



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale
sul mercato delle abitazioni in Italia
Luglio 2011

Nuova serie
Anno XXI - 5 Agosto 2011

Numero

39

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, da Tecnoborsa e dall'Agenzia del Territorio. I referenti sono, per la Banca d'Italia: Leandro D'Aurizio, Stefano Iezzi, Sergio Santoro, Raffaele Tartaglia Polcini (con la collaborazione di Daniela Falcone per la parte editoriale); per Tecnoborsa: Giampiero Bambagioni e Ettore Troiani; per l'Agenzia del Territorio: Caterina Andreussi, Maurizio Festa e Gianni Guerrieri.

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 2011

Nel secondo trimestre del 2011 le condizioni del mercato immobiliare si sono ulteriormente indebolite. Sono aumentate le indicazioni di flessione dei prezzi; la tendenza positiva dei nuovi incarichi a vendere è proseguita, ma ha perso slancio. Le attese a breve termine degli agenti sulle condizioni del mercato di riferimento sono diventate negative; le valutazioni sulle prospettive di medio periodo del mercato nazionale sono ancora complessivamente favorevoli, ma registrano segnali di moderazione.

1. Introduzione

Tra il 27 giugno e il 20 luglio 2011 si sono svolte le interviste dell'edizione relativa al secondo trimestre del 2011, cui hanno partecipato 1.464 agenti (Tavola 1), fornendo informazioni sull'attività di compravendita¹ e sui prezzi nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2011), 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 2011 la quota di agenti che hanno segnalato una diminuzione dei prezzi è cresciuta al 46,8 per cento dal 44,2 della precedente indagine (Tavola 2 e Figura 1), a fronte di una sostanziale invarianza dell'incidenza, già trascurabile, di coloro che hanno indicato un aumento delle quotazioni. Ne è derivato un peggioramento del saldo negativo tra le percentuali di risposte “in aumento” e “in diminuzione” (–45,5 punti contro –42,6 nel primo trimestre dell'anno), più pronunciato nelle aree urbane e nelle regioni del Nord Ovest.

Compravendite – La quota di agenzie che nei mesi primaverili hanno venduto almeno un immobile è rimasta invariata, al 69,3 per cento (Tavola 3); a una flessione nelle regioni settentrionali si è contrapposto un aumento registrato in quelle del Centro.

Incarichi a vendere – Nel secondo trimestre del 2011 il saldo tra risposte di aumento e di diminuzione (rispetto al periodo precedente) delle giacenze di incarichi a vendere è sceso a 23,2 punti percentuali (25,8 nella precedente rilevazione; Tavola 4). Il calo riflette principalmente la flessione della percentuale di operatori che giudicano in aumento il numero di incarichi ancora da evadere. Circa l'andamento dei nuovi incarichi, il saldo tra la quota di agenzie che segnalano un aumento rispetto ai primi mesi dell'anno e quella di coloro che ne riportano una diminuzione è fortemente diminuito, a 12,1 punti percentuali (da 20,8), in connessione soprattutto con gli andamenti osservati nelle aree non urbane.

Per quanto riguarda le cause prevalenti di cessazione degli incarichi, sono aumentate leggermente le quote di operatori che indicano l'assenza di proposte di acquisto a fronte di richieste del venditore ritenute troppo elevate (65,5 per cento contro 64,2 nell'inchiesta di aprile; Tavola 5), attese di prezzo più favorevoli (21,9 per cento contro 20,8) e difficoltà nel reperimento del mutuo (51,9 per cento contro 49,6). Si è invece ridotta l'incidenza dei ritiri dovuti a proposte di acquisto a prezzi giudicati troppo bassi dal venditore (52,0 per cento dei casi contro il 55,4 rilevato in aprile).

¹ Sono oggetto di indagine le sole transazioni intermedie dagli agenti immobiliari.

