



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale
sul mercato delle abitazioni in Italia
Gennaio 2012

Nuova serie

Anno XXII - 20 Febbraio 2012

Numero

11

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 delle abitazioni 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, 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

Gennaio 2012

Nel quarto trimestre del 2011 si sono acuiti i segnali di debolezza del mercato immobiliare: a fronte di un aumento degli incarichi a vendere, nelle valutazioni degli agenti si sono allungati i tempi di vendita e ridotti i prezzi di mercato, comportando più ampi margini di sconto rispetto alle richieste iniziali dei venditori. È proseguito il peggioramento delle aspettative a breve sulle condizioni del mercato di riferimento degli agenti e di quello nazionale; per quest'ultimo, si è accentuato il pessimismo anche sulle prospettive di medio periodo.

1. Introduzione

Tra il 3 e il 24 gennaio 2012 si sono svolte le interviste della rilevazione relativa al quarto trimestre del 2011, cui hanno partecipato 1.522 agenti (Tavola 1), fornendo informazioni sull'attività di compravendita¹ e sui prezzi nel trimestre di riferimento (ottobre-dicembre 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 quarto trimestre del 2011 la quota di agenti che hanno segnalato una diminuzione dei prezzi rispetto al periodo precedente è ulteriormente cresciuta, al 66,5 per cento dal 51,2 della precedente indagine (Tavola 2 e Figura 1). L'incidenza di coloro che hanno indicato un aumento delle quotazioni ha continuato a collocarsi su livelli estremamente contenuti (meno dell'1 per cento); ne è derivato un nuovo peggioramento del saldo negativo tra le percentuali di risposte "in aumento" e "in diminuzione" (-65,9 punti contro -50,3 nel terzo trimestre dell'anno), più pronunciato nelle regioni del Mezzogiorno.

Compravendite – La quota di agenzie che negli ultimi mesi del 2011 hanno venduto almeno un immobile è aumentata a 72,1 per cento rispetto a 65,5 del precedente trimestre (Tavola 3) plausibilmente risentendo della componente stagionale, particolarmente rilevante nei mesi estivi; rispetto allo stesso periodo del 2010 è diminuita di circa tre punti percentuali. L'incremento congiunturale è stato particolarmente marcato nel Mezzogiorno (67,3 per cento, da 59,9) e nel Nord Ovest (75,3 per cento, da 67,0).

Incarichi a vendere – Nel quarto trimestre del 2011 il saldo tra risposte di aumento e di diminuzione rispetto al periodo precedente delle giacenze di incarichi a vendere è rimasto sostanzialmente invariato rispetto al sondaggio di ottobre, a 27,9 punti percentuali (Tavola 4). Circa le acquisizioni di nuovi incarichi, il saldo tra i giudizi di aumento e quelli di diminuzione si è ridotto a 10,3 punti percentuali (da 15,1 nella rilevazione precedente), in connessione soprattutto con gli andamenti osservati nelle aree non urbane.

In merito alle cause prevalenti di cessazione degli incarichi, è aumentata sensibilmente la percentuale di operatori che riporta difficoltà nel reperimento del mutuo da parte dei potenziali acquirenti (62,3 per cento contro 55,3 nell'inchiesta di ottobre; Tavola 5); rimane intorno ai due terzi, anche se in lieve diminuzione rispetto allo scorso trimestre (64,2 per cento, contro 65,7 nella rilevazione di ottobre) la quota di agenzie che segnalano l'assenza di proposte di acquisto a causa di prezzi percepiti come troppo elevati.

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

Trattative e tempi di vendita – Nel quarto trimestre del 2011 il margine di sconto dei prezzi di vendita rispetto alle richieste iniziali si è ampliato, al 13,7 per cento (12,5 nella precedente indagine; Tavola 6), principalmente per effetto della variazione riscontrata nelle aree urbane (13,8 per cento, dal 12,3). Il tempo medio di completamento dell'incarico si è allungato, a 7,6 mesi (7,1 nel sondaggio di ottobre; Tavola 7).

Modalità di finanziamento degli acquisti – La quota di acquisti di abitazioni effettuata con accensione di un mutuo ipotecario ha continuato a scendere, collocandosi al 63,7 per cento (da 67,1 nel terzo trimestre; Tavola 8). Il calo ha riguardato soprattutto le aree urbane (63,9 per cento, da 72,3).

