

## **L'INDAGINE TECNOBORSA 2005: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE NELLE SEI GRANDI CITTA' - TRANSAZIONI**

a cura di Alice Ciani

Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** - CSEI

con il contributo di Giorgio Gobbi

Banca d'Italia - Servizio Studi

**La prima indagine sulle sei grandi città italiane con un taglio sociologico per quanto riguarda le motivazioni e le scelte delle famiglie italiane e un commento sugli aspetti finanziari**

### **1. Introduzione**

**Tecnoborsa**, attraverso il suo Centro Studi sull'Economia Immobiliare, ha voluto anche quest'anno portare avanti la propria attività di monitoraggio e analisi sul rapporto tra le famiglie italiane e il mercato immobiliare, che conferma un *trend* positivo; infatti, nel 2004 il settore residenziale, con 804.126 transazioni complessive, ha raggiunto il volume massimo del quinquennio 2000-2004, con una crescita rispetto al 2003 pari al 5,5% e del 15% rispetto al 2000, anche se il maggiore incremento delle compravendite si riscontra nei comuni di provincia rispetto ai capoluoghi<sup>1</sup>. Proprio per il differenziale che esiste tra piccoli e grandi centri si è deciso di focalizzare l'Indagine 2005, a differenza di quanto fatto nelle due indagini nazionali precedenti<sup>2</sup>, sulle sei maggiori città italiane (comuni con almeno 500.000 persone residenti): Roma, Milano, Napoli, Torino, Palermo e Genova; inoltre, i grandi comuni sono anche i mercati più vivaci, dal momento che vi risiede il 12,2% del totale della popolazione italiana e i nuclei familiari ivi residenti sono pari al 13,1% del totale nazionale. Infine, le grandi città rappresentano l'11,5% dello *stock* abitativo del Paese (oltre 3 milioni di abitazioni) e ben il 13,3% del numero delle transazioni nette (NTN). Il numero delle abitazioni occupate è pari al 13,2% del totale nazionale, mentre quello delle abitazioni non occupate è pari al 4,8%. L'incidenza media di abitazioni

---

<sup>1</sup> Rapporto Immobiliare 2005, Agenzia del Territorio.

<sup>2</sup> Cfr. "QEI – Quaderni di Economia Immobiliare – Periodico semestrale di **Tecnoborsa**", N. 0, Gennaio/Giugno 2003 e N.4, Gennaio/Giugno 2005.

occupate da persone residenti è pari al 90% rispetto alla media italiana del 79,3%<sup>3</sup>.

Anche nell'Indagine 2005 - come nelle due precedenti indagini nazionali - sono state analizzate le transazioni in termini di compravendite e locazioni effettuate dalle famiglie nei due anni precedenti la rilevazione (2003-2004) e in termini previsionali per i due anni successivi (2005-2006), continuando a mantenere una specifica attenzione alle motivazioni che hanno spinto o che spingono una famiglia ad acquistare e/o vendere un'abitazione e il ricorso ai mutui da parte di coloro che hanno acquistato.

Tuttavia, in questa nuova Indagine si sono voluti analizzare, per la prima volta, anche tre nuovi temi: le qualità specifiche dell'immobile che influiscono maggiormente nell'acquisto o nella vendita di un bene immobiliare; le caratteristiche richieste per un bene acquistato o venduto (ubicazione, dotazioni, dimensioni, etc.); infine, il grado di soddisfazione da parte di chi ha acquistato.

## **2. Le transazioni immobiliari effettuate negli ultimi due anni**

Nel biennio 2003-2004 è emerso che ben il 18,5% degli intervistati ha effettuato almeno una transazione, cioè acquistato, venduto, preso in locazione, dato in locazione.

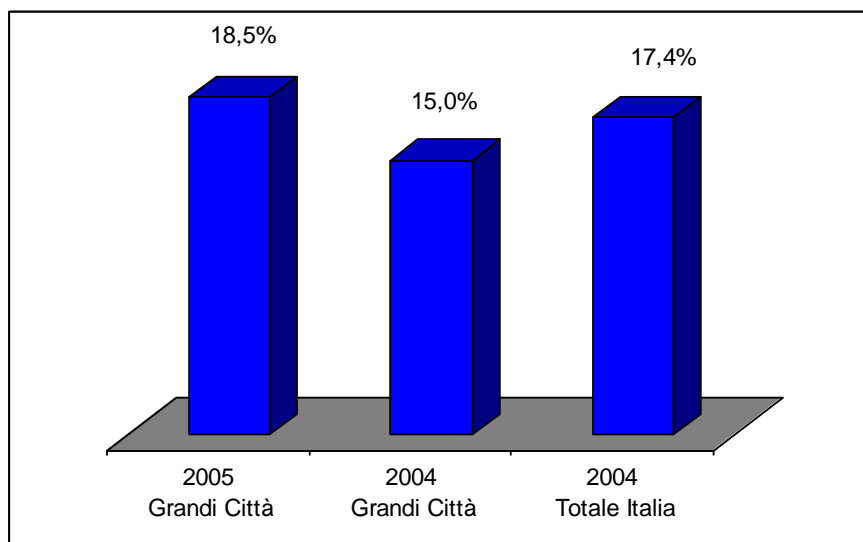
Mettendo a confronto l'Indagine attuale sui grandi comuni con quella nazionale del 2004, è emerso che è aumentata la quota di chi ha effettuato almeno una transazione immobiliare nelle grandi città. Infatti, nell'Indagine 2005 sono stati il 18,5% degli intervistati, mentre nel 2004, a livello nazionale, erano il 17,4% e si scendeva addirittura al 15% se si consideravano solo coloro che risiedevano nelle grandi città, ovvero nei comuni con più di 500mila persone residenti (*graf. 1*).

---

<sup>3</sup> 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, ISTAT 2001.

## GRAFICO 1

TRANSAZIONI EFFETTUATE: CONFRONTO INDAGINI 2004-2005  
(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Analizzando il profilo socio-demografico emerge che le famiglie più attive sono state quelle giovani-adulte (il cui capofamiglia ha meno di 45 anni), con un reddito ed un livello di istruzione medio-alti.

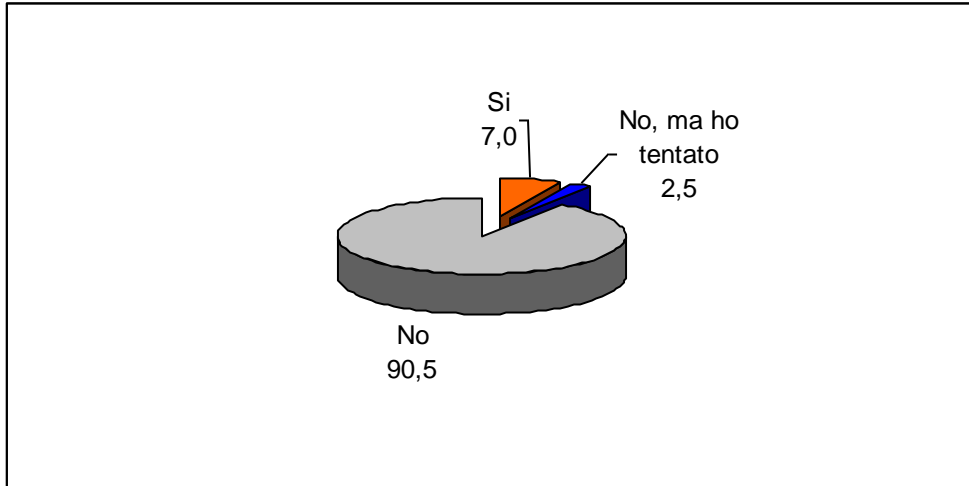
### 2.1. Le compravendite effettuate

Andando ad analizzare il comparto delle compravendite è emerso che il 7% degli intervistati ha acquistato un'abitazione nel biennio esaminato, mentre il 2,5% ha tentato ma senza successo (*graf. 2*).

## GRAFICO 2

### ACQUISTI EFFETTUATI

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Dal confronto dell'Indagine 2005 sulle sei grandi città italiane con l'Indagine 2004 sul totale Italia, si riscontra che il numero delle famiglie che hanno acquistato è aumentato lievemente (di soli 0,6 punti percentuali). Il rinnovato interesse verso l'acquisto di un'abitazione da parte delle famiglie italiane ha molte cause che rimandano, sostanzialmente, all'attuale maggior convenienza dell'acquisto rispetto all'affitto, visto il basso livello raggiunto dai tassi sui mutui. Analizzando il profilo degli acquirenti si conferma la centralità delle famiglie giovani-adulte in crescita: il soggetto protagonista resta, quindi, il nucleo familiare il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 ed i 44 anni, senza figli o con figli piccoli. Quanto al profilo economico, continuano ad emergere prevalentemente famiglie con un livello culturale alto o medio alto e con una buona situazione economica.

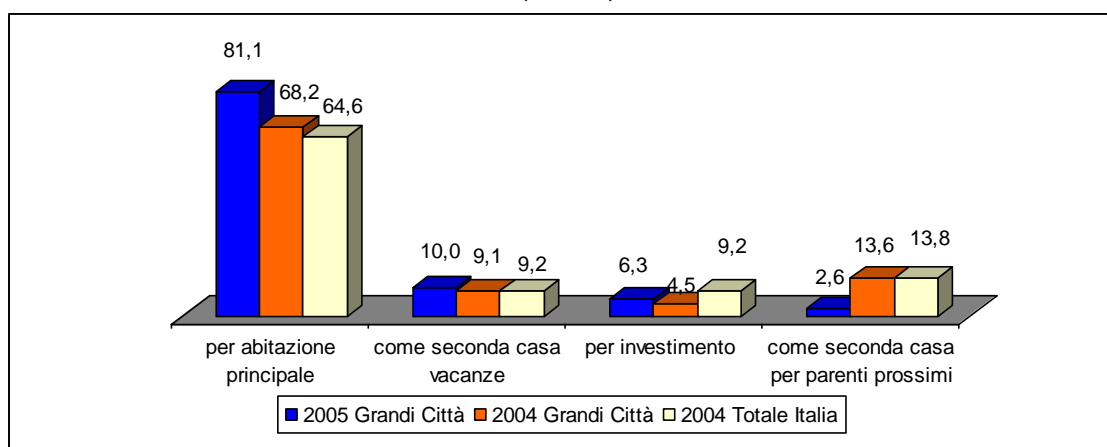
Come per le Indagini precedenti, chi ha comprato o tentato di comprare una casa lo ha fatto spinto dalla necessità di acquistare un'abitazione principale (81,1% di coloro che hanno acquistato o tentato di acquistare un immobile); quindi, chi acquista oggi lo fa prevalentemente per la necessità di avere una casa propria o per migliorare le proprie condizioni abitative. Al secondo posto

troviamo la motivazione come seconda casa vacanze (10%). Bassa, invece, la quota di chi acquista per investimento (6,3%) e molto bassa la percentuale di coloro che hanno acquistato una seconda casa per parenti prossimi (2,6%).

Dal confronto delle Indagini 2004 e 2005 per quanto riguarda l'utilizzo degli immobili acquistati, quello come abitazione principale continua ad essere prevalente, anzi, la percentuale nell'ultima rilevazione è salita rispetto alla precedente sia se si tiene conto del totale Italia, sia se si considerano solo le grandi città. Per quanto concerne il mercato delle seconde case, in generale quello delle vacanze tiene, mentre è in forte calo quello delle seconde case per parenti prossimi (che scende di circa 10 punti percentuali), dove pesa fortemente il caro-prezzi, unitamente alla perdita del potere di acquisto delle famiglie (*graf. 3*).

### GRAFICO 3

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE ACQUISTATO:  
CONFRONTO INDAGINI 2004-2005  
(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Il risultato è confermato dal fatto che gli intervistati che hanno cercato di acquistare un immobile senza riuscirvi affermano che tale insuccesso è dovuto ai prezzi eccessivi rispetto alle proprie disponibilità economiche (78%). Seguono, anche se con una percentuale nettamente inferiore, la difficoltà ad

ottenere finanziamenti adeguati alle esigenze della famiglia (12%); tipologie abitative non consone alle necessità (4%); scarsa offerta nella zona prescelta (2%).

Tra coloro che hanno acquistato o tentato di acquistare un'abitazione nel biennio considerato, i tre requisiti-base di chi compra oggi una casa per abitazione in una grande città italiana sono: prezzo (46,1%); dimensioni (41,6%); vicinanza al luogo di lavoro (23,4%); seguono *comfort*, qualità delle rifiniture, vicinanza ai parenti e tranquillità della zona, tutte a pari merito (16,2%). Mentre, tra gli aspetti che hanno pesato meno nella scelta dell'immobile, troviamo: ubicazione in zona centrale (14,3%); ubicazione in zona periferica (9,1%); vicinanza dei trasporti pubblici (8,4%); vicinanza di aree verdi (6,5%); facilità di parcheggio (5,2%); ubicazione in zona vicina alle principali vie di comunicazione (5,2%) ed, infine, ubicazione in zona in fase di riqualificazione (3,9%).