Trattative e tempi di vendita – Nel secondo trimestre del 2011 il margine di riduzione dei prezzi di vendita è rimasto sostanzialmente invariato, intorno al 12 per cento (Tavola 6): alla flessione registrata nelle aree urbane (all'11,3 per cento, dal 12,0 nella precedente rilevazione) si è contrapposto un modesto aumento in quelle non urbane (al 12,6 per cento, dal 12,1). Si conferma appena superiore ai 7 mesi il tempo medio di completamento dell'incarico (Tavola 7).

Modalità di finanziamento degli acquisti – La quota di acquisti di abitazioni effettuata con accensione di un mutuo ipotecario è salita di 2 punti percentuali rispetto alla scorsa indagine, al 72,6 per cento (Tavola 8). L'aumento ha riguardato tutte le aree geografiche del paese.

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie – Il saldo tra giudizi “favorevoli” e “sfavorevoli” sulle attese a breve circa le condizioni del mercato di riferimento è ulteriormente peggiorato, divenendo negativo per la prima volta da un anno (per 22,5 punti percentuali, a fronte di un saldo positivo di 4 punti nella rilevazione precedente; Tavola 9). Si è inoltre ridotto il saldo positivo tra le attese di aumento e diminuzione dei nuovi incarichi a vendere (a 3,9 punti percentuali, contro 20,2 nella scorsa rilevazione), mentre si è ulteriormente ampliato quello, già negativo, circa le attese sui prezzi (-41,1 punti, contro -31,7).

Le prospettive del mercato nazionale – La quota di agenti che riportano un peggioramento delle prospettive a breve del mercato nazionale è aumentata al 34,8 per cento (dal 23,5 della rilevazione precedente; Tavola 10). Il divario negativo fra giudizi favorevoli e sfavorevoli si è pertanto ampliato, portandosi a -27,8 punti percentuali, da -12,8 in aprile. Appare sempre più prudente, anche se ancora improntato all'ottimismo, il quadro per i prossimi due anni: il saldo positivo tra le attese di miglioramento e peggioramento si è infatti ancora ridotto, di oltre 10 punti percentuali, portandosi a 18,3 punti.

A. Nota metodologica

A1. Il campione e il disegno

Il Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia è stato avviato nel gennaio 2009 da Banca d'Italia e Tecnoborsa e prosegue, a partire dall'edizione di ottobre 2010, anche con la cooperazione dell'Agenzia del Territorio. 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 primo trimestre del 2011, sono state condotte tra il 30 giugno e il 22 luglio 2011; su 3.957 agenti immobiliari contattati, 1.464 hanno partecipato al sondaggio, con un tasso di risposta del 37,6 per cento¹.

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 abitanti²;
- b) dalle 15 aree intorno ai comuni del punto a), che ne formano i relativi hinterland³;
- 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, disponibili al momento della formazione del campione, 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 Istat⁴. 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 6810 ("Compravendita di beni immobili effettuata su beni propri") e 6831 ("Attività di mediazione immobiliare")⁵. Gli aggiornamenti sono utilizzati nel sondaggio non appena resi

1 Percentuale che tiene conto degli errori di lista.

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

3 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.

4 Si è utilizzato l'aggiornamento relativo al 2008.

5 Codici relativi alla classificazione Ateco2007, cui corrispondono rispettivamente i codici 7012 ("Attività immobiliari conto proprio: compravendita di beni immobili") e 7031 ("Attività immobiliare per conto terzi: agenzie di mediazione immobiliare") dell'Ateco2002.

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);
- c) agenti corrispondenti dell'Osservatorio sul Mercato Immobiliare (OMI) gestito dall'Agenzia del Territorio (circa 600 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 utilizza anche 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 per la variazione del 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'1,3 per cento, ovvero intervalli di confidenza (al 95 per cento) al massimo pari a 2,5 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.

