevazione; Tavola 7), continuando a risultare mediamente più contenuti nei centri di maggiori dimensioni.

Modalità di finanziamento degli acquisti – La quota di acquisti di abitazioni effettuata con accensione di un mutuo ipotecario è ritornata sul 70 per cento, dopo la flessione al 66 nella rilevazione precedente (Tavola 8). Il rialzo è stato più pronunciato nelle aree non urbane, dove più forte era stato il calo nel primo trimestre. Il rapporto tra il prestito erogato e il valore dell'immobile è salito al 73,2 per cento (70,8 nella precedente rilevazione), il valore più alta dall'inizio dell'inchiesta.

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie – In merito alle attese a breve circa le condizioni del mercato di riferimento, il saldo tra giudizi "favorevoli" e "sfavorevoli", pari a 8 punti percentuali nella rilevazione precedente, è divenuto negativo per circa 15 punti (Tavola 9). È plausibile che il risultato sconti in parte fattori di natura stagionale, usualmente accentuati nei mesi estivi: rispetto allo stesso periodo dello scorso anno si è osservato un apprezzabile miglioramento (di quasi 8 punti percentuali). Il saldo tra le attese di aumento e di diminuzione dei nuovi incarichi a vendere è risultato lievemente positivo (2 punti percentuali; -1 nello stesso periodo del 2009); quello relativo alle attese sui prezzi è ancora negativo (-29,7 punti), pur in attenuazione rispetto a quanto rilevato nell'inchiesta precedente (-33 punti) e, in misura più accentuata, in quella di un anno prima (-45,3 punti).

Le prospettive del mercato nazionale – Le valutazioni sulle prospettive a breve del mercato nazionale, pur in lieve peggioramento rispetto alla rilevazione precedente, mostrano un pessimismo assai più contenuto rispetto a quanto riscontrato nell'estate dello scorso anno; il saldo negativo tra giudizi di miglioramento e di peggioramento si è attestato intorno a 20 punti percentuali (-35 punti un anno prima; Tavola 10) e l'incidenza dei giudizi di stazionarietà è pari al 63,1 per cento (55,2 un anno prima). Per i prossimi due anni il quadro si conferma improntato a ottimismo, pur con segnali di moderazione delle aspettative: le prospettive sono giudicate positive dal 56,9 per cento delle agenzie (contro il 60,4 dell'inchiesta precedente) e in peggioramento dal 17,2 (contro il 14,5).

A. Nota metodologica

A1. Il campione e il disegno

Dal mese di gennaio 2009 la Banca d'Italia, in collaborazione con Tecnoborsa¹, 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 2010, sono state condotte tra il 1° e il 29 luglio 2010; su 3.021 agenti immobiliari contattati, 980 hanno partecipato al sondaggio, con un tasso di risposta del 33,1 per cento².

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 abitanti³;
- b) dalle 15 aree intorno ai comuni del punto a), che ne formano i relativi hinterland⁴;
- 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 Istat⁵. Per ciascuna classe di addetti e per ciascuna provincia l'Istat rende disponibile il numero di imprese 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

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.

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 campione⁶. 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:

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

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

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.

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.

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; 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.