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie – Il saldo percentuale tra giudizi “favorevoli” e “sfavorevoli” sulle attese a breve termine circa le condizioni del mercato di riferimento è fortemente peggiorato, collocandosi a -45,7 punti (da -22,3 nella rilevazione precedente; Tavola 9). Il saldo circa le attese dei nuovi incarichi a vendere, pur rimanendo positivo, è sceso a 11,2 punti, dopo il temporaneo rialzo nella scorsa rilevazione; si è intensificata la prevalenza di attese di calo dei prezzi nei prossimi mesi (68,0 per cento, da 50,8), insieme con una netta riduzione delle indicazioni di stazionarietà (31,1 per cento, da 47,4).

Le prospettive del mercato nazionale – La quota di agenti che riportano un peggioramento delle prospettive a breve del mercato nazionale è salita al 61,0 per cento (dal 43,1 della rilevazione precedente; Tavola 10). Il divario negativo fra giudizi favorevoli e sfavorevoli si è pertanto ampliato, portandosi a -57,3 punti percentuali (-36,3 in ottobre). Si è ulteriormente accentuato anche il saldo negativo tra le attese di miglioramento e peggioramento del mercato nazionale per i prossimi due anni (10,0 punti percentuali; erano 3,5 nella rilevazione precedente).

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 quarto trimestre del 2011, sono state condotte tra il 3 e il 24 gennaio 2012; su 3.982 agenti immobiliari contattati, 1.522 hanno partecipato al sondaggio, con un tasso di risposta del 38,2 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 che operano per conto terzi. Le informazioni sulla distribuzione della popolazione sono di fonte Istat, fornite per classe di addetti e provincia⁴.

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.

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 2009. Le imprese del campione operanti in conto proprio, che rappresentano circa il 7 per cento del campione, sono considerate autorappresentative.

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 campione⁵. 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 campione⁶.

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 2,6 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

⁵ 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.

⁶ 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.

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	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2
di cui: aree urbane.....	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7	2,8	2,8
di cui: aree non urbane.....	1,6	2,2	2,6	2,9	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
Nord Est	1,1	1,5	1,8	2,1	2,2	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6
di cui: aree urbane.....	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,2	3,3
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	2,2	2,4	2,6	2,7	2,7	2,8	2,8
di cui: aree urbane.....	1,5	2,0	2,4	2,7	2,9	3,1	3,2	3,3	3,4	3,4
di cui: aree non urbane.....	2,1	3,0	3,5	3,9	4,3	4,5	4,7	4,8	4,9	4,9
Sud e Isole.....	1,1	1,5	1,8	2,0	2,1	2,3	2,4	2,4	2,5	2,5
di cui: aree urbane.....	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,9	3,0	3,1	3,1	3,1
di cui: aree non urbane.....	1,7	2,3	2,8	3,1	3,4	3,5	3,7	3,8	3,9	3,9
Per popolazione residente										
Aree urbane ⁽¹⁾	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6
Aree non urbane	0,9	1,2	1,5	1,6	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0
Aree metropolitane ⁽²⁾	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	2,0	2,0
Aree non metropolitane.....	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6
Totale.....	0,5	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	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

Andamento dei prezzi^(a)

(saldo tra giudizi di aumento e diminuzione nel mercato in cui opera l'agenzia)