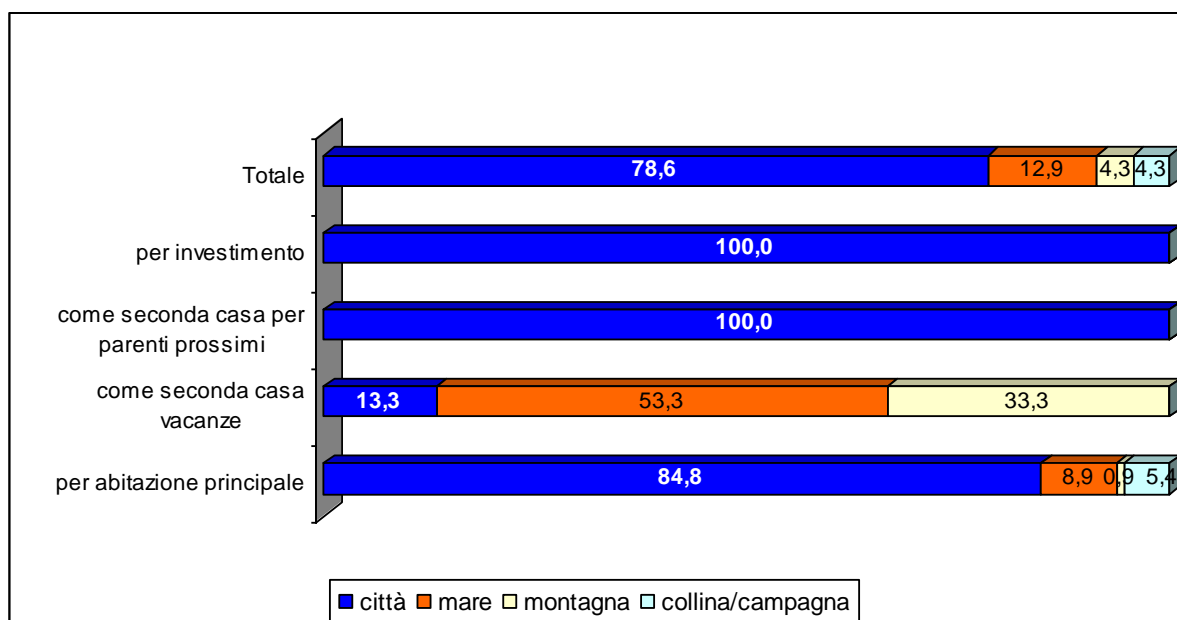
Per quanto riguarda la località è emerso che l'acquisto di abitazione in città è predominante rispetto alle altre aree geografiche (mare, montagna, collina/campagna), infatti, ha interessato il 78,6% delle famiglie acquirenti.

Tale percentuale sale all'84,8% se si analizzano solo coloro che hanno acquistato un'abitazione principale e addirittura raggiunge il 100% se si considera solo chi ha acquistato una casa per parenti prossimi o per investimento; mentre il 53,3% di chi ha acquistato una casa per le vacanze lo ha fatto al mare ed il 33,3% in montagna (*graf.4*).

## GRAFICO 4

### UTILIZZO DELL'IMMOBILE ACQUISTATO PER AREA LOCALITA'

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Da un *focus* su coloro che hanno acquistato un'abitazione principale in città si è rilevato che il 33,7% l'ha acquistata in centro, il 34,7% in semi-periferia e il 25,3% in periferia; mentre solo il 6,3% al di fuori del nucleo urbano.

Infine, per quanto riguarda l'ubicazione dell'immobile rispetto al comune di residenza dell'acquirente, è emerso che ben l'82,9% di chi acquistato casa negli ultimi due anni lo ha fatto all'interno del comune in cui risiede.

Andando ad analizzare solo coloro che hanno acquistato un'abitazione principale è emerso che l'8% di essi l'ha comprata al di fuori del comune di residenza; in particolare: il 4,5% in un'altra città, lo 0,9% in una località di mare, lo 0,9% in una località di montagna ed il restante 1,8% in collina/campagna.

Passando ad analizzare le caratteristiche degli immobili che sono stati acquistati nel biennio 2003-2004, si è riscontrato che il taglio più richiesto è il trilocale (38,6%), specialmente tra i nuclei familiari formati da 3 o 4 persone il cui capofamiglia ha tra i 45 e i 64 anni. Abbastanza rilevante anche la richiesta

del bilocale (30%), in particolar modo tra coppie giovani (25-34 anni) senza figli. Mentre i quadrilocali sono richiesti dal 17% delle famiglie, prevalentemente da nuclei familiari numerosi (più di 4 persone) con una situazione economica medio alta (imprenditori, liberi professionisti). Bassa, invece, la richiesta di monolocali (5,7%) e di abitazioni con più di 5 vani (8,6%).

Per quanto concerne, invece, la superficie degli immobili, si è riscontrato che gli appartamenti più acquistati sono stati quelli con superficie medio-piccola (36-70 mq) e media (71-100 mq); i primi sono richiesti principalmente da persone giovani (18-34 anni) che vivono sole; mentre i secondi sono preferiti, prevalentemente, da nuclei familiari composti da 3 persone con un reddito medio-alto (dirigenti e quadri). E' bene tener presente che nelle abitazioni di grandezza media (80-90 mq) vivono ben il 26,9% dei residenti, che la superficie media delle abitazioni occupate da persone residenti in Italia è di 96 mq e nelle sei grandi città è di circa 84 mq<sup>4</sup> (dalla nostra Indagine è emerso che la superficie media degli immobili acquistati è di 83,5 mq).

Per quanto riguarda lo stato dell'immobile, non si riscontrano notevoli differenze, dal momento che le percentuali sono abbastanza allineate, anche se è emersa una leggera prevalenza degli immobili non nuovi ma già ristrutturati: il 26,4% ha acquistato un immobile nuovo, il 38,6% uno ristrutturato ed il 35% uno da ristrutturare.

Dall'analisi della tipologia dell'immobile, invece, è emerso che il 93,6% degli acquisti si concentra sugli appartamenti: il 62,9% ai piani intermedi, il 22,9% al piano terra e solo il 7,9% al piano attico. E' interessante sottolineare che nessuno degli intervistati ha acquistato una villa singola. L'appartamento al piano terra viene preferito dalle persone più mature (con oltre 55 anni), mentre l'attico viene scelto da famiglie più giovani (35-44 anni).

Sotto il profilo delle dotazioni degli immobili, ai primi posti troviamo i requisiti strutturali legati all'utilità quali: terrazza/balcone (54,3%), preferiti da coppie con figli; box/posto auto riservato (50,7%) - ed è bene ricordare che in Italia il 68%

---

<sup>4</sup> 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, ISTAT 2001.



delle abitazioni occupate da residenti hanno un posto auto<sup>5</sup>; ascensore condominiale (50,7%), presente prevalentemente in abitazioni acquistate da coppie mature o da coppie giovani con figli piccoli; cantina/soffitta (44,3%). Seguono altre dotazioni ritenute comode ma meno indispensabili, quali: giardino condominiale/cortile (40%), giardino di pertinenza (27,1%) e servizio di portierato (23,6%).

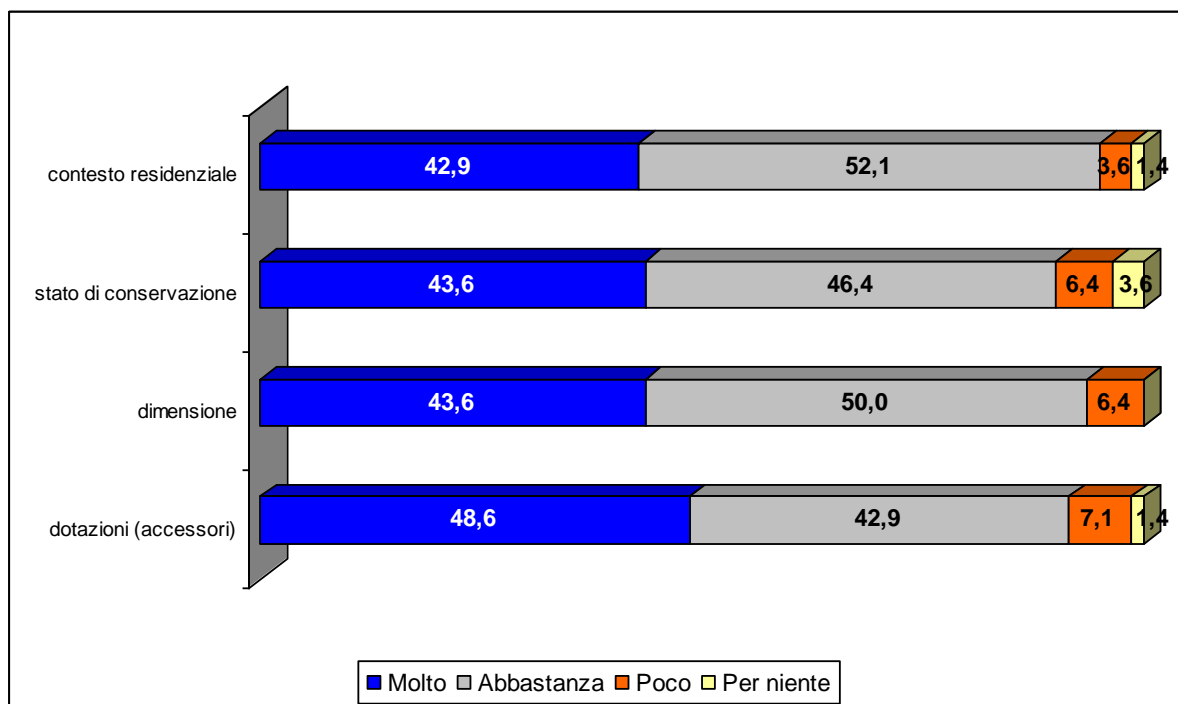
Complessivamente, emerge un buon grado di soddisfazione per le caratteristiche dell'immobile acquistato; ciò dipende dal fatto che l'acquirente-tipo italiano è un soggetto molto oculato e avvertito, visto che la scelta della casa è una scelta importante e viene, quindi, elaborata sulla base delle esigenze e delle priorità della famiglia. Infatti, solo per lo stato di conservazione si rilevano, nel 10% dei casi, dichiarazioni di insoddisfazione (poco/per niente soddisfatti), mentre è abbondantemente sopra il 90% il grado di soddisfazione (molto/abbastanza) per le altre caratteristiche dell'immobile (*graf. 5*).

---

<sup>5</sup> 14° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni, ISTAT 2001.

## GRAFICO 5

### GRADO DI SODDISFAZIONE NEI CONFRONTI DELL'IMMOBILE ACQUISTATO (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

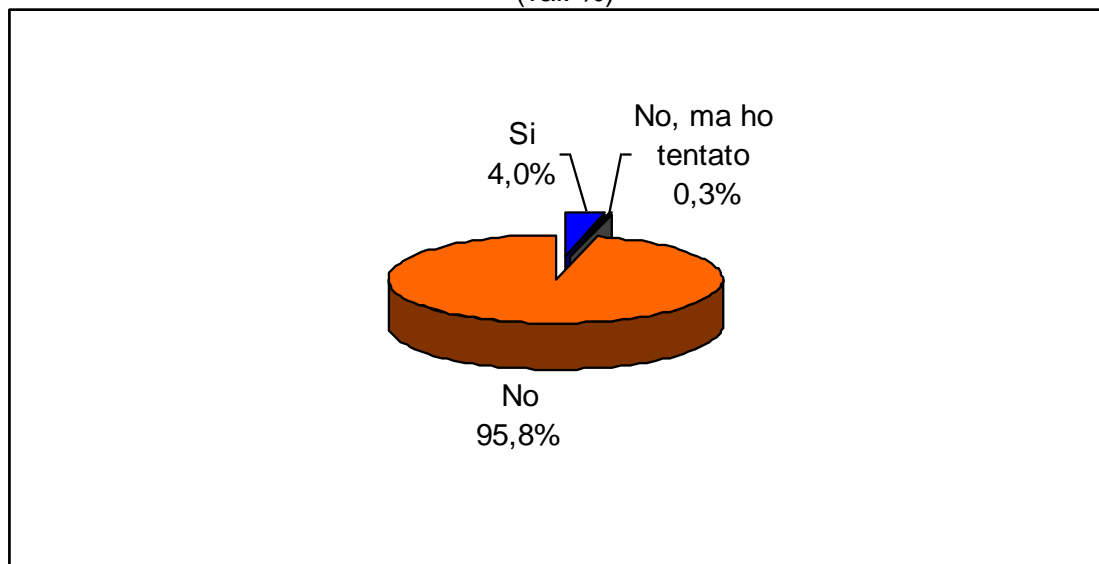
Spostando l'analisi su coloro che hanno venduto almeno un'abitazione nel biennio 2003-2004 si è riscontrato che sono stati il 4% degli intervistati. Il saldo rispetto al 7% degli acquirenti è riconducibile a chi ha acquistato da persone non residenti nei sei comuni presi in esame o da imprese/cooperative.

Dall'analisi del profilo socio-demografico si è riscontrato che hanno venduto una casa prevalentemente coppie giovani e giovani adulte (il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 e i 44 anni) senza figli, trasversali rispetto al titolo di studio e alla situazione professionale (*graf. 6*).