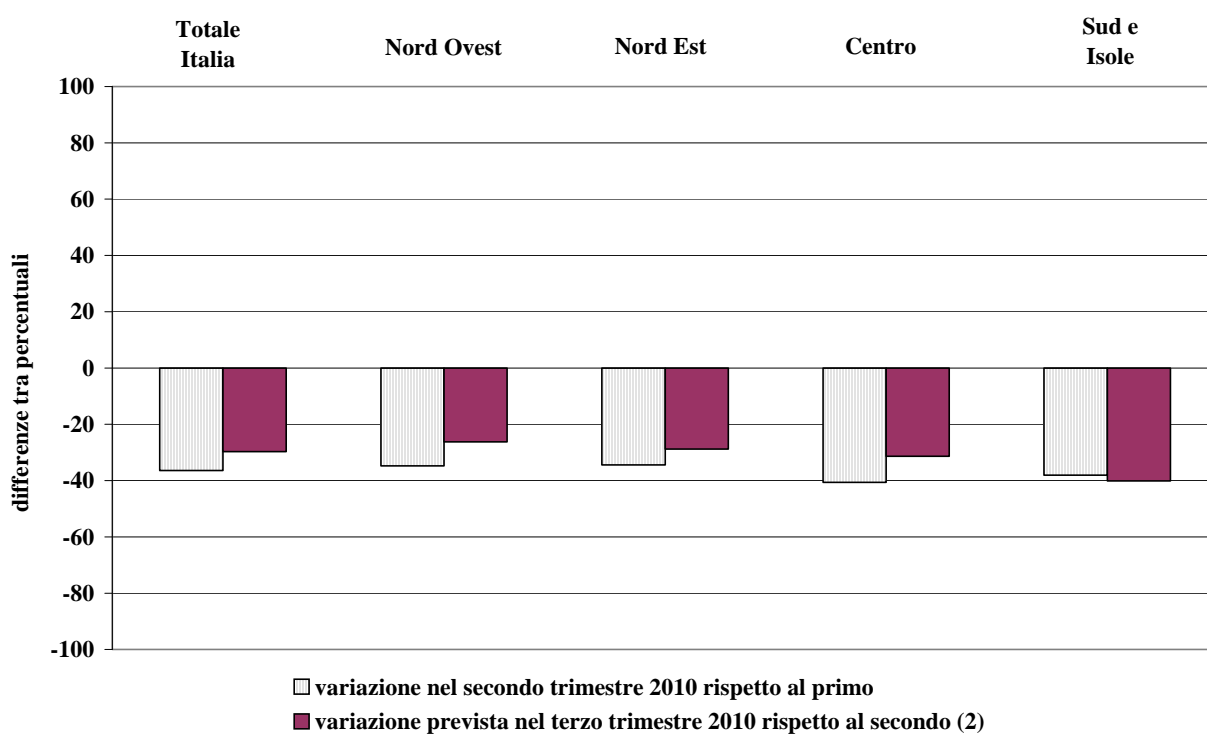
Tav. 1a - Errori standard delle principali stime
(punti percentuali)

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

(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.

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 2010)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie⁽¹⁾ (b)	frazione sondata (a)/(b) (percentuale)
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.....	286	26.276	1,1
di cui: aree urbane (2).....	187	11.002	1,7
aree non urbane.....	99	15.274	0,6
Nord Est.....	245	16.516	1,5
di cui: aree urbane (2).....	156	4.597	3,4
aree non urbane.....	89	11.919	0,7
Centro.....	211	14.901	1,4
di cui: aree urbane (2).....	135	6.115	2,2
aree non urbane.....	76	8.786	0,9
Sud e Isole.....	238	7.450	3,2
di cui: aree urbane (2).....	152	2.093	7,3
aree non urbane.....	86	5.357	1,6
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	630	23.807	2,6
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	350	41.336	0,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	389	17.164	2,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	591	47.979	1,2
Totale.....	980	65.143	1,5

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 2010)

	andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	stabile	in aumento
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.....	36,8	61,2	2,0
di cui: aree urbane (2).....	35,9	62,1	2,0
aree non urbane.....	37,4	60,6	2,0
Nord Est.....	34,7	65,1	0,2
di cui: aree urbane (2).....	37,2	62,0	0,8
aree non urbane.....	33,7	66,3	0,0
Centro.....	41,4	57,8	0,8
di cui: aree urbane (2).....	42,3	57,7	0,0
aree non urbane.....	40,8	57,9	1,3
Sud e Isole.....	42,1	53,9	4,0
di cui: aree urbane (2).....	44,5	53,3	2,2
aree non urbane.....	41,2	54,1	4,7
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	38,6	60,2	1,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	37,5	60,8	1,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	37,7	60,8	1,5
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	38,0	60,5	1,5
Totale.....	37,9	60,6	1,5
<i>per memoria:</i>			
Primo trimestre 2010.....	42,6	55,8	1,6
Quarto trimestre 2009.....	45,4	52,4	2,2
Terzo trimestre 2009.....	46,1	52,3	1,6
Secondo trimestre 2009.....	54,2	44,8	1,0