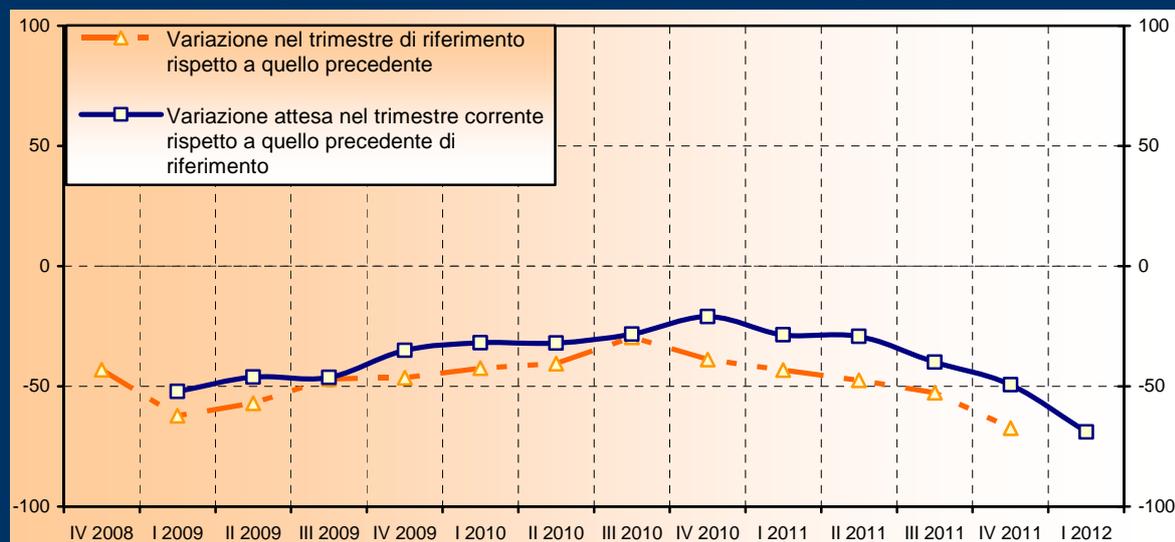


Figura 2

Condizioni del mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre corrente

(saldo tra giudizi favorevoli e sfavorevoli relativi al mercato in cui opera l'agenzia)^(b)



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

(a) 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 (2009). – (b) Le percentuali sono riferite alla media delle risposte per i singoli mercati locali.

Tavola 1 – Distribuzione del campione e dell’universo
 (unità, valori percentuali; trimestre di riferimento: ottobre -dicembre 2011)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie⁽¹⁾ (b)	frazione sondata (a)/(b) (percentuale)
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.	485	11.856	4,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	305	5.069	6,0
aree non urbane.....	180	6.787	2,7
Nord Est.....	356	6.952	5,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	212	2.149	9,9
aree non urbane.....	144	4.803	3,0
Centro.	306	7.888	3,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	205	3.459	5,9
aree non urbane.....	101	4.429	2,3
Sud e Isole.	375	4.929	7,6
di cui: aree urbane ⁽²⁾	216	1.492	14,5
aree non urbane.....	159	3.437	4,6
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	938	12.169	7,7
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	584	19.456	3,0
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	598	8.542	7,0
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	924	23.083	4,0
Totale	1.522	31.625	4,8

Fonte: Sondaggio congiunturale Banca d’Italia-Tecnoborsa-Agenzia del Territorio sul mercato delle abitazioni in Italia. (1) Istat-Asia (2009). La popolazione è composta dalle imprese operanti nell’intermediazione immobiliare per conto terzi. Le imprese del campione operanti nell’intermediazione immobiliare per conto proprio, considerate autorappresentative, sono aggiunte alla popolazione. – (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: ottobre -dicembre 2011)

	Andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	stabile	in aumento
Per ripartizioni geografiche			
Nord Ovest.....	62,9	36,2	0,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	59,6	39,2	1,2
aree non urbane.....	65,5	33,9	0,6
Nord Est.....	70,0	29,3	0,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	66,2	33,1	0,7
aree non urbane.....	71,7	27,5	0,7
Centro.....	63,8	36,2	0,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	65,6	34,4	0,0
aree non urbane.....	62,4	37,6	0,0
Sud e Isole.....	74,7	24,2	1,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	74,5	25,2	0,3
aree non urbane.....	74,8	23,8	1,4
Per popolazione residente			
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	64,3	35,1	0,7
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	68,0	31,4	0,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	62,3	37,0	0,8
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	68,1	31,3	0,6
Totale.....	66,5	32,8	0,6
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011.....			
Secondo trimestre 2011.....	51,2	47,9	0,9
Primo trimestre 2011.....	46,8	51,9	1,3
Quarto trimestre 2010.....	44,2	54,2	1,6
Quarto trimestre 2010.....	40,0	57,9	2,0