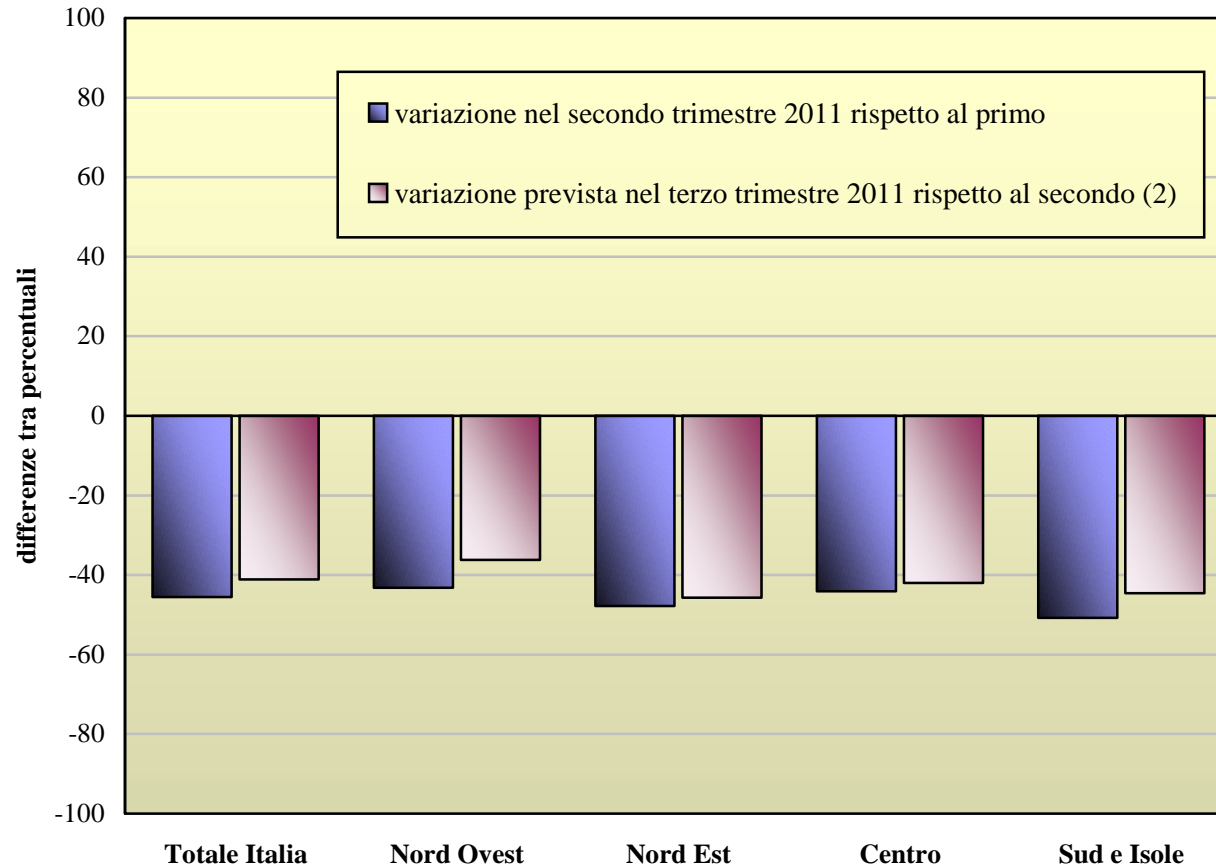
Tav. 1a - Errori standard delle principali stime
(punti percentuali)

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

(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-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie⁽¹⁾ (b)	frazione sondata (a)/(b) (percentuale)
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.	458	25.836	1,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	285	10.823	2,6
aree non urbane.....	173	15.013	1,2
Nord Est.....	344	18.094	1,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	197	4.797	4,1
aree non urbane.....	147	13.297	1,1
Centro.	300	15.114	2,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	197	6.478	3,0
aree non urbane.....	103	8.636	1,2
Sud e Isole.	362	7.924	4,6
di cui: aree urbane ⁽²⁾	203	2.162	9,4
aree non urbane.....	159	5.762	2,8
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	882	24.260	3,6
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	582	42.708	1,4
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	552	17.473	3,2
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	912	49.495	1,8
Totale.	1.464	66.968	2,2

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d’Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio sul mercato delle abitazioni in Italia. (1) Istat-Asia (2008). – (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 2011)

	Andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	stabile	in aumento
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.....	45,0	53,2	1,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	39,3	59,6	1,2
aree non urbane.....	49,1	48,6	2,3
Nord Est.....	48,9	50,0	1,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	48,7	50,9	0,4
aree non urbane.....	49,0	49,7	1,4
Centro.....	44,8	54,4	0,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	45,8	53,8	0,4
aree non urbane.....	44,1	54,9	1,0
Sud e Isole.....	51,8	47,1	1,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	50,0	49,7	0,4
aree non urbane.....	52,5	46,2	1,3
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	43,8	55,5	0,7
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	48,5	49,9	1,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	42,1	57,1	0,7
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	48,5	50,0	1,5
Totale	46,8	51,9	1,3
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....			
	44,2	54,2	1,6
Quarto trimestre 2010.....	40,0	57,9	2,0
Terzo trimestre 2010.....	31,6	64,9	3,6
Secondo trimestre 2010.....	37,9	60,6	1,5

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 – Tipologia delle abitazioni vendute nel trimestre di riferimento ⁽¹⁾
 (percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: aprile-giugno 2011)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:		
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti
Per ripartizioni geografiche				
Nord Ovest.....	69,3	5,1	45,4	18,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	70,7	5,7	49,7	15,3
aree non urbane.....	68,2	4,6	42,2	21,4
Nord Est.....	74,7	5,4	39,3	30,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	76,4	8,9	42,5	25,1
aree non urbane.....	74,1	4,1	38,1	32,0
Centro.....	65,8	4,9	45,9	15,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	66,8	3,7	54,0	9,1
aree non urbane.....	65,0	5,8	39,8	19,4
Sud e Isole.....	64,0	2,5	47,7	13,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	65,3	2,6	50,8	11,8
aree non urbane.....	63,5	2,5	46,5	14,5
Per popolazione residente				
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	70,3	5,5	49,5	15,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	68,8	4,4	41,0	23,4
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	68,9	4,7	51,4	12,8
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	69,5	4,8	41,5	23,1
Totale.....	69,3	4,8	44,1	20,4
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....				
Quarto trimestre 2010.....	69,3	4,7	42,7	21,9
Terzo trimestre 2010.....	75,3	6,5	45,8	23,0
Secondo trimestre 2010.....	65,0	6,5	39,5	19,0
Secondo trimestre 2010.....	67,1	4,7	42,0	20,3

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)

	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.....	14,7	49,3	35,9	24,4	42,5	33,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	15,8	50,1	34,2	27,0	44,0	29,1
aree non urbane.....	14,0	48,8	37,2	22,5	41,4	36,1
Nord Est.....	16,6	42,2	41,2	20,1	48,1	31,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	13,0	44,4	42,7	14,9	48,7	36,4
aree non urbane.....	17,9	41,4	40,7	21,9	47,9	30,1
Centro.....	15,4	44,5	40,2	22,6	40,4	37,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	17,6	44,9	37,5	26,8	44,6	28,6
aree non urbane.....	13,7	44,1	42,2	19,6	37,3	43,1
Sud e Isole.....	16,8	42,9	40,3	19,8	40,1	40,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	15,8	47,0	37,3	26,0	37,1	36,9
aree non urbane.....	17,2	41,4	41,4	17,4	41,3	41,3
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	15,7	47,3	37,0	24,4	44,5	31,1
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	15,6	44,6	39,9	21,0	42,6	36,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	16,9	48,1	35,0	27,2	43,2	29,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti) ...	15,2	44,7	40,2	20,6	43,3	36,1
Totale.....	15,6	45,6	38,8	22,3	43,3	34,4
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....						
Quarto trimestre 2010.....	15,3	43,5	41,1	20,6	38,0	41,4
Terzo trimestre 2010.....	17,5	48,3	34,1	18,8	46,7	34,5
Secondo trimestre 2010.....	16,5	48,0	35,5	19,9	44,2	36,0
Secondo trimestre 2010.....	17,7	45,4	37,0	21,2	45,2	33,6