## GRAFICO 6

### VENDITE EFFETTUATE

(val. %)



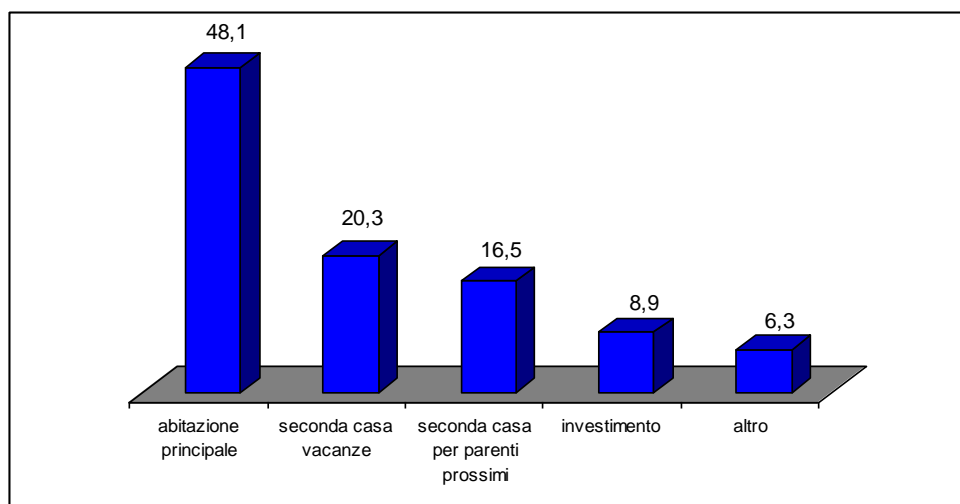
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Dal confronto con l'Indagine 2004 emerge che sono salite, di circa un punto percentuale, il numero delle famiglie che hanno venduto un'abitazione; infatti, erano il 2,9% in quella precedente sul totale Italia e il 3,1% se si prendono in considerazione solo le sei grandi città.

Le vendite avvenute hanno riguardato prevalentemente le abitazioni principali (48,1% di coloro che hanno venduto), mentre al secondo posto si collocano le seconde case vacanze (20,3%), al terzo posto si trovano le seconde case destinate a parenti prossimi (16,5%) ed, infine, solo l'8,9% ha venduto le abitazioni tenute come forma di investimento (*graf. 7*).

## GRAFICO 7

### PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE VENDUTO (val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

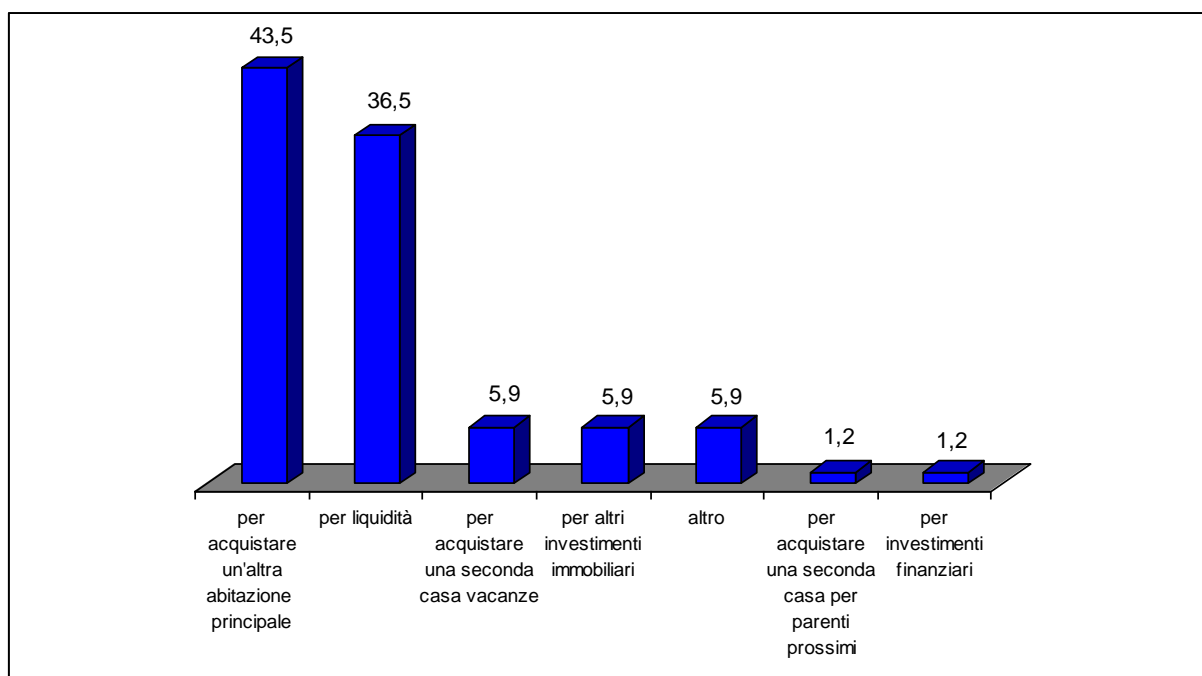
Le abitazioni principali sono state vendute prevalentemente da persone fra i 35 e i 64 anni con un livello di istruzione e un reddito alto; viceversa, le seconde case per parenti prossimi sono state vedute, in particolare, da pensionati.

Tra le motivazioni predominanti che inducono alla vendita di un'abitazione si rileva la sostituzione con un'altra abitazione principale (43,5%), specie tra i soggetti maturi e con una buona situazione economica. Rilevante è anche lo smobilizzo di ricchezza reale; infatti, ben il 36,5% vende per liquidità e il 5,9% ha venduto per acquistare una seconda casa vacanze. Va segnalato il 6% delle famiglie che speculano sulle compravendite, dato coerente con il risultato sugli acquisti. Infine, si rileva un 1,2% che ha venduto per acquistare una casa per parenti prossimi ed un ulteriore 1,2% che ha ceduto per effettuare investimenti finanziari; quest'ultimo dato conferma la ripresa degli investimenti in Borsa che si è registrata nell'ultimo anno (*graf. 8*).

## GRAFICO 8

### PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA

(val. %)

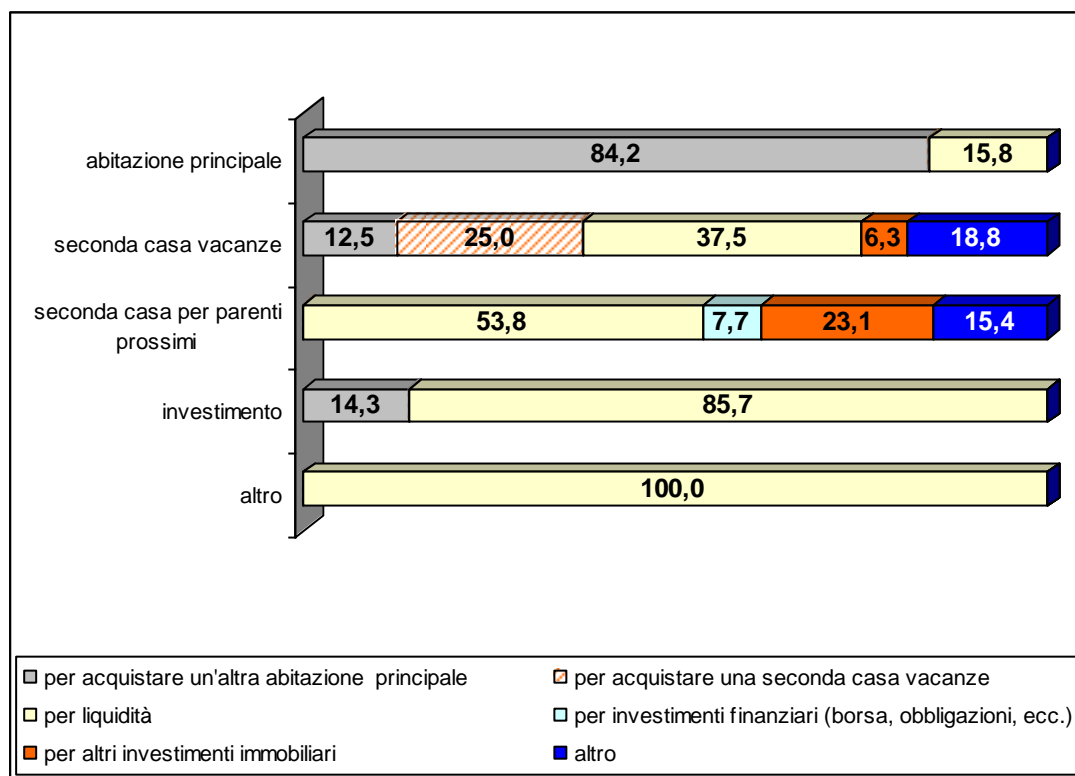


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Dall'incrocio tra il tipo di abitazione venduta ed il motivo della vendita è emerso che l'84,2% di coloro che hanno venduto un'abitazione principale l'hanno fatto per acquistare un'altra abitazione principale; mentre coloro che hanno ceduto altre tipologie di abitazione lo hanno fatto principalmente per bisogno di liquidità (graf. 9).

## GRAFICO 9

TIPO DI ABITAZIONE VENDUTA E PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA  
(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Tra le esigenze più rilevanti che inducono una famiglia alla sostituzione della prima casa c'è la necessità di spazi più ampi (35%) e più confortevoli (19%); viceversa, solo l'11% sceglie un'abitazione di dimensioni inferiori alla precedente e, a parità di punteggio, con spazi verdi nelle vicinanze. L'8,1% ha venduto per andare a vivere vicino a parenti prossimi, il 5,4% per vivere in zone più periferiche; a parità di punteggio (2,7%), seguono il desiderio di andare a vivere vicino al luogo di lavoro, vicino a servizi e/o aree commerciali e in zone più centrali. Per quanto concerne le caratteristiche, il 74,6% degli immobili venduti sono piccoli (fino a 70 mq) e medio piccoli (71-100 mq) e tale risultato è in linea con quanto riscontrato per gli acquisti. Il restante 25,4% delle famiglie hanno venduto immobili grandi e medio-grandi (oltre 101 mq). Le case piccole e

medio grandi vengono vendute prevalentemente da persone che vivono sole: nel primo caso, molto probabilmente, sono giovani che intendono acquistare un'abitazione più grande, mentre nel secondo caso sono persone rimaste sole, per diversi motivi, che decidono di passare ad alloggi più piccoli.

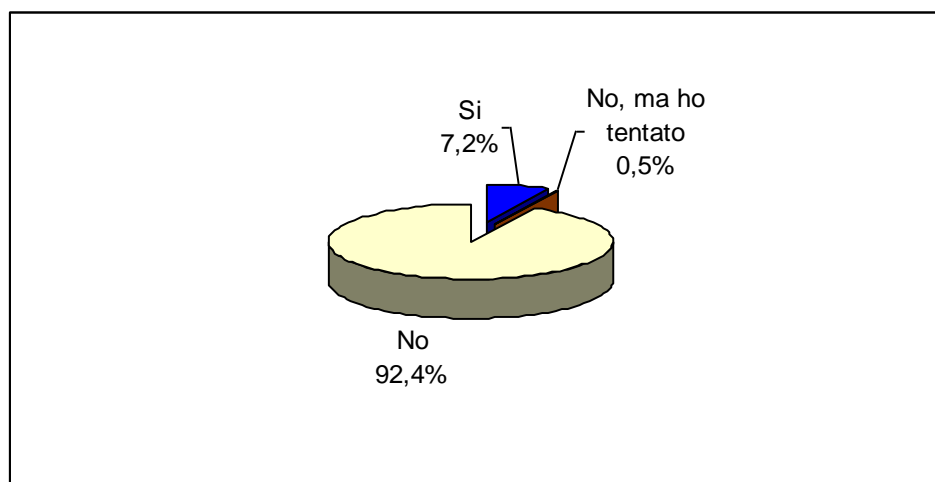
## 2.2. Le locazioni effettuate

Andando ad analizzare il mercato delle locazioni, è risultato che il 7,2% degli intervistati ha preso in affitto un immobile nel biennio considerato e le figure più attive sono state i giovani (18-34 anni) che vivono da soli, dove prevale senza dubbio il numero di studenti fuori sede, o coppie senza figli che prendono in locazione una casa per creare un nuovo nucleo familiare (*graf. 10*).