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 2010)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:			Numero di case vendute <i>(variazione rispetto al trimestre corrispondente dell'anno precedente)</i>		
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti	di cui:		
					pre- esistenti	nuove	
Per ripartizioni geografiche							
Nord Ovest.....	71,7	4,6	47,0	20,1	6,0	23,0	-27,3
di cui: aree urbane (2).....	77,2	4,0	57,5	15,7	6,9	27,4	-39,1
aree non urbane.....	67,7	5,1	39,4	23,2	5,3	18,8	-18,5
Nord Est.....	69,7	5,6	37,7	26,4	-7,5	-7,3	-8,0
di cui: aree urbane (2).....	67,0	8,5	33,5	25,0	-9,3	-5,6	-16,1
aree non urbane.....	70,8	4,5	39,3	27,0	-6,9	-7,8	-4,3
Centro.....	61,1	3,2	38,7	19,1	7,3	14,6	-16,6
di cui: aree urbane (2).....	67,5	4,1	50,9	12,5	-0,9	10,9	-44,5
aree non urbane.....	56,6	2,6	30,3	23,7	13,4	17,5	1,1
Sud e Isole.....	56,9	6,3	40,6	10,0	4,7	11,0	-20,4
di cui: aree urbane (2).....	71,6	4,7	55,2	11,7	11,0	11,2	10,1
aree non urbane.....	51,2	7,0	34,9	9,3	1,0	10,9	-31,1
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	72,3	4,9	51,0	16,3	2,1	15,5	-32,1
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	64,1	4,6	36,8	22,6	1,7	7,1	-11,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	73,6	3,7	56,6	13,2	6,9	21,7	-35,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	64,7	5,1	36,8	22,8	0,0	6,0	-14,0
Totale.....	67,1	4,7	42,0	20,3	1,8	10,3	-19,1
<i>per memoria:</i>							
Primo trimestre 2010.....	71,0	6,0	43,0	22,0	13,0	5,3	15,3
Quarto trimestre 2009.....	68,6	8,7	37,9	22,0	10,3	2,3	14,0
Terzo trimestre 2009.....	65,0	7,4	37,3	20,3
Secondo trimestre 2009.....	64,3	6,3	37,1	20,9

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 2010)

	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.....	17,2	46,8	36,0	22,0	44,1	33,9
di cui: aree urbane (2).....	24,3	49,4	26,3	25,6	51,6	22,8
aree non urbane.....	12,2	44,9	42,9	19,4	38,8	41,8
Nord Est.....	21,3	40,0	38,6	17,6	47,4	35,0
di cui: aree urbane (2).....	12,5	50,7	36,8	13,8	50,9	35,4
aree non urbane.....	24,7	36,0	39,3	19,1	46,1	34,8
Centro.....	16,1	51,1	32,9	23,3	44,7	31,9
di cui: aree urbane (2).....	14,2	63,0	22,7	27,2	44,1	28,7
aree non urbane.....	17,3	42,7	40,0	20,5	45,2	34,2
Sud e Isole.....	14,1	41,2	44,7	22,1	45,1	32,8
di cui: aree urbane (2).....	20,1	47,3	32,7	24,6	46,1	29,3
aree non urbane.....	11,8	38,8	49,4	21,2	44,7	34,1
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	19,0	53,0	28,0	23,6	49,1	27,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	16,9	41,0	42,1	19,8	43,0	37,2
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	21,6	53,4	25,0	26,3	49,8	23,9
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	16,3	42,5	41,2	19,4	43,6	37,1
Totale.....	17,7	45,4	37,0	21,2	45,2	33,6
<i>per memoria:</i>						
Primo trimestre 2010.....	17,2	48,5	34,4	21,3	42,6	36,1
Quarto trimestre 2009.....	19,6	48,1	32,3	24,7	46,1	29,2
Terzo trimestre 2009.....	17,2	43,0	39,8	22,0	42,9	35,1
Secondo trimestre 2009.....	15,0	41,5	43,5	27,2	39,2	33,6