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)*

	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.....	55,3	20,7	64,8	22,2	52,1	3,2	4,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	57,8	18,8	64,4	15,1	48,6	3,7	5,2
aree non urbane.....	53,5	22,1	65,1	27,3	54,7	2,9	4,7
Nord Est.....	42,5	21,8	69,7	23,5	57,6	1,9	5,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	50,2	19,7	67,3	22,0	52,0	3,3	8,1
aree non urbane.....	39,7	22,6	70,5	24,0	59,6	1,4	4,1
Centro.....	53,9	23,6	62,4	19,2	45,6	4,9	5,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	56,4	30,2	65,8	18,6	30,3	3,5	5,7
aree non urbane.....	52,0	18,6	59,8	19,6	56,9	5,9	5,9
Sud e Isole.....	59,2	22,5	63,9	19,9	50,2	4,4	3,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	59,7	26,1	63,3	15,0	49,2	4,0	1,0
aree non urbane.....	59,0	21,2	64,1	21,8	50,6	4,5	4,5
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	56,1	22,7	65,3	17,4	44,5	3,6	5,5
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	49,6	21,4	65,6	24,0	56,1	3,2	4,7
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	57,8	22,9	64,8	16,4	41,5	3,8	5,0
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	49,9	21,5	65,7	23,4	55,5	3,2	5,0
Totale.....	52,0	21,9	65,5	21,6	51,9	3,4	5,0
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....							
Quarto trimestre 2010.....	55,4	20,8	64,2	21,4	49,6	4,1	3,8
Terzo trimestre 2010.....	49,6	19,6	64,7	18,4	45,2	2,0	8,5
Secondo trimestre 2010.....	48,2	24,9	61,6	17,4	51,8	4,0	6,6
Secondo trimestre 2010.....	48,2	23,4	62,9	18,6	49,2	3,0	7,9

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). 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 2011)

	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.....	0,7	7,2	41,3	38,8	11,1	0,9	12,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	0,5	9,8	48,2	34,5	6,1	0,9	10,9
aree non urbane.....	0,9	5,3	36,0	42,1	14,9	0,9	13,2
Nord Est.....	5,7	10,2	41,9	31,0	8,4	2,8	11,1
di cui: aree urbane ⁽³⁾	0,8	7,5	44,0	44,2	3,2	0,3	11,0
aree non urbane.....	7,5	11,2	41,1	26,2	10,3	3,7	11,2
Centro.....	2,1	10,0	37,0	36,1	13,9	0,9	12,1
di cui: aree urbane ⁽³⁾	3,0	9,1	37,9	39,9	10,1	0,0	11,7
aree non urbane.....	1,5	10,6	36,4	33,3	16,7	1,5	12,5
Sud e Isole.....	2,4	6,0	22,8	47,2	18,5	3,1	14,7
di cui: aree urbane ⁽³⁾	3,3	5,7	35,3	35,6	19,5	0,6	13,2
aree non urbane.....	2,0	6,1	18,2	51,5	18,2	4,0	15,2
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽³⁾	1,4	8,8	43,7	38,0	7,6	7,6	11,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	3,4	8,4	35,6	36,2	14,1	14,1	12,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽⁴⁾	1,5	9,4	44,1	36,1	8,4	8,4	11,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	3,1	8,2	36,6	37,1	12,9	12,9	12,4
Totale.....	2,7	8,5	38,5	36,9	11,7	1,7	12,1
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....							
	2,8	9,2	36,9	39,3	9,9	1,9	12,0
Quarto trimestre 2010.....	2,5	10,6	38,4	36,8	10,6	1,1	11,7
Terzo trimestre 2010.....	3,8	13,7	38,6	33,4	9,5	0,9	11,0
Secondo trimestre 2010.....	3,2	9,6	38,8	38,2	8,9	1,2	11,5

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)