### GRAFICO 10

#### DOMANDA DI LOCAZIONE EFFETTUATA

(val. %)



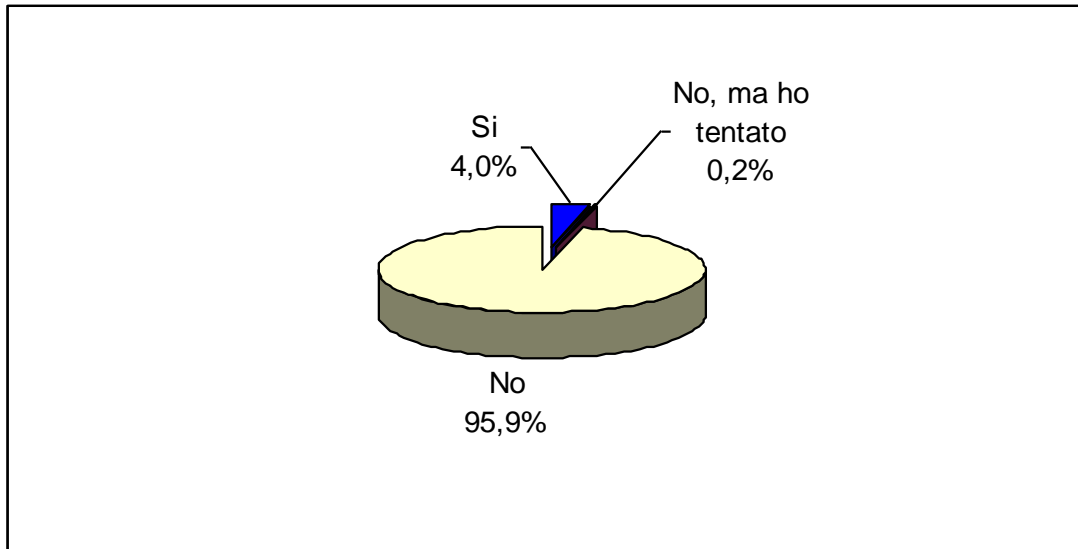
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Spostandoci dal lato dell'offerta, è emerso che il 4% degli intervistati ha concesso in locazione un bene negli ultimi due anni. Le case date in affitto provengono, prevalentemente, da persone con una buona situazione economica (imprenditori e liberi professionisti) che vedono nella casa una buona forma di investimento (*graf. 11*).

## GRAFICO 11

### OFFERTA DI LOCAZIONE EFFETTUATA

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Per quanto riguarda il divario tra la domanda e l'offerta sembrerebbe che parte dell'offerta sia composta da persone non residenti, da case di proprietà di enti e di imprese/società.

### 2.3. Il ricorso ai mutui

Tra coloro che hanno acquistato una casa, più del 60% ha dichiarato di aver fatto ricorso ad un finanziamento o ad un mutuo.

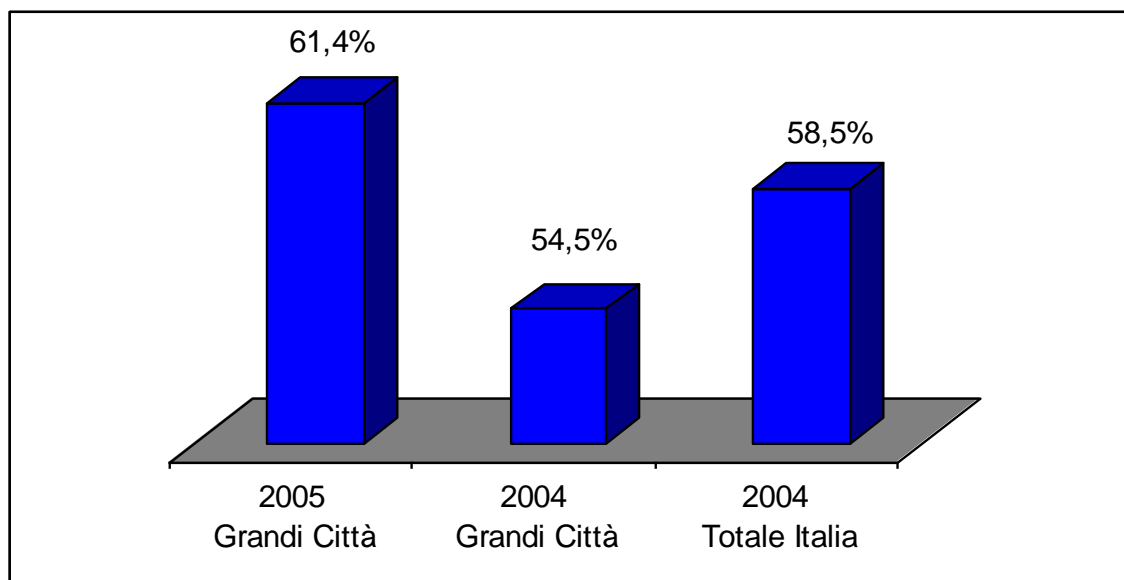
Si rivolgono agli istituti specializzati soprattutto famiglie giovani adulte (18-44 anni) con figli piccoli, che svolgono attività professionali di tipo impiegatizio (dirigente, quadro, insegnanti e impiegati). Continua ad aumentare il numero delle famiglie che ricorrono ad un mutuo per acquistare un'abitazione; in particolare, la percentuale sale di circa 3 punti se si confronta al dato relativo al totale Italia del 2004 e addirittura di 7 punti se rapportato solo alle grandi città (graf. 12).



## GRAFICO 12

FAMIGLIE CHE HANNO FATTO RICORSO AD UN MUTUO PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE: CONFRONTO INDAGINI 2004-2005

(val. %)

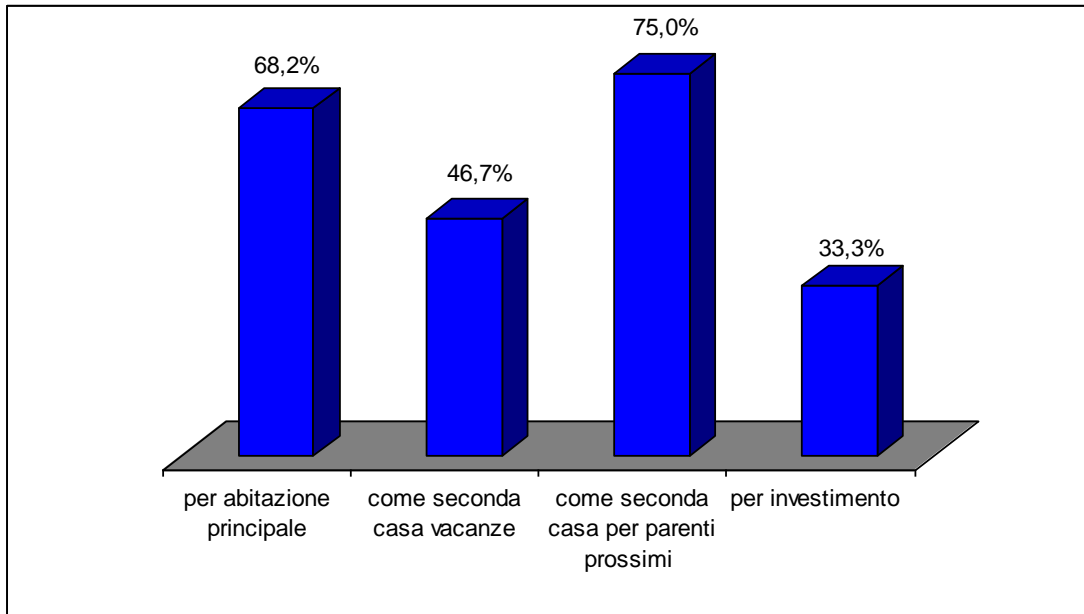


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Prevalentemente ricorrono ai mutui/finanziamenti il 75% di coloro che hanno acquistato una seconda casa per parenti prossimi e il 68,2% di coloro che hanno acquistato un'abitazione principale. Viceversa, risulta bassa la richiesta di un prestito per acquistare una casa per investimento (*graf. 13*).

### GRAFICO 13

#### PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE FACENDO RICORSO AD UN MUTUO (val. %)



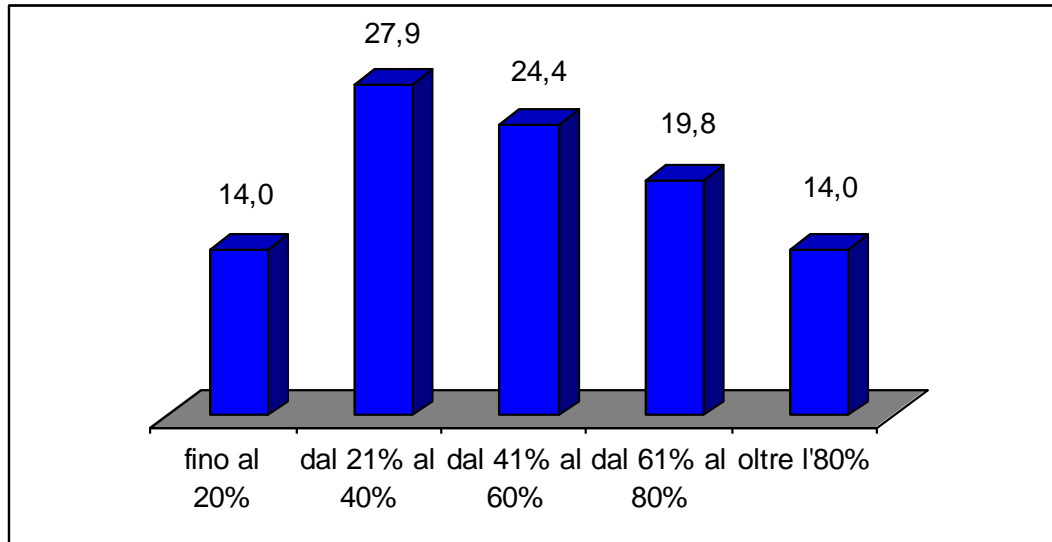
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Dal confronto con i risultati dell'indagine svolta nel 2004 sul totale Italia si riscontra che è aumentato il ricorso ai mutui, in particolare da parte di chi ha comprato le seconde case, mentre scende quella di chi ha acquistato una casa per investimento. Stabile la quota di coloro che sono ricorsi ad un mutuo per acquistare l'abitazione principale.

Circa il 72% di coloro che hanno acceso un mutuo ha preso un prestito compreso tra il 21% e l'80% del prezzo pagato per l'immobile (*graf. 14*).

## GRAFICO 14

PERCENTUALE DEL PREZZO DELL'IMMOBILE PAGATO ATTRAVERSO IL MUTUO  
(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

### 2.4. Cluster analysis

Da una lettura trasversale e complessiva dei dati sono emerse tre tipologie di acquirenti: le prime due riguardano coloro che hanno acquistato la prima casa, i primi tenendo conto solo del prezzo (49,3%), i secondi delle caratteristiche della stessa (22,9%); il terzo gruppo riguarda coloro che hanno acquistato una seconda casa per le vacanze (27,9%).

Il primo gruppo ha comprato la casa “*che si poteva permettere economicamente*”, accontentandosi; infatti, hanno contratto un mutuo elevato, oltre l'80% del prezzo del bene, si sono accontentati di dimensioni ridotte e dotazioni-base come balcone e ascensore, in zone periferiche, tenendo conto principalmente, oltre che del prezzo, dell'ubicazione (vicinanza al lavoro, ai parenti e ad aree commerciali). Si tratta per lo più di giovani diplomati che esercitano un lavoro dipendente non altamente retribuito, il cui grado di soddisfazione nei confronti del bene acquistato è piuttosto basso.

Il secondo gruppo, viceversa, ha potuto scegliere liberamente la casa che desiderava, senza dover tener conto del vincolo del prezzo, badando

maggiormente alle dimensioni, alla zona, al *comfort* e alla qualità delle finiture. Si tratta, infatti, di appartamenti grandi, su piani alti, superaccessoriati, in zone centrali o residenziali per il cui acquisto si è fatto ricorso a mutui tra il 20% e il 60%. In questo caso il grado di soddisfazione è decisamente elevato: gli acquirenti sono soggetti maturi, con titolo di istruzione alto, per lo più imprenditori e liberi professionisti.

Il terzo gruppo, infine, è costituito da coloro che hanno acquistato una seconda casa per le vacanze, ultratrentacinquenni, tutti lavoratori indipendenti, abbastanza soddisfatti del bene acquistato. Queste case vanno dall'appartamento alla villa, dal monocale ai cinque vani e più (*tav. 1*).

Per quanto riguarda le famiglie che hanno venduto, le vendite hanno riguardato le case per abitazione principale - il più delle volte per acquistarne un'altra, spinti dalla necessità di avere spazi più ampi e più confortevoli - mentre le seconde case sono state vendute soprattutto per bisogno di liquidità. Anche qui si ritrovano tre gruppi, distinti a partire dall'utilizzo della casa in questione e dalla motivazione che ha spinto alla vendita.