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 2011)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:		
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti
Per ripartizioni geografiche				
Nord Ovest.....	75,3	4,4	48,9	22,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	75,6	4,9	57,9	12,8
aree non urbane.....	75,1	4,0	42,2	28,9
Nord Est.....	74,9	7,0	43,4	24,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	74,3	9,9	42,1	22,3
aree non urbane.....	75,2	5,7	44,0	25,5
Centro.....	67,8	4,5	42,4	20,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	66,0	3,4	51,7	10,9
aree non urbane.....	69,1	5,4	35,1	28,7
Sud e Isole.....	67,3	3,2	50,3	13,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	68,5	4,2	49,8	14,5
aree non urbane.....	66,8	2,8	50,6	13,4
Per popolazione residente				
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	71,8	5,3	52,4	14,2
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	72,3	4,5	42,5	25,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	71,9	4,0	56,7	11,2
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti).....	72,2	5,1	42,5	24,6
Totale.....	72,1	4,8	46,3	21,0
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011.....				
Secondo trimestre 2011.....	65,5	4,4	42,4	18,6
Primo trimestre 2011.....	69,3	4,8	44,1	20,4
Quarto trimestre 2010.....	69,3	4,7	42,7	21,9
Quarto trimestre 2010.....	75,3	6,5	45,8	23,0

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 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.	19,3	41,4	39,3	28,6	41,2	30,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	21,0	42,3	36,7	30,9	41,7	27,4
aree non urbane.....	18,0	40,7	41,3	26,9	40,9	32,1
Nord Est.....	12,5	42,7	44,9	20,6	42,5	37,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	11,4	52,7	35,9	18,7	54,4	26,9
aree non urbane.....	12,9	38,1	48,9	21,4	37,1	41,4
Centro.	13,9	39,1	47,1	22,4	38,7	38,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	16,1	42,5	41,3	28,4	40,5	31,1
aree non urbane.....	12,1	36,3	51,6	17,6	37,4	45,1
Sud e Isole.	15,9	36,2	47,9	23,9	39,3	36,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	19,3	40,0	40,7	24,8	40,0	35,2
aree non urbane.....	14,4	34,5	51,0	23,5	39,0	37,5
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	17,7	43,9	38,4	27,3	43,4	29,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	14,8	38,0	47,3	22,9	38,8	38,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	19,4	41,3	39,3	30,5	41,0	28,5
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti) ...	14,6	39,9	45,5	22,4	40,5	37,2
Totale	15,9	40,3	43,8	24,6	40,6	34,9
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011						
Secondo trimestre 2011	15,0	42,6	42,4	20,6	43,6	35,7
Primo trimestre 2011	15,6	45,6	38,8	22,3	43,3	34,4
Quarto trimestre 2010.....	15,3	43,5	41,1	20,6	38,0	41,4
Quarto trimestre 2010.....	17,5	48,3	34,1	18,8	46,7	34,5

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 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.....	49,8	19,2	65,7	23,5	59,9	2,4	7,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	51,1	18,2	66,3	17,9	59,6	2,4	7,0
aree non urbane.....	48,8	20,0	65,3	27,6	60,0	2,4	8,2
Nord Est.....	43,0	18,5	61,9	23,6	71,0	3,8	6,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	41,5	23,2	66,2	23,8	65,2	1,1	3,8
aree non urbane.....	43,6	16,4	60,0	23,6	73,5	5,0	7,2
Centro.....	52,3	24,2	67,3	24,0	53,4	4,6	4,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	55,3	28,7	69,9	18,7	43,8	2,2	3,8
aree non urbane.....	50,0	20,6	65,2	28,2	60,9	6,5	4,3
Sud e Isole.....	62,8	14,6	59,0	20,2	70,2	5,7	2,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	55,8	17,0	61,9	15,9	70,8	3,9	0,8
aree non urbane.....	65,7	13,5	57,8	22,1	69,9	6,4	3,6
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	51,2	21,9	66,8	18,9	57,5	2,3	4,7
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	50,8	18,1	62,6	25,8	65,3	4,7	6,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	53,3	21,7	66,6	17,5	54,7	2,6	5,3
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	50,0	18,8	63,3	25,2	65,1	4,2	5,8
Totale.....	50,9	19,6	64,2	23,1	62,3	3,8	5,7
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011.....							
Secondo trimestre 2011.....	54,5	22,3	65,7	21,8	55,3	2,8	4,3
Primo trimestre 2011.....	52,0	21,9	65,5	21,6	51,9	3,4	5,0
Quarto trimestre 2010.....	55,4	20,8	64,2	21,4	49,6	4,1	3,8
Quarto trimestre 2010.....	49,6	19,6	64,7	18,4	45,2	2,0	8,5