	Tempo medio intercorso tra affidamento dell'incarico e effettiva vendita <i>(mesi)</i>
Per ripartizioni geografiche	
Nord Ovest.....	7,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾ ..	6,3
aree non urbane ..	7,7
Nord Est.....	7,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾ ..	8,1
aree non urbane ..	7,2
Centro.....	7,3
di cui: aree urbane ⁽²⁾ ..	5,4
aree non urbane ..	8,8
Sud e Isole.....	6,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾ ..	5,5
aree non urbane ..	7,4
Per popolazione residente	
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾ ..	6,4
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti) ..	7,7
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾ ..	5,8
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	7,7
Totale ..	7,2
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....	
Quarto trimestre 2010 ..	7,1
Terzo trimestre 2010 ..	7,0
Secondo trimestre 2010.....	6,9
	6,7

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)

	Percentuale di acquisti finanziati con mutuo	Rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Per ripartizioni geografiche		
Nord Ovest.....	74,3	74,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	76,5	71,4
aree non urbane.....	72,0	76,8
Nord Est.....	70,4	72,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	71,6	71,3
aree non urbane.....	70,0	72,7
Centro.....	70,5	69,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	69,5	66,3
aree non urbane.....	71,2	71,6
Sud e Isole.....	74,1	75,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	73,9	73,4
aree non urbane.....	74,2	76,8
Per popolazione residente		
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	74,3	70,6
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	71,4	74,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	75,0	70,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	71,5	74,1
Totale.....	72,6	73,0
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....		
Quarto trimestre 2010.....	70,6	71,5
Terzo trimestre 2010.....	72,6	71,3
Secondo trimestre 2010.....	70,1	71,3
Secondo trimestre 2010.....	70,2	73,2

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)*

	Condizioni del mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre in corso (aprile-giugno 2011)			Numero atteso di nuovi incarichi a vendere nel trimestre in corso (aprile-giugno 2011) rispetto a quello di riferimento			Livello atteso dei prezzi nel trimestre in corso (aprile-giugno 2011) rispetto a quello di riferimento ⁽²⁾		
	sfavorevoli	normali	favorevoli	sfavorevoli	normali	favorevoli	sfavorevoli	normali	favorevoli
Per ripartizioni geografiche									
Nord Ovest	31,5	54,7	13,8	20,0	55,8	24,2	39,4	57,5	3,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	29,2	57,2	13,6	23,0	55,4	21,6	35,4	61,9	2,7
aree non urbane.....	33,1	52,9	14,0	17,9	56,1	26,0	42,2	54,3	3,5
Nord Est.....	38,3	52,8	8,9	20,8	54,1	25,1	46,0	53,8	0,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	42,7	50,1	7,2	23,5	52,1	24,4	43,4	55,9	0,8
aree non urbane.....	36,7	53,7	9,5	19,9	54,8	25,3	46,9	53,1	0,0
Centro.....	37,8	50,1	12,1	26,5	49,7	23,8	44,0	54,1	2,0
di cui: aree urbane ⁽³⁾	35,8	54,2	10,0	29,5	48,7	21,8	42,5	55,5	2,0
aree non urbane.....	39,2	47,1	13,7	24,3	50,5	25,2	45,1	52,9	2,0
Sud e Isole	32,9	50,6	16,4	20,9	43,6	35,5	46,2	52,2	1,6
di cui: aree urbane ⁽³⁾	35,2	49,8	14,9	29,6	45,0	25,5	48,0	49,5	2,5
aree non urbane.....	32,1	50,9	17,0	17,7	43,0	39,2	45,6	53,2	1,3
Per popolazione residente									
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽³⁾ ...	34,2	54,3	11,5	17,7	43,0	39,2	40,0	57,9	2,1
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	35,3	51,7	12,9	25,4	52,0	22,6	44,7	53,5	1,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abit.) ⁽⁴⁾	31,7	55,6	12,7	19,8	52,8	27,4	38,8	58,8	2,5
Aree non metropolitane (meno di 500 mila)	36,0	51,6	12,3	25,6	51,8	22,6	44,5	53,8	1,7
Totale ⁽⁵⁾	34,9	52,7	12,4	21,8	52,5	25,7	43,0	55,1	1,9
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011	20,1	55,8	24,1	12,4	55,0	32,6	35,3	61,2	3,6
Quarto trimestre 2010.....	18,2	57,3	24,5	11,5	52,3	36,2	32,7	64,7	2,6
Terzo trimestre 2010.....	16,5	56,3	27,2	10,5	56,7	32,8	28,9	67,1	4,0
Secondo trimestre 2010	30,3	54,5	15,2	23,1	51,7	25,2	32,0	65,8	2,3