### TAVOLA 1

#### COLORO CHE HANNO ACQUISTATO: CLUSTER ANALYSIS (BIENNIO 2003-2004)

	<i>La casa che mi posso permettere (49,3%)</i>	<i>La casa che mi piace (22,9%)</i>	<i>La casa delle vacanze (27,9%)</i>
<b>PER QUALE UTILIZZO</b>	- Abitazione principale	- Abitazione principale	- Seconda casa vacanze
<b>ASPETTI CHE HANNO PESATO MAGGIORMENTE NELLA SCELTA DELL'ABITAZIONE PRINCIPALE</b>	- Prezzo idoneo - Comfort e qualità - Vicinanza al lavoro, a parenti prossimi, ad aree commerciali - Facilità di parcheggio - Tranquillità e silenzio	- Dimensione adatta - Comfort e qualità - Vicinanza ad aree verdi	
<b>TIPOLOGIA</b>	- Appartamento piano terra o piano intermedio	- Appartamento piano intermedio o attico	- Appartamento piano terra - Villa bifamiliare - Villa a schiera - Rustico/casale

<b>DOTAZIONI</b>	- Terrazzo/balcone - Ascensore	- Box/posto auto - Terrazza/balcone - Ascensore - Giardino di pertinenza - Servizio di portierato	- Giardino di pertinenza
<b>DIMENSIONE</b>	- Bilocale o trilocale - Da 36 a 100 mq	- 4 o 5 locali - oltre i 100 mq	- Monolocali o cinque vani e più - Fino a 70 mq
<b>UBICAZIONE</b>	- Comune di residenza dell'acquirente - Periferia o semi-periferia	- Comune di residenza dell'acquirente - Centro o periferia	- Fuori del comune di residenza dell'acquirente
<b>GRADO DI SODDISFAZIONE</b>	- Dimensione: poco - Contesto resid.: abbastanza - Dotazioni: poco - Stato di conservazione: poco	- Dimensione: molto - Contesto resid.: molto - Dotazioni: molto - Stato di conservazione: molto	- Dimensione: abbastanza - Contesto resid.: molto - Dotazioni: abbastanza - Stato di conservazione: abbastanza
<b>RICORSO AL MUTUO</b>	- Sì - Oltre l'80% del prezzo del bene	- Sì - Dal 20% al 60% del prezzo del bene	- No
<b>STRUTTURA SOCIO-DEMOGRAFICA DELL'ACQUIRENTE</b>	- 25-34 anni - Scuola media superiore - Dirigente, quadro; impiegato, insegnante; operaio - 1 o 2 componenti - Single, o monogenitore	- 45-54 anni; oltre i 64 anni - Laurea - Imprenditore, libero professionista; pensionato - Nucleo con oltre 4 componenti - Coppia con figli piccoli	- Oltre i 35 anni - Trasversale per istruzione - Imprenditore libero prof.; artigiano commerciante - Nucleo familiare con 3 componenti - Coppia con figli grandi

Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Il primo gruppo di chi ha venduto - il 44,3% - è costituito da coloro che hanno ceduto la propria abitazione principale per acquistarne un'altra più grande o più piccola, più confortevole, in prossimità di aree verdi. Dimensionalmente si tratta di appartamenti tra i 70 e i 100 mq e i soggetti che compongono il gruppo sono trasversali rispetto all'età, sono diplomati e laureati, lavoratori dipendenti di alto livello o liberi professionisti ma anche operai, con o senza figli.

Per quanto riguarda coloro che hanno transato una seconda casa, il gruppo più consistente rappresenta in generale il 46,8% di chi ha venduto e sono principalmente coloro che sono stati costretti a vendere per liquidità una seconda casa precedentemente acquistata per parenti prossimi o per investimento. Si tratta di ville o casali di varie tipologie oltre i 100 mq e i soggetti

in questione vanno dai 35 ai 44 anni ma superano anche i 64, hanno un livello di istruzione medio/medio-basso, sono artigiani, commercianti, impiegati, insegnanti o pensionati con un nucleo familiare ridotto ovvero coppie giovani senza figli o famiglie monogenitore.

L'ultimo gruppo – solo l'8,9% di chi ha venduto – ha ceduto la seconda casa vacanze per acquistarne un'altra migliore come ubicazione o come caratteristiche. Il taglio rientra nei 100 mq, sono ultraquarantacinquenni, laureati, che svolgono attività ben retribuite e hanno figli piccoli (tav. 2)

## TAVOLA 2

### COLORO CHE HANNO VENDUTO: CLUSTER ANALYSIS (BIENNIO 2003-2004)

	<i>Per una casa più bella in città (44,3%)</i>	<i>Per una nuova casa vacanze (8,9%)</i>	<i>Per bisogno di liquidità (46,8%)</i>
<b>UTILIZZO PRECEDENTE</b>	- Abitazione principale	- Seconda casa vacanze	- Seconda casa parenti prossimi - Casa per investimento
<b>PRINCIPALE MOTIVO DI VENDITA</b>	- Per acquistare un'altra abitazione principale	- Per acquistare un'altra abitazione per le vacanze	- Per liquidità
<b>TIPOLOGIA</b>	- Appartamento piano terra o piano intermedio	- Appartamento piano intermedio	- Villa singola - Villa bifamiliare - Villa a schiera - Rustico/casale
<b>ESIGENZE PIÙ RILEVANTI CHE INDUCONO UNA FAMIGLIA ALLA SOSTITUZIONE DELLA PRIMA CASA</b>	- Per avere una casa più grande - Per avere una casa più confortevole/più bella - Per avere una casa più piccola - Per essere più vicini ad aree verdi		
<b>DIMENSIONE</b>	- Da 70 a 100 mq.	- Fino a 100 mq.	- Oltre i 100 mq.

<b>STRUTTURA SOCIO-DEMOGRAFICA DELL'ACQUIRENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasversale rispetto l'età</li> <li>- Laurea, scuola media superiore</li> <li>- Imprenditore, libero professionista; dirigente, quadro; operaio</li> <li>- Coppia con figli, coppie mature senza figli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oltre i 45 anni</li> <li>- Laurea</li> <li>- Dirigente, quadro; artigiano, commerciante</li> <li>- Coppia con figli piccoli; single</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dai 35 ai 44 anni; oltre i 64 anni</li> <li>- Scuola media superiore e scuola media inferiore</li> <li>- Artigiano commerciante; impiegato insegnante; pensionato</li> <li>- Nucleo familiare con 2 componenti</li> <li>- Coppia giovane senza figli; famiglia monogenitore</li> </ul>
--	--	---	---

Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

### 3. Approfondimenti sugli aspetti finanziari dell'Indagine Tecnoborsa 2005

Contributo di Giorgio Gobbi

Banca d'Italia, Servizio Studi<sup>6</sup>

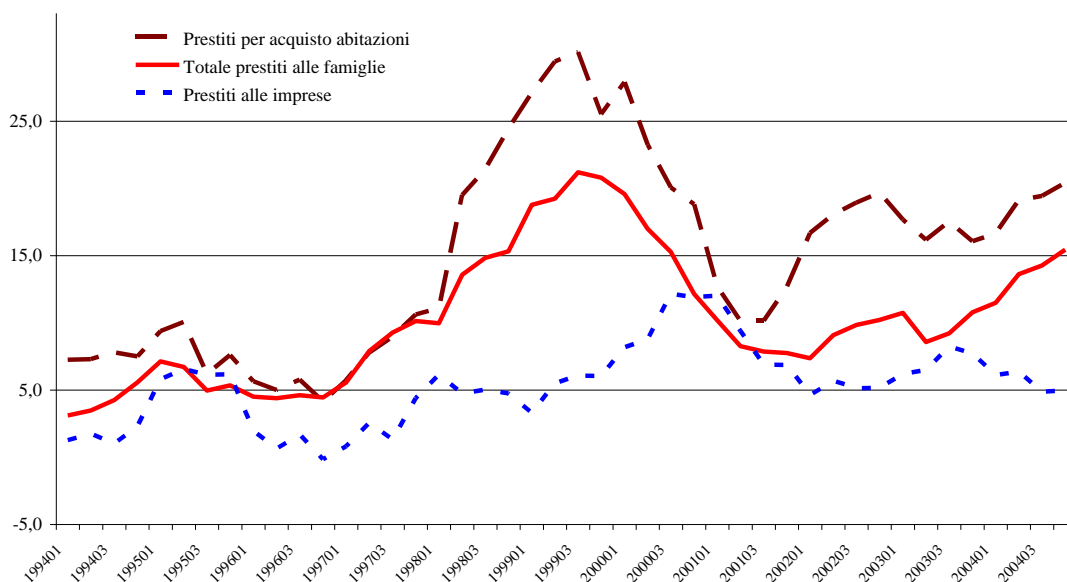
L'indagine condotta da **Tecnoborsa** sugli sviluppi più recenti del mercato immobiliare italiano, nella sua componente residenziale, fornisce un insieme di informazioni, raccolte con rigore e sistematicità, estremamente utile per comprendere un fenomeno in rapida evoluzione. Queste note si soffermano su un aspetto specifico ben evidenziato dalla ricerca: la crescita dell'indebitamento delle famiglie che negli ultimi anni ha accompagnato quella delle transazioni in immobili. In particolare, vengono forniti alcuni dati integrativi per accompagnare la riflessione su tre questioni: 1) le ragioni che spingono oggi le famiglie a indebitarsi in misura più ampia che in passato; 2) la sostenibilità del livello del debito fin qui accumulato e 3) i rischi e le opportunità che scaturiscono da un più ampio accesso al mercato del credito. Si tratta di temi che, come si cercherà di mostrare, hanno implicazioni molto rilevanti per il mercato delle abitazioni.

<sup>6</sup> Le opinioni espresse sono quelle dell'autore e non impegnano l'Istituto di appartenenza. Per una discussione più sistematica dei temi trattati in queste note si rimanda al saggio "I prestiti bancari per l'acquisto di abitazioni" di L. Casolaro, L. Gambacorta e G. Gobbi in "QEI – Quaderni di Economia Immobiliare – Periodico semestrale di **Tecnoborsa**", N. 2, Gennaio/Giugno 2004.

### 3.1. La crescita del credito delle famiglie

Secondo i dati rilevati da **Tecnoborsa**, nel biennio 2003-2004 la percentuale delle famiglie che ha finanziato l'acquisto di un immobile ricorrendo a un prestito bancario è stata significativamente superiore a quella rilevata nell'edizione precedente dell'indagine (circa 7 punti percentuali in più). Le informazioni ricavabili dalle statistiche della Banca d'Italia mostrano che la tendenza rilevata è parte di un ampio processo, avviatosi alla fine dello scorso decennio. Alla fine del 2004 il volume dei prestiti concessi dalle banche italiane alle famiglie era pari a poco meno di 270 miliardi di euro, 170 dei quali nella forma di finanziamenti per l'acquisto di abitazioni. Soltanto cinque anni prima i corrispondenti valori erano pari a 158 e a 76 miliardi. Tra il 1999 e il 2004 il credito bancario alle famiglie italiane è cresciuto, in media l'anno, del 13 per cento (19 per cento la componente destinata all'acquisto di abitazioni), un valore molto superiore all'aumento dei prestiti alle imprese (*graf. 15*).

**Grafico 15**  
**Tassi di crescita del credito**



Fonte: Banca d'Italia

A questa rapida ascesa hanno contribuito sia cambiamenti nei comportamenti delle famiglie (domanda), sia una più ampia disponibilità di finanziamenti (offerta).



Dal lato della domanda il fattore di gran lunga più rilevante è stato il calo del costo del credito connesso con il processo di disinflazione. Per circa un quarto di secolo, dai primi anni settanta alla metà dello scorso decennio, i tassi di interesse nominali sui prestiti bancari in Italia, compresi quelli concessi alle famiglie, si sono collocati al di sopra del 10 per cento, con punte del 20 per cento. Non solo, ma anche la variabilità di questi tassi era molto elevata, riflettendo quella dell'inflazione. I tassi di interesse reali, ossia il costo del debito al netto della variazione dei prezzi, erano estremamente elevati e si collocavano ben al di sopra del 5 per cento. In un simile contesto la convenienza per le famiglie a contrarre debiti era molto limitata. Il repentino cambiamento del quadro macroeconomico alla metà degli anni novanta che ha portato all'abbattimento dell'inflazione e al consolidamento della stabilità monetaria, sancito dall'adesione all'unione monetaria europea, ha avuto come diretta conseguenza quella di rendere il credito accessibile a costi storicamente molto contenuti e di offrire una prospettiva di stabilità dei tassi su bassi livelli nel medio e lungo periodo.

Vi sono anche altre forze dal lato della domanda che hanno esercitato una spinta alla crescita dell'indebitamento delle famiglie. Tra queste vi è la ripresa del mercato delle abitazioni, anche se è sempre difficile individuare precisi nessi di causalità tra crescita dei mutui ipotecari e sviluppo delle transazioni immobiliari. L'abbassamento dei tassi di interesse e la stabilità monetaria hanno favorito gli investimenti in attività a lungo termine. Nella seconda metà degli anni novanta gli immobili residenziali offrivano profittevoli opportunità da questo punto di vista. Durante gran parte degli anni novanta i prezzi reali delle abitazioni si sono progressivamente ridotti e si può calcolare che alla fine del decennio fossero più bassi di circa il 15 per cento rispetto ai picchi del 1992-1993. Non solo, ma a partire dal 1997 sono stati introdotti benefici fiscali per le ristrutturazioni di abitazioni che hanno contribuito ad alimentare la ripresa del mercato degli immobili residenziali. L'aumento della domanda, a fronte di un'offerta poco elastica, si è riflesso in un rialzo dei prezzi che, a sua volta, ha ampliato il ricorso a prestiti bancari per finanziare gli acquisti di abitazioni.