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 2010)

	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.....	49,2	20,9	65,1	17,3	48,2	4,3	7,6
di cui: aree urbane (2).....	53,0	23,2	65,8	13,3	50,6	1,9	6,8
aree non urbane.....	46,5	19,2	64,6	20,2	46,5	6,1	8,1
Nord Est.....	44,7	22,3	64,7	19,4	54,9	1,8	8,3
di cui: aree urbane (2).....	42,8	24,0	64,5	19,7	47,0	6,6	9,4
aree non urbane.....	45,5	21,6	64,8	19,3	58,0	0,0	8,0
Centro.....	48,4	29,4	56,9	20,2	45,7	2,1	8,1
di cui: aree urbane (2).....	53,7	34,0	63,3	22,7	31,7	1,3	4,5
aree non urbane.....	44,7	26,3	52,6	18,4	55,3	2,6	10,5
Sud e Isole.....	51,9	22,6	62,6	18,4	47,2	3,0	7,7
di cui: aree urbane (2).....	50,8	27,0	65,1	12,0	48,8	4,6	3,7
aree non urbane.....	52,3	20,9	61,6	20,9	46,5	2,3	9,3
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	51,0	26,5	64,8	16,8	44,9	2,9	6,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	46,6	21,6	61,7	19,7	51,6	3,1	8,7
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti)(3).....	54,2	27,3	66,3	15,4	44,1	2,1	5,4
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	46,1	22,0	61,6	19,8	51,0	3,4	8,8
Totale.....	48,2	23,4	62,9	18,6	49,2	3,0	7,9
<i>per memoria:</i>							
Primo trimestre 2010.....	59,3	25,0	64,2	19,5	53,0	3,7	3,6
Quarto trimestre 2009.....	54,5	23,5	63,2	20,1	50,5	3,8	6,1
Terzo trimestre 2009.....	52,5	21,9	64,8	22,5	50,0	2,4	4,3
Secondo trimestre 2009.....	54,7	17,8	66,1	19,7	49,3	1,1	6,8

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). 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 2010)

	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.....	3,2	10,0	40,4	35,8	10,0	0,6	11,4
di cui: aree urbane (3).....	3,5	5,7	38,8	39,4	11,2	1,4	12,2
aree non urbane.....	3,0	13,4	41,8	32,8	9,0	0,0	10,6
Nord Est.....	2,5	12,1	44,2	32,6	7,4	1,3	10,8
di cui: aree urbane (3).....	0,7	9,7	54,7	33,4	1,1	0,0	9,8
aree non urbane.....	3,2	12,9	40,3	32,3	9,7	0,0	11,2
Centro.....	0,0	9,5	34,5	46,7	4,8	0,0	11,7
di cui: aree urbane (3).....	0,0	6,9	31,3	44,2	10,7	0,0	12,3
aree non urbane.....	0,0	11,6	37,2	48,8	0,0	0,0	11,2
Sud e Isole.....	6,6	2,0	26,6	45,5	17,2	0,0	13,9
di cui: aree urbane (3).....	2,0	5,7	25,5	45,5	19,7	0,0	14,4
aree non urbane.....	9,1	0,0	27,3	45,5	15,9	0,0	13,6
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (3).....	3,4	6,7	38,6	40,0	10,0	1,2	12,0
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	3,1	11,5	39,0	37,0	8,2	1,2	11,2
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (4).....	3,6	6,5	36,1	40,8	12,0	0,9	12,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	3,1	10,9	39,9	37,1	7,7	1,3	11,2
Totale.....	3,2	9,6	38,8	38,2	8,9	1,2	11,5
<i>per memoria:</i>							
Primo trimestre 2010.....	3,7	11,1	34,8	39,4	9,1	1,8	11,7
Quarto trimestre 2009.....	3,2	10,0	35,2	37,8	12,5	1,3	12,1
Terzo trimestre 2009.....	2,2	13,2	37,6	37,5	7,6	1,9	11,3
Secondo trimestre 2009.....	3,0	8,1	37,1	39,4	10,7	1,7	12,2