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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 2011)

	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.....	35,3	57,3	7,4	21,5	32,5	45,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	33,2	59,2	7,6	18,9	31,1	50,0
aree non urbane.....	36,7	56,0	7,2	23,4	33,5	43,0
Nord Est.....	35,4	58,9	5,7	28,0	34,0	37,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	39,2	52,7	8,0	29,6	28,8	41,6
aree non urbane.....	34,0	61,1	4,9	27,5	35,9	36,6
Centro.....	34,7	59,4	5,9	25,9	33,8	40,4
di cui: aree urbane ⁽²⁾	39,3	53,5	7,2	25,7	33,4	40,9
aree non urbane.....	31,4	63,7	4,9	26,0	34,0	40,0
Sud e Isole.....	31,8	57,6	10,5	23,3	27,8	48,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	24,3	64,4	11,3	18,0	27,1	54,9
aree non urbane.....	34,6	55,1	10,3	25,3	28,1	46,6
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	35,2	56,8	7,9	22,8	30,9	46,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	34,5	59,1	6,4	25,5	33,7	40,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	35,0	57,3	7,8	20,9	31,5	47,6
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti) ...	34,7	58,6	6,7	25,8	33,1	41,1
Totale.....	34,8	58,3	7,0	24,5	32,7	42,8
<i>per memoria:</i> Primo trimestre 2011.....	23,5	65,8	10,7	18,7	31,6	49,7
Quarto trimestre 2010.....	21,4	62,4	16,2	14,0	26,2	59,8
Terzo trimestre 2010.....	16,7	66,1	17,3	13,0	26,0	61,0
Secondo trimestre 2010.....	28,4	63,1	8,5	17,2	25,9	56,9

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d'Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio 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 (2008). – (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.

LUGLIO 2011

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**, di **Tecnoborsa** (Organizzazione del sistema delle Camere di Commercio per lo sviluppo e la regolazione dell'economia immobiliare) e dell'**Agenzia del Territorio**, 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.

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 2011**.
- 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 0418107676, telefax 0418122688, 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

Agenzia del Territorio largo Leopardi 5 00185 Roma – telefono 0647775270 – Fax 0647775440, e-mail: at_territorioinforma@agenziaterritorio.it

INFORMATIVA AI SENSI DEL D. LGS. 196/2003

Questa indagine è curata dalla Banca d'Italia, da Tecnoborsa e dall'Agenzia del Territorio 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, da Tecnoborsa e dall'Agenzia del Territorio 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 Questlab S.r.l.: Giuseppe Castiello, Via Ospedale 27, 30174 VENEZIA - MESTRE; per la Banca d'Italia: Servizio Studi di Congiuntura e Politica Monetaria, Via Nazionale 91, 00184 ROMA; per Tecnoborsa SCPA: Ettore Troiani, Via Capitan Bavastro 116, 00154 ROMA; per l'Agenzia del Territorio: Direttore Centrale Osservatorio Mercato Immobiliare e Servizi Estimativi, Largo Leopardi 5, 00185 ROMA.

Denominazione dell'impresa ... _____

Forma giuridica 1 2 3 4 5 6
SRL SPA SAS SNC Ditta individuale Altro (*)

(*) specificare:

Impresa è affiliata ad un gruppo? No 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):

NOTA GENERALE: Per *vendite o compravendite* si intendono gli incarichi a vendere portati a termine con successo dalla Sua agenzia, riferiti al momento dell'accettazione dell'offerta da parte del venditore ovvero alla stipula del contratto preliminare di vendita. 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 numero complessivo delle compravendite.