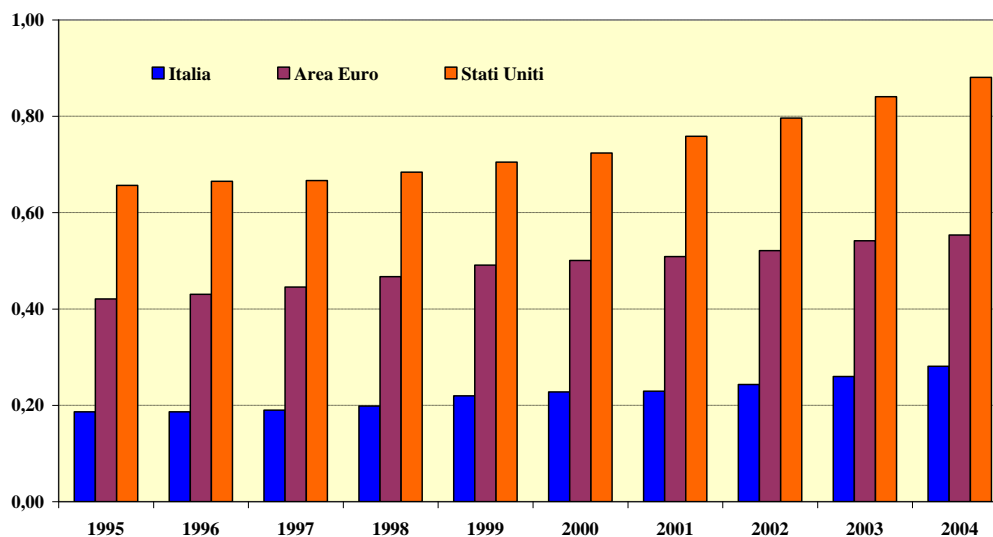
La crescita della domanda di prestiti da parte delle famiglie ha trovato condizioni particolarmente favorevoli dal lato dell'offerta. La nuova legge bancaria del 1993 (TUB) ha eliminato completamente le segmentazioni all'interno del mercato creditizio. La possibilità di offrire mutui, in precedenza soggetta a limitazioni, è stata estesa a tutte le banche la cui rete distributiva, (principalmente gli sportelli, ma anche i negozi finanziari e Internet) si è fortemente ampliata negli ultimi 15 anni. Attualmente, in tutti gli oltre 30 mila sportelli bancari presenti in Italia è possibile richiedere un prestito per l'acquisto di un'abitazione. I clienti possono acquisire informazioni e avviare le procedure per ottenere i prestiti anche nei negozi finanziari, sui siti Internet delle banche e presso le reti delle principali agenzie immobiliari.

Ulteriori stimoli all'espansione dei prestiti alle famiglie sono venuti dalla crescente concorrenza tra le banche e dall'innovazione finanziaria. La prospettiva di guadagnare quote in un segmento di mercato in rapida espansione ha spinto gli intermediari a competere sia abbassando i tassi, sia offrendo una varietà di forme di finanziamento, altamente flessibili e in grado di adattarsi alle diverse esigenze della clientela. Ne sono esempi la pluralità dei piani di ammortamento che ogni banca è in grado di offrire e le soluzioni assicurative per elevare la quota del valore dell'immobile finanziabile attraverso il mutuo.

### **3.2. Il livello dell'indebitamento delle famiglie**

Nonostante la rapida crescita degli anni il livello del debito delle famiglie italiane rimane molto contenuto nel confronto internazionale. Il complesso dei debiti finanziari delle famiglie italiane è pari al 28 per cento del prodotto interno lordo (PIL) a fronte del 55 nella media dell'area dell'euro e dell'88 negli Stati Uniti. Vista in una prospettiva di medio termine, la crescita delle passività finanziarie delle famiglie italiane negli anni più recenti, seppure di entità ragguardevole, non ha intaccato le differenze rispetto agli altri principali paesi avanzati (*graf. 16*).

**Grafico 16**  
**Debiti finanziari delle famiglie in rapporto al PIL**



Fonte: Banca d'Italia

Il volume contenuto del debito delle famiglie, che trova rispondenza in un'elevata propensione al risparmio, è in parte un'eredità dovuta ai fattori sopra ricordati (alti tassi d'interesse, strutture di offerta rigide) che hanno caratterizzato il nostro paese per molti anni. Altre determinanti sono probabilmente da ricercarsi nella crescita molto contenuta dell'economia italiana negli ultimi anni, che hanno impedito un aumento del debito delle famiglie ancora più rapido di quello osservato. Pesano, infine, fattori di natura demografica e sociale, il cui impatto è molto difficile da quantificare. Tra questi vi è la composizione per fasce di età della popolazione e quella dei nuclei familiari, il grado di urbanizzazione e la struttura dell'occupazione. Uno studio condotto sui dati rilevati dall'Indagine sui bilanci delle famiglie italiane - che la Banca d'Italia effettua periodicamente - mostra, ad esempio, che la propensione a contrarre debiti diminuisce considerevolmente al crescere dell'età del capofamiglia una volta che questi ha superato i 35 anni, cresce con il numero dei figli, è maggiore nei comuni con più di 20 mila abitanti rispetto a quelli più piccoli, è più bassa per i lavoratori autonomi rispetto ai lavoratori

dipendenti<sup>7</sup>. La mancanza di dati pienamente confrontabili a livello internazionale non consente di stimare quanto ciascuno di questi fattori, e tutti nel loro insieme, contribuiscano a rendere conto delle differenze tra l'Italia e gli altri principali paesi.

Sulla base dell'evidenza disponibile si può, tuttavia, affermare che il processo di crescita dell'indebitamento delle famiglie, avviatosi alla fine dello scorso decennio, appare più come un cambiamento di natura strutturale che non una fluttuazione transitoria.

### **3.3. Opportunità e rischi**

Un più ampio accesso al mercato del credito consente alle famiglie una maggiore flessibilità intertemporale nei piani di risparmio e spesa. Ad esempio, la disponibilità di mutui che coprano percentuali molto elevate del valore dell'immobile consente di acquistare l'abitazione anche a coloro che non dispongono di risparmi accumulati o messi a disposizione da parenti. L'acquisto dell'abitazione rappresenta di gran lunga l'investimento più importante effettuato da un nucleo familiare e la possibilità di poter scegliere il momento più propizio aumenta il benessere lungo l'intero ciclo vitale. Lo stesso vale per altre forme di indebitamento come quelle connesse con il credito al consumo.

A fronte dei benefici derivanti dalla possibilità di indebitarsi vi è l'onere derivante dal rimborso periodico di parte del capitale e degli interessi. Ciò espone le famiglie a due tipi di rischio: quello di non riuscire a far fronte agli obblighi assunti (rischio di insolvenza) e quello di variazioni inattese nell'entità dei pagamenti (rischio di interesse).

Il primo rischio si materializza a fronte di eventi inattesi (ad es. un periodo prolungato di disoccupazione) che incidono sulle fonti di reddito della famiglia. L'entità del rischio è tanto maggiore quanto maggiore è l'ammontare del debito in rapporto alla ricchezza.

---

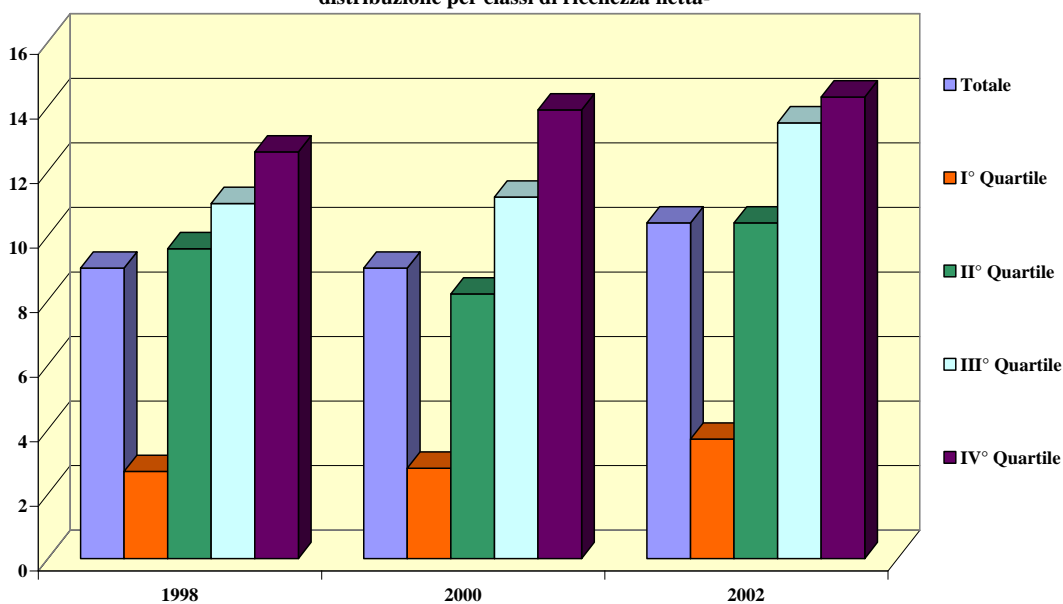
<sup>7</sup> Dati e notizie sull'indagine sui bilanci delle famiglie periodicamente condotta dalla Banca d'Italia sono disponibili sul sito [www.bancaditalia.it/statistiche](http://www.bancaditalia.it/statistiche). Il lavoro al quale si fa riferimento è "Italian households' debt: determinants of demand and supply" di Silvia Magri, Banca d'Italia, Temi di Discussione del Servizio Studi, n. 454, Ottobre 2002.

Come si è mostrato in precedenza, per il complesso delle famiglie il rapporto tra debito e prodotto interno lordo è molto basso. Il rapporto rimane basso anche utilizzando come denominatore lo *stock* della ricchezza finanziaria e, quindi, per l'intera economia il rischio posto dal debito delle famiglie a fronte di *shock* di natura macroeconomica è relativamente contenuto. Ovviamente ciò non esclude che specifiche categorie di famiglie siano esposte a rischi di insolvenza, soprattutto se il debito è concentrato tra quelle con una situazione finanziaria più debole.

Le informazioni disponibili sulla distribuzione del debito a seconda delle caratteristiche delle famiglie, sempre desunte dalle indagini sui bilanci delle famiglie condotte dalla Banca d'Italia, tendono, tuttavia, a escludere questa evenienza.

La percentuale di famiglie indebitate cresce, infatti, man mano che ci si sposta dalle fasce di ricchezza più basse a quelle più elevate. Ad esempio, nel 2002 tra le famiglie incluse nel quarto meno abbiente soltanto il 3 per cento aveva contratto un mutuo per l'acquisto di un'abitazione, a fronte del 13 delle famiglie incluse nel quarto di quelle più ricche (*graf. 17*).

Grfico 17  
Percentuali di famiglie che si sono indebitate per l'acquisto dell'abitazioni:  
distribuzione per classi di ricchezza netta-



Fonte: Banca d'Italia

Il secondo tipo di rischio, ossia la variazione inattesa del flusso dei pagamenti da corrispondere alle banche, è strettamente connessa con i contratti che prevedono la revisione periodica del tasso d'interesse, solitamente in relazione all'evoluzione dei rendimenti del mercato monetario e finanziario. Su questo versante le famiglie italiane sono mediamente più esposte di quelle negli altri paesi dell'area dell'euro. Quasi il 90 per cento dei prestiti contratti dalle famiglie italiane per acquistare immobili hanno condizioni di tasso rivedibili entro un anno; l'analoga percentuale per la media dell'area dell'euro è pari al 54 per cento. Ciò significa che l'ammontare dei pagamenti in conto interesse che le famiglie devono effettuare alle banche cambia al variare dei tassi di mercato. Le famiglie preferiscono assumere il rischio di dover pagare di più in caso di aumento del rendimento di mercato, perché i mutui a tasso predeterminato per lunghi periodi di tempo sono più onerosi, in quanto incorporano una forma di premio di assicurazione.

La scelta ottimale tra un mutuo a tasso fisso e un mutuo a tasso variabile dipende dalle caratteristiche della famiglia e dai flussi di reddito attesi. Risulta pertanto molto difficile dire se le famiglie italiane stiano assumendo troppi rischi, soprattutto in una prospettiva di stabilità monetaria. Inoltre, il basso livello dell'indebitamento lascia presumere che se anche fossero eccessivi, i rischi in questione sarebbero comunque limitati. E' plausibile che, per riequilibrare la struttura dei rischi che gravano sulle famiglie, sia necessario un più ampio sviluppo del segmento dei mutui a tasso fisso, fino a non molto tempo fa frenato da ostacoli normativi di varia natura rimossi soltanto recentemente.

Concludendo, l'indagine **Tecnoborsa** 2005 ha confermato lo stretto legame tra evoluzione del mercato immobiliare e crescita dell'indebitamento. Si tratta di un fenomeno rilevante, comune a gran parte dei paesi avanzati che hanno beneficiato di un lungo periodo di condizioni monetarie favorevoli e di bassi tassi di interesse. Caratteristica distintiva dell'Italia è il livello relativamente basso del volume del debito delle famiglie in relazione alle principali grandezze

macroeconomiche. Conseguentemente, è probabile che il crescente ricorso al credito rifletta non soltanto la congiuntura favorevole del mercato immobiliare, ma anche la convergenza della struttura finanziaria del settore delle famiglie italiane verso quella prevalente in paesi con caratteristiche economiche simili alle nostre. Questo processo di convergenza offre l'opportunità alle famiglie di conseguire una gestione più flessibile delle proprie risorse lungo il ciclo vitale; comporta dei rischi di varia natura, al momento molto contenuti, ma destinati a crescere man mano che anche fasce meno abbienti della popolazione accederanno al mercato del credito.