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 (2009). 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: ottobre-dicembre 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.....	2,2	11,7	52,9	23,6	8,8	0,8	13,6
di cui: aree urbane ⁽³⁾	2,1	12,8	51,0	26,3	7,1	0,8	13,7
aree non urbane.....	2,3	10,9	54,3	21,7	10,1	0,8	13,5
Nord Est.....	0,8	9,1	49,7	31,3	7,9	1,3	12,5
di cui: aree urbane ⁽³⁾	0,5	10,0	46,9	32,4	8,1	2,1	12,3
aree non urbane.....	1,0	8,7	50,9	30,8	7,7	1,0	12,6
Centro.....	1,1	12,6	47,4	29,5	8,5	0,9	13,1
di cui: aree urbane ⁽³⁾	2,5	12,5	51,3	28,6	5,0	0,0	14,0
aree non urbane.....	.	12,7	44,4	30,2	11,1	1,6	12,4
Sud e Isole.....	5,1	23,5	52,0	13,6	3,8	2,1	16,6
di cui: aree urbane ⁽³⁾	2,1	27,2	44,4	19,4	5,1	1,8	15,8
aree non urbane.....	6,5	21,8	55,4	10,9	3,3	2,2	16,9
Per popolazione residente							
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽³⁾	1,9	13,9	49,5	27,2	6,5	1,0	13,8
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	2,1	12,5	51,5	24,1	8,6	1,2	13,6
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽⁴⁾	2,3	13,9	50,4	26,1	6,6	0,7	13,9
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	2,0	12,7	50,8	25,0	8,2	1,3	13,6
Totale.....	2,0	13,0	50,7	25,3	7,8	1,1	13,7
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011.....							
Secondo trimestre 2011.....	2,9	11,1	32,7	37,7	13,9	1,7	12,5
Primo trimestre 2011.....	2,7	8,5	38,5	36,9	11,7	1,7	12,1
Quarto trimestre 2010.....	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

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 (2009). – (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: : ottobre-dicembre 2011)

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

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 2011)

	Percentuale di acquisti finanziati con mutuo	Rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Per ripartizioni geografiche		
Nord Ovest.	62,4	68,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	61,2	63,7
aree non urbane.....	63,2	71,3
Nord Est.....	62,5	66,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	65,5	65,3
aree non urbane.....	61,1	66,7
Centro.....	66,2	64,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	66,3	61,9
aree non urbane.....	66,2	66,7
Sud e Isole.....	65,8	67,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	66,7	69,7
aree non urbane.....	65,3	66,4
Per popolazione residente		
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	63,9	64,3
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti).....	63,6	68,5
Aree metropolitane (meno di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	64,4	63,7
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti)	63,5	68,1
Totale.....	63,7	66,9
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011		
Secondo trimestre 2011	67,1	67,6
Primo trimestre 2011	72,6	73,0
Quarto trimestre 2010.....	70,6	71,5
Quarto trimestre 2010.....	72,6	71,3

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 2011; trimestre in corso: gennaio-marzo 2012)*