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

2. Consideri la situazione del mercato immobiliare nel solo territorio in cui opera l'agenzia: come la giudica nel trimestre aprile-giugno 2011 rispetto a quello precedente? Migliore Uguale Peggior

	Nel trimestre gennaio-marzo 2011	Nel trimestre aprile-giugno 2011
3. L'agenzia ha venduto abitazioni?	Si, solo abitazioni nuove __ Si, solo abitazioni preesistenti __ Si, abitazioni nuove ed preesistenti __ No __	Si, solo abitazioni nuove __ Si, solo abitazioni preesistenti __ Si, abitazioni nuove ed preesistenti __ No __

4.1 Rispetto al trimestre gennaio-marzo 2011, ci potrebbe dire se il numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia nel trimestre aprile-giugno 2011 è:
In diminuzione (oltre 10 %), All'incirca stabile |__| (tra -10 e + 10 %), In aumento |__| (oltre 10 %)

4.2 Rispetto invece al trimestre aprile-giugno 2010, ci potrebbe dire se il medesimo numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia nel trimestre aprile-giugno 2011 è:
In diminuzione (oltre 10 %), All'incirca stabile |__| (tra -10 e + 10 %), In aumento |__| (oltre 10 %)

	Nel trimestre gennaio-marzo 2011	Nel trimestre aprile-giugno 2011
5. Ci può ora indicare quante abitazioni ha venduto ?	Nuove __ Preesistenti __	Nuove __ Preesistenti __

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento (aprile-giugno 2011) , salti alla domanda A2

6. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre aprile-giugno 2011
CAP _____ COMUNE _____

7. Pensando alla tipologia abitativa che l'agenzia ha intermediato di più nel trimestre di riferimento, ci può indicare nel seguito le caratteristiche prevalenti di questi alloggi secondo... (una risposta per ciascuna riga)

7.1. ...la superficie (mq comm.li)	≤80 mq __	81-140 mq __	>140mq __
7.2 ...la disponibilità dell'immobile	Libero __	Affittato __	Nuda proprietà, usufrutto o altro __

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 2011**.

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 2011) __ mesi	nel trimestre precedente quello di riferimento (gennaio-marzo 2011) __ mesi
--	--	--

A2. Sulla base dell'esperienza della sua agenzia, saprebbe indicare quanti mesi intercorrono, in media, tra accettazione dell'offerta di acquisto da parte del proprietario e stipula del rogito? Numero di mesi

A3. Alla fine del trimestre di riferimento (**aprile-giugno 2011**) saprebbe indicare se il numero di incarichi a vendere ancora da evadere risulta, rispetto alla fine del trimestre precedente (gennaio-marzo 2011):
(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)

A4. 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)

A5. 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? (sceglierne al massimo tre)

- Molto inferiore
- Inferiore
- Uguale
- Superiore
- Molto superiore

- 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
- 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 2011), salti alla domanda B1.

A6. 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 2011).

	Rispetto al trimestre gennaio-marzo 2011	Rispetto a un anno fa
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:	<ul style="list-style-type: none"> • In forte diminuzione <input type="checkbox"/> • In diminuzione <input type="checkbox"/> • All'incirca stabile <input type="checkbox"/> • In aumento <input type="checkbox"/> • In forte aumento <input type="checkbox"/> 	
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:		
B1_1. Saprebbe anche indicare di quanto è cambiato questo prezzo di vendita in percentuale? (indicare anche il segno della variazione)	+/- <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.

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 2011 rispetto al trimestre di riferimento (aprile-giugno 2011)?

- In forte diminuzione
- In diminuzione
- All'incirca stabile
- In aumento
- In forte aumento

C1_1. Saprebbe anche indicare di quanto cambieranno questi prezzi di vendita in percentuale? <i>(indicare anche il segno della variazione)</i>	+/- __ __ , __ %
C2. Secondo le Sue aspettative, nel trimestre luglio-settembre 2011 ritiene che il numero dei <u>nuovi incarichi</u> a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, rispetto al trimestre di riferimento:	<ul style="list-style-type: none"> • 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 luglio-settembre 2011 rispetto al precedente?	<input type="checkbox"/> più sfavorevole <input type="checkbox"/> invariato <input type="checkbox"/> 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: <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