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 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 2010)

	tempo medio intercorso tra l'affidamento dell'incarico e l'effettiva vendita (mesi)
Per ripartizioni geografiche	
Nord Ovest.....	6,4
di cui: aree urbane (2).....	6,2
aree non urbane.....	6,6
Nord Est.....	7,6
di cui: aree urbane (2).....	7,3
aree non urbane.....	7,7
Centro.....	6,3
di cui: aree urbane (2).....	5,7
aree non urbane.....	6,8
Sud e Isole.....	6,6
di cui: aree urbane (2).....	6,3
aree non urbane.....	6,7
Per popolazione residente	
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	6,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	7,0
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	6,0
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	7,0
Totale.....	6,7
<i>per memoria:</i>	
Primo trimestre 2010.....	6,4
Quarto trimestre 2009.....	7,0
Terzo trimestre 2009.....	6,7
Secondo trimestre 2009.....	6,4

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

(1) I mesi e 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) 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 2010)

	percentuale di acquisti finanziati con mutuo	rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Per ripartizioni geografiche		
Nord Ovest.....	70,9	74,1
di cui: aree urbane (2).....	68,9	70,5
aree non urbane.....	72,7	77,8
Nord Est.....	68,4	72,3
di cui: aree urbane (2).....	72,9	70,6
aree non urbane.....	66,8	72,9
Centro.....	74,5	71,6
di cui: aree urbane (2).....	69,9	62,4
aree non urbane.....	77,0	76,6
Sud e Isole.....	61,8	75,3
di cui: aree urbane (2).....	70,2	72,0
aree non urbane.....	55,2	78,2
Per popolazione residente		
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	69,9	69,2
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	70,4	75,9
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti)(3).....	69,7	69,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	70,4	74,8
Totale.....	70,2	73,2
<i>per memoria:</i>		
Primo trimestre 2010.....	66,1	70,8
Quarto trimestre 2009.....	70,0	71,1
Terzo trimestre 2009.....	69,0	71,4
Secondo trimestre 2009.....	68,3	69,6

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 2010)*

	condizioni del mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre in corso (luglio-settembre 2010)			numero atteso di nuovi incarichi a vendere nel trimestre in corso (luglio-settembre 2010) rispetto a quello di riferimento			livello atteso dei prezzi nel trimestre in corso (luglio-settembre 2010) rispetto a quello di riferimento (2)		
	sfavorevoli	normali	favorevoli	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore
Per ripartizioni geografiche									
Nord Ovest.....	31,0	54,6	14,4	19,9	55,8	24,3	29,6	67,1	3,3
di cui: aree urbane (3).....	23,0	61,0	16,0	22,3	56,1	21,6	22,9	73,4	3,7
aree non urbane.....	36,7	50,0	13,3	18,2	55,6	26,3	34,3	62,6	3,0
Nord Est.....	31,9	56,8	11,3	24,6	53,2	22,2	30,2	68,3	1,5
di cui: aree urbane (3).....	24,1	61,4	14,5	18,2	60,4	21,4	30,0	67,6	2,4
aree non urbane.....	34,8	55,1	10,1	27,0	50,6	22,5	30,3	68,5	1,1
Centro.....	25,9	56,5	17,6	27,7	47,0	25,3	32,5	66,4	1,1
di cui: aree urbane (3).....	25,4	62,0	12,6	29,6	52,2	18,2	28,1	71,2	0,8
aree non urbane.....	26,3	52,6	21,1	26,3	43,4	30,3	35,5	63,2	1,3
Sud e Isole.....	33,3	44,7	21,9	22,0	42,8	35,2	43,0	54,1	2,9
di cui: aree urbane (3).....	31,3	47,8	20,8	23,3	42,7	33,9	39,8	58,7	1,4
aree non urbane.....	34,1	43,5	22,4	21,4	42,9	35,7	44,2	52,3	3,5
Per popolazione residente									
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (3).....	24,6	60,2	15,3	23,5	54,7	21,8	27,1	70,4	2,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	33,6	51,2	15,2	22,9	49,9	27,2	34,7	63,1	2,2
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (4).....	24,4	60,7	14,8	26,5	51,2	22,4	26,5	70,7	2,8
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	32,4	52,2	15,4	21,9	51,8	26,3	33,9	64,0	2,1
Totale (5)	30,3	54,5	15,2	23,1	51,7	25,2	32,0	65,8	2,3
<i>per memoria:</i>									
Primo trimestre 2010.....	16,8	58,4	24,8	14,8	57,3	27,8	35,2	62,6	2,2
Quarto trimestre 2009.....	22,4	51,9	25,7	15,7	55,7	28,6	35,4	62,2	2,4
Terzo trimestre 2009.....	28,7	46,6	24,8	17,1	55,6	27,3	39,2	57,5	3,3
Secondo trimestre 2009.....	37,5	47,6	14,9	24,3	52,2	23,5	47,7	49,9	2,4