#### **4. Le transazioni immobiliari previste<sup>8</sup> nei prossimi due anni**

Dall'Indagine 2005 di **Tecnoborsa** è emerso che ben il 16,2% degli intervistati ha intenzione di effettuare almeno una transazione nel biennio 2005-2006, cioè acquistare, vendere, prendere in locazione, dare in locazione.

Mettendo a confronto l'indagine attuale sui grandi comuni con quella nazionale del 2004, è emerso che è aumentata la quota di chi ha intenzione di effettuare almeno una transazione (la percentuale è salita di 3 punti); viceversa, è scesa di 4,6 punti se si confronta con quella di chi risiede in comuni con più di 500mila abitanti (*graf. 18*). Questi risultati mettono in evidenza che il rallentamento riguarderà prevalentemente le grandi città rispetto ai centri piccoli o medi.

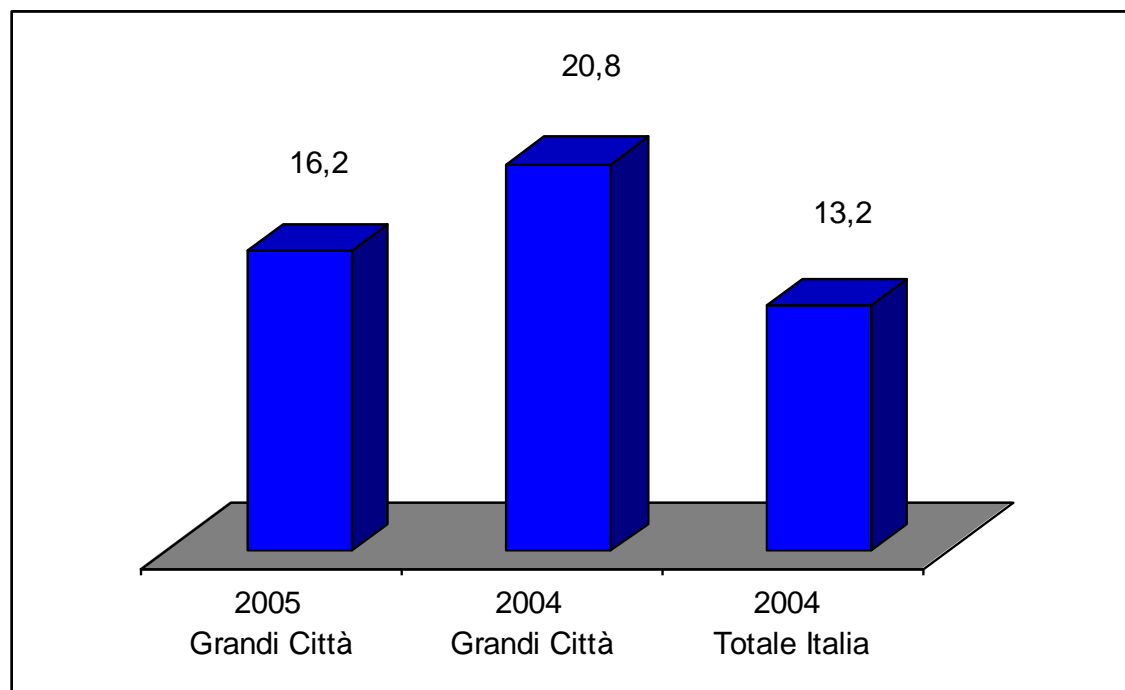
---

<sup>8</sup> E' bene ricordare che, in qualsiasi indagine, l'intenzione è una misura della propensione della popolazione di riferimento a tenere un certo comportamento e può essere considerato un indicatore solo parziale dell'effettivo tradursi in atto dei fenomeni in esame.

### GRAFICO 18

TRANSAZIONI PREVISTE: CONFRONTO INDAGINI 2004-2005

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Andando ad analizzare il profilo socio-demografico degli individui che prevedono di effettuare una qualsiasi transazione immobiliare in un prossimo futuro, si riscontra che si tratta di coppie giovani con o senza figli e con una buona situazione economica.

#### 4.1. Le compravendite previste

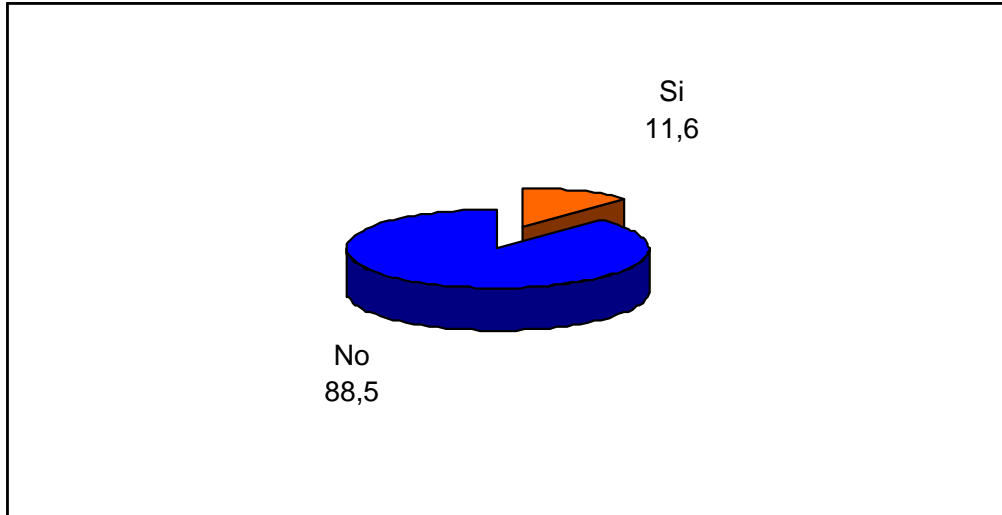
Secondo le dichiarazioni rilevate e attinenti le sole compravendite, si riscontra che l'11,6% degli intervistati ha intenzione di acquistare un'abitazione nel biennio in corso (*graf. 19*).



### GRAFICO 19

#### ACQUISTI PREVISTI

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Confrontando le due Indagini si evidenzia quanto già registrato per le transazioni nel loro complesso; infatti, rispetto al totale campione si è riscontrato che è aumentata la quota di chi ha intenzione di acquistare (2,3 punti percentuali); mentre, se si confronta la percentuale attuale con quella relativa alle sole famiglie residenti nelle grandi città dell'Indagine 2004 si rileva un lieve calo di 0,4 punti.

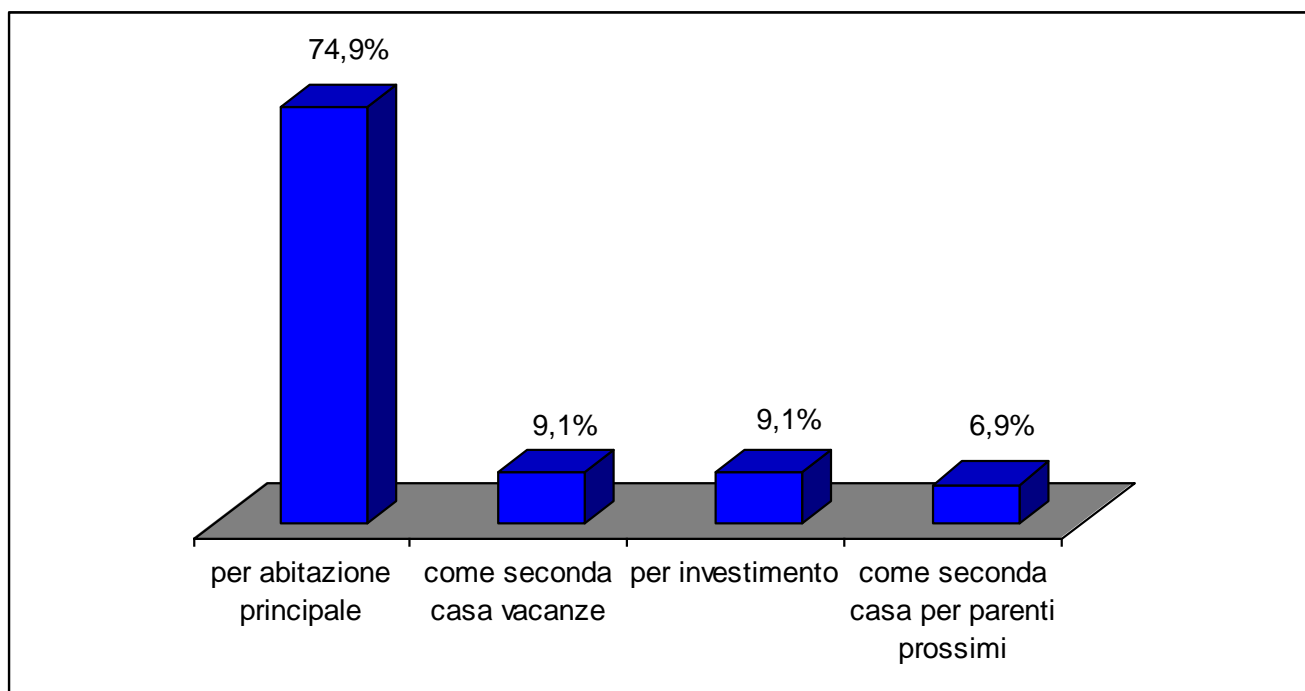
Analizzando il profilo degli acquirenti è emerso che le figure più attive sarebbero le coppie giovani senza figli o con figli piccoli, il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni con un livello di istruzione ed un reddito medio o medio-basso.

Come per chi ha già comprato una casa, chi pensa di farlo è spinto dalla necessità di acquistare un'abitazione principale (74,9%), quindi, chi acquisterà nel prossimo futuro lo farà prevalentemente per la necessità di avere una casa propria o per migliorare le proprie condizioni abitative, anche se va segnalato un *trend* negativo rispetto al biennio precedente (la percentuale scende di 6,2 punti). Al secondo posto troviamo, a parità di punteggio, le motivazioni come

seconda casa per le vacanze e/o per investimento (9,1%). Bassa, invece, è la quota di chi intende acquistare una seconda casa per parenti prossimi (6,9%), anche se cresce di 4,3 punti, come emerge dal confronto con le transazioni già effettuate (graf. 20).

### GRAFICO 20

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE DA ACQUISTARE  
(val. %)



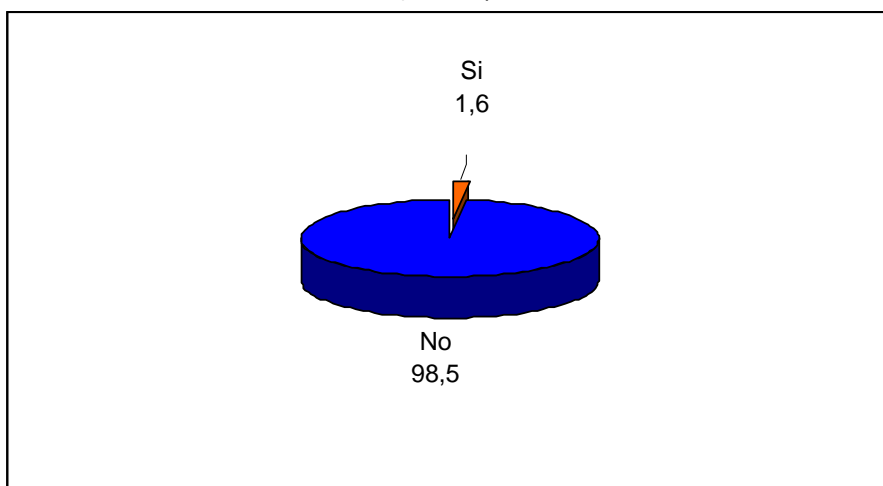
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Da un'analisi più approfondita su quali siano le caratteristiche dell'immobile che pesano maggiormente nella scelta di chi pensa di acquistare un'abitazione principale, al primo posto vi è - come già riscontrato per coloro che hanno effettuato la stessa transazione nei due anni precedenti - l'accertamento che il prezzo del bene sia idoneo alle possibilità economiche della famiglia (61,3%); molto alta, anche, la percentuale di chi terrà conto se la dimensione è adatta alle esigenze del nucleo familiare (41%). In particolare, tra questi ultimi emergono i *single* e le famiglie con più di 4 componenti; successivamente, con un notevole divario, troviamo altre caratteristiche quali: ubicazione del bene,

tranquillità e silenzio della zona, *comfort* e finiture dell'abitazione, facilità di parcheggio, etc.

Spostando l'analisi dalla parte dell'offerta futura emerge che nel biennio 2005-2006 solo l'1,6% delle famiglie intervistate ha intenzione di vendere un immobile e saranno prevalentemente coppie adulte (oltre i 45 anni), con titolo di studio alto (graf.21).

**GRAFICO 21**  
VENDITE PREVISTE  
(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Almeno in termini di intenzioni, il mercato delle compravendite immobiliari sembra non aver ancora raggiunto il suo equilibrio; infatti, le intenzioni di acquisto superano abbondantemente le intenzioni di vendita (l'11,6% contro l'1,6%).

Confrontando le due Indagini 2004 e 2005 si è riscontrato che è scesa la quota di chi pensa di vendere sia se rapportato con il totale campione 2004 (1,6 punti percentuali), sia con la percentuale relativa alle sole famiglie residenti nelle grandi città (4,2 punti percentuali).