	Condizioni attese nel mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre in corso			Numero atteso di nuovi incarichi a vendere nel trimestre in corso rispetto a quello di riferimento			Livello atteso dei prezzi nel trimestre in corso rispetto a quello di riferimento ⁽²⁾		
	sfavorevoli	normali	favorevoli	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore
Per ripartizioni geografiche									
Nord Ovest	57,7	32,1	10,1	22,0	49,2	28,8	63,5	35,8	0,7
di cui: aree urbane ⁽³⁾	59,9	32,1	8,0	19,2	53,3	27,4	65,2	34,8	0,0
aree non urbane.....	56,1	32,2	11,7	24,0	46,2	29,8	62,2	36,6	1,2
Nord Est.....	56,8	36,8	6,4	18,1	55,5	26,4	66,5	33,5	0,0
di cui: aree urbane ⁽³⁾	58,5	35,2	6,4	13,8	61,5	24,6	67,7	32,3	0,0
aree non urbane.....	56,1	37,6	6,4	20,0	52,8	27,2	66,0	34,0	0,0
Centro.....	50,8	39,1	10,1	17,6	54,3	28,1	69,1	29,7	1,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	50,3	37,5	12,1	20,3	53,6	26,1	70,8	26,5	2,6
aree non urbane.....	51,1	40,4	8,5	15,4	55,0	29,7	67,8	32,2	0,0
Sud e Isole	52,9	37,1	10,0	14,4	44,7	40,9	79,2	18,7	2,1
di cui: aree urbane ⁽³⁾	48,9	32,7	18,5	19,9	46,4	33,7	75,4	22,5	2,1
aree non urbane.....	54,6	39,0	6,4	12,1	44,0	43,9	80,9	17,0	2,1
Per popolazione residente									
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽³⁾ ...	55,5	34,3	10,2	18,7	54,0	27,3	68,5	30,5	1,0
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	54,7	36,6	8,7	18,9	49,4	31,6	67,7	31,5	0,8
Aree metropolitane (più di 500 mila abit.) ⁽⁴⁾	55,4	35,6	8,9	20,3	53,6	26,1	68,7	30,3	1,1
Aree non metropolitane (meno di 500 mila)	54,9	35,7	9,4	18,3	50,3	31,4	67,8	31,4	0,8
Totale ⁽⁵⁾	55,0	35,7	9,3	18,8	51,2	30,0	68,0	31,1	0,9
<i>per memoria: Terzo trimestre 2011</i>									
Secondo trimestre 2011	36,8	48,6	14,5	14,9	53,6	31,5	50,8	47,4	1,8
Primo trimestre 2011	34,9	52,7	12,4	21,8	52,5	25,7	43,0	55,1	1,9
Quarto trimestre 2010.....	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

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 (2009). – (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: ottobre-dicembre 2011; trimestre in corso: gennaio-marzo 2012)

	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.	61,6	34,6	3,8	39,5	29,8	30,7
di cui: aree urbane ⁽²⁾	61,6	34,2	4,2	34,0	31,9	34,1
aree non urbane.....	61,5	34,9	3,5	43,6	28,2	28,2
Nord Est.....	62,0	35,3	2,7	44,4	30,9	24,6
di cui: aree urbane ⁽²⁾	62,7	33,4	3,9	37,8	28,9	33,2
aree non urbane.....	61,7	36,1	2,1	47,4	31,9	20,7
Centro.....	59,4	36,6	4,0	39,0	28,9	32,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	57,7	35,7	6,5	36,2	25,9	37,9
aree non urbane.....	60,6	37,3	2,1	41,1	31,1	27,8
Sud e Isole.	61,0	34,6	4,4	38,1	28,1	33,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	55,2	38,6	6,2	26,8	26,1	47,1
aree non urbane.....	63,5	32,9	3,6	42,8	29,0	28,3
Per popolazione residente						
Aree urbane (più di 250 mila abitanti) ⁽²⁾	59,9	35,0	5,0	34,4	29,0	36,6
Aree non urbane (meno di 250 mila abitanti)	61,7	35,4	2,9	43,8	29,9	26,3
Aree metropolitane (più di 500 mila abitanti) ⁽³⁾	59,6	35,7	4,6	33,9	30,7	35,4
Aree non metropolitane (meno di 500 mila abitanti) ...	61,6	35,1	3,4	42,5	29,1	28,3
Totale.	61,0	35,3	3,7	40,2	29,6	30,2
<i>per memoria:</i> Terzo trimestre 2011	43,1	50,2	6,8	35,8	31,9	32,3
Secondo trimestre 2011	34,8	58,3	7,0	24,5	32,7	42,8
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

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 (2009). – (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.