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 2010)

	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.....	27,2	63,9	8,9	15,4	25,9	58,7
di cui: aree urbane (2).....	24,4	70,3	5,3	12,3	23,2	64,5
aree non urbane.....	29,2	59,4	11,5	17,5	27,8	54,6
Nord Est.....	28,5	64,2	7,3	16,7	31,9	51,4
di cui: aree urbane (2).....	19,9	74,4	5,7	15,8	26,1	58,1
aree non urbane.....	31,8	60,2	8,0	17,0	34,1	48,9
Centro.....	28,5	63,3	8,2	20,8	18,6	60,5
di cui: aree urbane (2).....	23,5	70,0	6,6	18,9	27,2	53,9
aree non urbane.....	32,0	58,7	9,3	22,2	12,5	65,3
Sud e Isole.....	32,3	57,4	10,3	17,3	26,6	56,1
di cui: aree urbane (2).....	20,6	67,1	12,2	10,4	25,3	64,3
aree non urbane.....	36,9	53,6	9,5	20,0	27,1	52,9
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) (2).....	22,9	70,7	6,3	14,5	25,0	60,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	31,5	58,7	9,7	18,7	26,4	54,9
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) (3).....	25,1	69,8	5,1	14,5	24,2	61,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	29,6	60,7	9,7	18,1	26,5	55,4
Totale.....	28,4	63,1	8,5	17,2	25,9	56,9
<i>per memoria:</i>						
Primo trimestre 2010.....	23,0	65,2	11,8	14,5	25,1	60,4
Quarto trimestre 2009.....	24,7	59,5	15,8	12,2	21,7	66,1
Terzo trimestre 2009.....	29,4	58,1	12,5	16,0	24,2	59,8
Secondo trimestre 2009.....	39,9	55,2	4,9	18,6	25,9	55,5

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.

SONDAGGIO CONGIUNTURALE BANCA D'ITALIA – TECNOBORSA
PRESSO GLI AGENTI IMMOBILIARI SUL MERCATO DELLE ABITAZIONI IN ITALIA

LUGLIO 2010

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 **aprile-giugno 2010**.
- 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.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
	SRL	SPA	SAS	SNC	Ditta individ.	Altro (*)
(*) specificare: _____						
Impresa è affiliata ad un gruppo? <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sì; 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 2010 rispetto a quello precedente?	<input type="checkbox"/> Migliore	<input type="checkbox"/> Uguale	<input type="checkbox"/> Peggior
---	-----------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

	Nel trimestre gennaio-marzo 2010	Nel trimestre aprile-giugno 2010
2. L'agenzia ha venduto abitazioni?	Si, solo abitazioni nuove __	Si, solo abitazioni nuove __
	Si, solo abitazioni preesistenti __	Si, solo abitazioni preesistenti __
	Si, abitazioni nuove ed preesistenti __	Si, abitazioni nuove ed preesistenti __
	No __	No __

3. Se sì, ci può indicare quante abitazioni ha venduto ?	Nuove _____ Preesistenti _____	Nuove _____ Preesistenti _____
---	-----------------------------------	-----------------------------------

4. Quanti agenti operano attualmente per l'agenzia (Lei incluso)?	_____
--	-------

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2010) , salti alla domanda A2.

5. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre aprile-giugno 2010 (*)	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 2010**.

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 2010) _____ mesi	nel trimestre precedente quello di riferimento (gennaio-marzo 2010) _____ mesi
---	---	---

A2. Alla fine del trimestre di riferimento (aprile-giugno 2010) saprebbe indicare se il <u>numero di incarichi</u> a vendere <u>ancora da evadere</u> risulta, rispetto alla fine del trimestre precedente (gennaio-marzo 2010): <i>(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Molto inferiore __ • Inferiore __ • Uguale __ • Superiore __ • Molto superiore __
---	---

A3. Il <u>numero di nuovi incarichi</u> a vendere ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre di riferimento risulta, rispetto a quelli acquisiti nel trimestre precedente: <i>(riferire la risposta solo agli incarichi acquisiti durante il trimestre di riferimento, includendo anche quelli eventualmente già evasi)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Molto inferiore __ • Inferiore __ • Uguale __ • Superiore __ • Molto superiore __
--	---

A4. Parliamo ora degli incarichi che sono scaduti e/o non rinnovati nel trimestre di riferimento. Potrebbe indicare le determinanti più importanti di questo comportamento, tra quelle qui a fianco elencate? <i>(sceglierne al massimo tre)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 (aprile-giugno 2010), 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? % 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 (aprile-giugno 2010).

	Rispetto al trimestre gennaio-marzo 2010	Rispetto a un anno fa
<p>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:</p> <p>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:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In forte diminuzione <input type="text"/> • In diminuzione <input type="text"/> • All'incirca stabile <input type="text"/> • In aumento <input type="text"/> • In forte aumento <input type="text"/> 	
B1_1. Saprebbe anche indicare di quanto è cambiato questo prezzo di vendita in percentuale? <i>(indicare anche il segno della variazione)</i>	+/- <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %	+/- <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %

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

<p>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:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inferiore di: Oltre il 30% <input type="text"/> Tra 20-30% <input type="text"/> Tra 10-20% <input type="text"/> Tra 5 e 10% <input type="text"/> Meno del 5% <input type="text"/> Uguale (o superiore) <input type="text"/>
---	---

SEZIONE C – LE PROSPETTIVE

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

<p>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 2010 rispetto al trimestre di riferimento (aprile-giugno 2010)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> In forte diminuzione <input type="text"/> In diminuzione <input type="text"/> All'incirca stabile <input type="text"/> In aumento <input type="text"/> In forte aumento <input type="text"/>
C1_1. Saprebbe anche indicare di quanto cambieranno questi prezzi di vendita in percentuale? <i>(indicare anche il segno della variazione)</i>	+/- <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> %
<p>C2. Secondo le Sue aspettative, nel trimestre luglio-settembre 2010 ritiene che il numero dei <u>nuovi incarichi</u> a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, rispetto al trimestre di riferimento:</p>	<ul style="list-style-type: none"> Molto inferiore <input type="text"/> Inferiore <input type="text"/> All'incirca lo stesso <input type="text"/> Superiore <input type="text"/> Molto superiore <input type="text"/>
<p>C3. Consideri la situazione del mercato immobiliare nel solo territorio in cui opera l'agenzia: come sarà l'andamento nel trimestre luglio-settembre 2010 rispetto al precedente?</p>	<input type="checkbox"/> più sfavorevole <input type="checkbox"/> invariato <input type="checkbox"/> più favorevole
<p>C4. Consideri ora la situazione generale del mercato immobiliare, riferita all'intero territorio nazionale: rispetto alla situazione attuale, come ritiene essa si presenterà?</p>	Nel trimestre in corso: <input type="checkbox"/> Peggioro <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Migliore Nel prossimo biennio: <input type="checkbox"/> Peggioro <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> 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