La motivazione predominante che induce alla vendita di un'abitazione è l'esigenza di liquidità (54,8%) che, se le previsioni verranno confermate, nel

biennio 2005-2006 dovrebbe crescere di ben 18,3 punti percentuali rispetto al biennio 2003-2004.

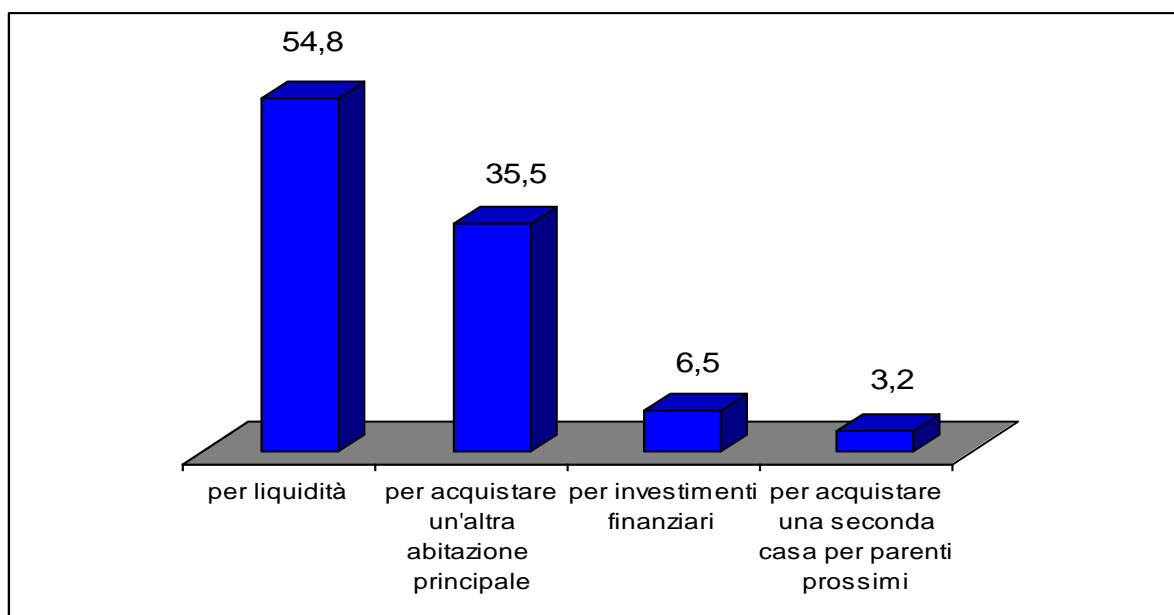
Resta rilevante la percentuale di chi intende vendere per acquistare un'altra abitazione principale (35,5%) e, se tali intenzioni si dovessero avverare, dal confronto con i due anni precedenti si dovrebbe registrare un calo di 8 punti percentuali.

E' interessante sottolineare che nel prossimo futuro nessuno pensa di vendere un'abitazione per acquistare una seconda casa per le vacanze o per fare altri investimenti immobiliari, mentre dovrebbe crescere di 5,3 punti percentuali la quota di chi vuole allocare i propri assets finanziari verso gli strumenti del risparmio gestito (*graf. 22*).

### GRAFICO 22

#### PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Tra le esigenze più rilevanti che indurranno nel prossimo futuro una famiglia alla sostituzione della prima casa c'è la necessità di andare a vivere vicino a parenti prossimi (36,4%) e il desiderio di spazi più ampi (27,3%); viceversa, solo il

18,2% sceglierà un'abitazione di dimensioni inferiori alla precedente, mentre nessuno ha dichiarato di voler vendere un'abitazione principale con la motivazione di acquistarne un'altra più tranquilla e/o silenziosa, con maggiori opportunità di parcheggio, con più facile accesso ai trasporti pubblici, con aree verdi e/o servizi nelle vicinanze. Infine, va evidenziato che c'è un ulteriore 27,3% che ha dichiarato "altro".

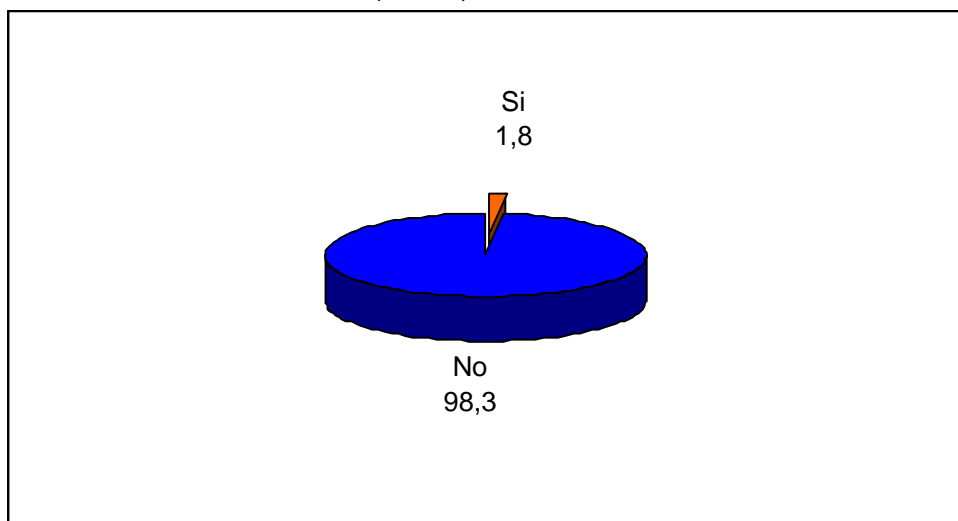
#### 4.2. Le locazioni previste

Andando ad analizzare il mercato delle locazioni, è risultato che l'1,8% degli intervistati pensa di prendere in affitto un immobile nel prossimo biennio e le figure più attive sarebbero i giovani (25-34 anni) che vivono da soli, tra i quali prevalgono senza dubbio gli studenti e i lavoratori fuori sede o coppie senza figli che prenderanno in locazione una casa per creare un nuovo nucleo familiare (graf. 23).

**GRAFICO 23**

DOMANDA DI LOCAZIONE PREVISTA

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI Tecnoborsa

Mettendo a confronto l'Indagine 2005 con quella 2004, rispetto alle sole famiglie che risiedono nelle grandi città, si riscontra una diminuzione della quota di coloro che pensano di prendere in locazione un'abitazione (-2,3 punti

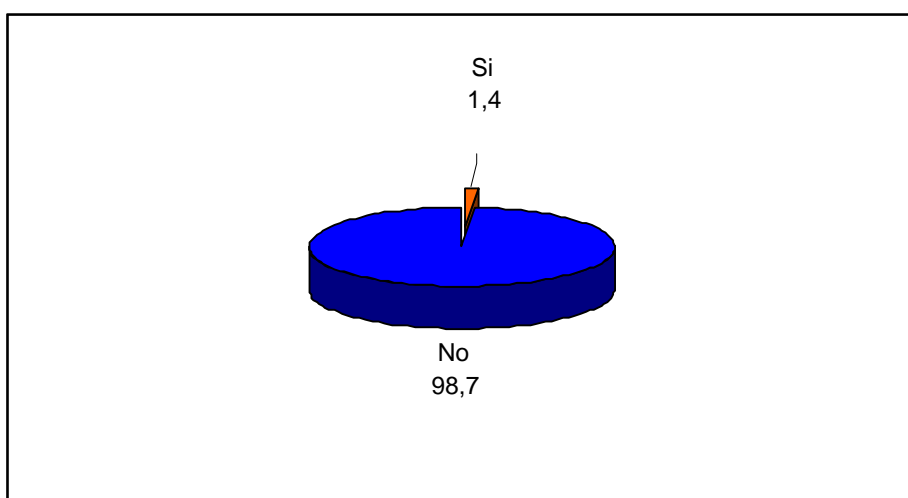
percentuali); viceversa, si registra un lievissimo aumento se il confronto viene fatto con il totale campione (+0,2 punti percentuali).

Spostandoci sul lato dell'offerta, è emerso che l'1,4% degli intervistati pensa di concedere in locazione un bene nel biennio 2005-2006 (graf. 24).

#### GRAFICO 24

##### OFFERTA DI LOCAZIONE PREVISTA

(val. %)



Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI *Tecnoborsa*

Le case verranno offerte in locazione prevalentemente da persone con una buona situazione economica (imprenditori e liberi professionisti) che vedono nella gestione locativa una buona forma di investimento.

Il mercato delle locazioni sembrerebbe raggiungere nel prossimo futuro una situazione di equilibrio, visto che il divario tra domanda e offerta è quasi nullo (0,2 punti percentuali).

Anche per quanto riguarda l'offerta, così come avvenuto per la domanda, dal confronto delle Indagini 2004 e 2005 emerge che, analizzando le sole famiglie che risiedono nelle grandi città, si ha una diminuzione della quota di coloro che pensano di dare in locazione un'abitazione (-0,5 punti percentuali), mentre si registra un lieve aumento se il confronto viene fatto tenendo conto del totale campione (+0,6 punti percentuali).

## 5. Conclusioni

Dal confronto dell'Indagine **Tecnoborsa** 2005 sulle sei grandi città italiane rispetto all'Indagine 2004 sul totale Italia, emerge che il numero delle transazioni immobiliari, in generale, è cresciuto; in particolare, le famiglie che hanno acquistato sono aumentate leggermente, passando dal 6,4% del 2004 al 7% del 2005, mentre le famiglie che hanno venduto sono aumentate di circa 1 punto percentuale. Tale basso incremento è dovuto all'elevato livello raggiunto dai prezzi - almeno nelle zone più centrali - proprio nei grandi comuni.

Il risultato è confermato dal fatto che gli intervistati che hanno cercato di acquistare un immobile senza riuscirci affermano che la motivazione principale è stata causata dai prezzi eccessivi rispetto alle proprie disponibilità economiche.

Per quanto riguarda la destinazione degli immobili acquistati, quella come abitazione principale continua ad essere prevalente. Per quanto concerne il mercato delle seconde case, in generale, quello delle vacanze tiene, mentre è in calo quello delle seconde case per i parenti prossimi, perché anche qui pesa fortemente il caro-prezzi, unito alla perdita del potere di acquisto delle famiglie.

Il taglio più richiesto è quello dei bilocali e dei trilocali (dai 36 ai 100 metri quadrati); poco richieste le ville, anche perché la famiglia media acquista prevalentemente in zone centrali o semi-periferiche.

Prezzo, dimensioni, vicinanza al luogo di lavoro sono, invece, i tre requisiti-base di chi compra oggi una casa per abitazione in una grande città italiana. Seguono *comfort*, qualità delle rifiniture, vicinanza ai parenti e tranquillità della zona, tutte a pari merito.

Sotto il profilo delle dotazioni degli immobili, ai primi posti troviamo i requisiti "utili" quali terrazza/balcone, box/posto auto riservato, ascensore condominiale, cantina/soffitta; seguono altre dotazioni ritenute comode ma meno indispensabili, quali giardino e portiere.

Complessivamente, emerge tra gli acquirenti un discreto grado di soddisfazione per le caratteristiche dell'immobile acquistato, segno che l'acquirente-tipo italiano è un soggetto molto consapevole e avvertito.

Continua, inoltre, a crescere il numero delle famiglie italiane che ricorrono ad un mutuo per acquistare un'abitazione. In particolare, crescono le richieste di mutui da parte di chi ha comprato le seconde case (per vacanza o per parenti prossimi), mentre scende quella di chi ha acquistato una casa per investimento. L'Indagine 2005 ha esplorato anche le intenzioni degli italiani con una specifica attenzione alle motivazioni di acquisto e di vendita e alle caratteristiche dell'immobile che orientano le scelte dei futuri acquirenti. In proposito è emerso che il divario tra domanda e offerta nelle compravendite è ancora alto, per cui i prezzi, in prospettiva, non scenderanno ma, molto probabilmente, continueranno a salire; soprattutto le abitazioni di qualità, anche se con un *trend* più moderato rispetto a quanto si è verificato negli ultimi anni. Per quanto concerne il mercato delle locazioni - che ha subito una certa flessione - ora sembra aver trovato un nuovo equilibrio, infatti, il *gap* tra domanda e offerta è quasi nullo.

Riepilogando, i tre nuovi temi affrontati dall'Indagine 2005 - gli aspetti dell'immobile che hanno pesato maggiormente nell'acquisto o nella vendita del bene; le caratteristiche del bene acquistato o venduto e il grado di soddisfazione da parte di chi ha acquistato - denotano una certa maturità da parte delle famiglie italiane che, anche sotto il profilo dell'indebitamento, si muovono in maniera molto consapevole e prudente, pur non rinunciando alle proprie aspirazioni, specie quando si tratta della prima casa. E' importante sottolineare una significativa inversione di tendenza riguardo i principali motivi di vendita, emersa dal confronto diretto tra chi ha venduto nel biennio 2003-2004 e chi intende vendere nel biennio in corso: nel primo caso al primo posto c'è la vendita per l'acquisto di un'altra abitazione principale e al secondo posto la vendita per realizzare liquidità; nel caso delle previsioni l'ordine si inverte, segno che le famiglie, in prospettiva, pensano di dover smobilizzare alcuni investimenti immobiliari per far fronte ad altre esigenze o per ridefinire i propri investimenti patrimoniali.