C. Questionario

Denominazione dell'impresa _____			
Forma giuridica: <input type="checkbox"/> SRL <input type="checkbox"/> SPA <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> SNC <input type="checkbox"/> Ditta individ. <input type="checkbox"/> Altro (*)			
(*) specificare: _____			
Impresa è affiliata ad un gruppo? <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sì; nome del gruppo.....			
<i>(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):</i>			
Nel corso degli ultimi 12 mesi la sua agenzia ha operato prevalentemente in:		<input type="checkbox"/> Compravendita di beni immobili propri <input type="checkbox"/> Compravendita di beni immobili per conto terzi	
Nel corso degli ultimi 12 mesi la sua agenzia ha operato nella locazione di immobili?		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sì	
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 ottobre-dicembre 2011 rispetto a quello precedente?		<input type="checkbox"/> Migliore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Peggiore	
3. L'agenzia ha venduto abitazioni?	Nel trimestre luglio-settembre 2011		Nel trimestre ottobre-dicembre 2011
	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 _
4.1 Rispetto al trimestre luglio-settembre 2011 , ci potrebbe dire se il numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia nel trimestre ottobre-dicembre 2011 è:			
<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10 %) <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -10 e + 10 %) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10 %)			
4.2 Rispetto invece al trimestre ottobre-dicembre 2010 , ci potrebbe dire se il medesimo numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia nel trimestre ottobre-dicembre 2011 è:			
<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10 %) <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -10 e + 10 %) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10 %)			
5. Ci può ora indicare quante abitazioni ha venduto ?	Nel trimestre luglio-settembre 2011		Nel trimestre ottobre-dicembre 2011
	Nuove _____	Preesistenti _	Nuove _____ Preesistenti _
Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento (ottobre-dicembre 2011), salti alla domanda A2			
6. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre ottobre-dicembre 2011	CAP _ _ _ _ _ _ _	COMUNE _____	
7. Pensando alla tipologia abitativa che l'agenzia ha <u>intermediato di più</u> 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 COMPRVENDITE			
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 <u>trimestre di riferimento</u> , che per questa indagine è il periodo ottobre-dicembre 2011 .			
A1. Pensando al complesso delle abitazioni vendute dall'agenzia nel trimestre di riferimento e nel trimestre precedente, 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 (ottobre-dicembre 2011)		nel trimestre precedente quello di riferimento (luglio-settembre 2011)
	_ mesi		_ 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 (ottobre-dicembre 2011) saprebbe indicare se il <u>numero di incarichi</u> a vendere <u>ancora da evadere</u> risulta, rispetto alla fine del trimestre precedente (luglio-settembre 2011): <i>(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)</i>	<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore		

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: <i>(riferire la risposta solo agli incarichi acquisiti durante il trimestre di riferimento, includendo anche quelli eventualmente già evasi)</i>		<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore
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? <i>(sceglierne al massimo tre)</i>	<input type="checkbox"/> Le offerte ricevute sono state ritenute troppo basse dal venditore <input type="checkbox"/> Aspettative di prezzi più elevati in futuro hanno indotto i proprietari ad attendere <input type="checkbox"/> Non sono state ricevute offerte perché il prezzo è stato ritenuto troppo alto dall'acquirente <input type="checkbox"/> E' trascorso troppo tempo da quando l'appartamento è stato collocato sul mercato <input type="checkbox"/> L'acquirente ha incontrato difficoltà nel reperire il mutuo <input type="checkbox"/> Sono sopraggiunte difficoltà del venditore (pignoramenti, separazioni, ecc.) <input type="checkbox"/> Altro (specificare: _____)	
Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre di riferimento (ottobre-dicembre 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 (ottobre-dicembre 2011).		
	Rispetto al trimestre luglio-settembre 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: 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:	<input type="checkbox"/> 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	
B1.1 Saprebbe anche indicare di quanto è cambiato questo prezzo di vendita in percentuale? <i>(indicare anche il segno della variazione)</i>	+/- __ __ , __ %	+/- __ __ , __ %
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% <input type="checkbox"/> Tra 20-30% <input type="checkbox"/> Tra 10-20% <input type="checkbox"/> Tra 5 e 10% <input type="checkbox"/> Meno del 5% <input type="checkbox"/> Uguale (o superiore) <input type="checkbox"/>	
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 gennaio-marzo 2012 rispetto al trimestre di riferimento (ottobre-dicembre 2011)?	<input type="checkbox"/> In forte diminuzione <input type="checkbox"/> In diminuzione <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento <input type="checkbox"/> 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 gennaio-marzo 2012 ritiene che il numero dei <u>nuovi incarichi</u> a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, rispetto al trimestre di riferimento:	<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> All'incirca lo stesso <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore	
C3. Consideri la situazione del mercato immobiliare nel solo territorio in cui opera l'agenzia : come sarà l'andamento nel trimestre gennaio-marzo 2012 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

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