

III - L'INDAGINE TECNOBORSA

2016: LE FAMIGLIE ITALIANE E

IL MERCATO IMMOBILIARE

TRANSAZIONI E MUTUI

a cura di Alice Ciani

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

1. Introduzione

La crisi è ancora molto presente nella vita degli italiani e si prevede che lo sarà ancora per diversi anni, però migliorano le prospettive sia nazionali che personali; anche in chiave internazionale. Infatti, dopo la contrazione degli ultimi anni, a partire dal 2015 il ciclo economico italiano mostra una moderata ripresa, il Pil ha segnato una lieve crescita e c'è stata anche una leggera risalita dei consumi delle famiglie. Inoltre, dopo anni di pessimismo nel futuro ora aumentano la fiducia e il risparmio, anche se la preferenza degli italiani è per la liquidità e, infatti, la maggior parte investe solo una parte minoritaria dei propri risparmi.

In questo quadro generale il mattone, considerato l'investimento ideale fino al 2006, è sceso progressivamente fino al 2014 cominciando a risalire moderatamente solo dal 2015. Anche dal punto di vista degli operatori si conferma l'ottimismo degli agenti sull'evoluzione a breve termine del proprio mercato locale e sulle prospettive del mercato nazionale nel prossimo biennio¹. Inoltre, l'incremento delle compravendite registrato nel 2015 ha portato a un ridimensionamento del calo medio annuo dei prezzi delle abitazioni sia per quelle esistenti che per quelle nuove.

Pure sul fronte delle locazioni - dopo cinque anni di contrazione - tornano a crescere i canoni d'affitto, trainati soprattutto dai quattro e i tre locali adibiti sempre più ad abitazione principale da famiglie con figli. Dal 2010 al 2014 i canoni d'affitto erano diminuiti sensibilmente ma, a partire dal 2015 si registra una risalita con prospettive migliori per il mercato.

¹ Cfr. *Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia* – Banca d'Italia, **Tecnoborsa** e Agenzia delle Entrate, Supplementi al Bollettino Statistico, Anno XXVI – 20 maggio 2016.

Un'altra componente della ripresa attuale sono i mutui: sulla base degli ultimi dati ufficiali disponibili, negli ultimi tempi l'ammontare complessivo dei mutui in essere delle famiglie ha registrato un sensibile incremento rispetto al 2015 - quando hanno iniziato a manifestarsi segnali di miglioramento - confermando la ripresa del mercato. Dalla fine del 2007 - prima dell'inizio della crisi - ad oggi i prestiti a famiglie e imprese sono cresciuti, anche grazie ai tassi di interesse sui prestiti che si sono posizionati su livelli sempre più bassi. Infine, il tasso medio sulle nuove operazioni per l'acquisto di abitazioni ha toccato un nuovo minimo storico e, sul totale delle nuove erogazioni di mutui, circa i due terzi sono attualmente a tasso fisso.

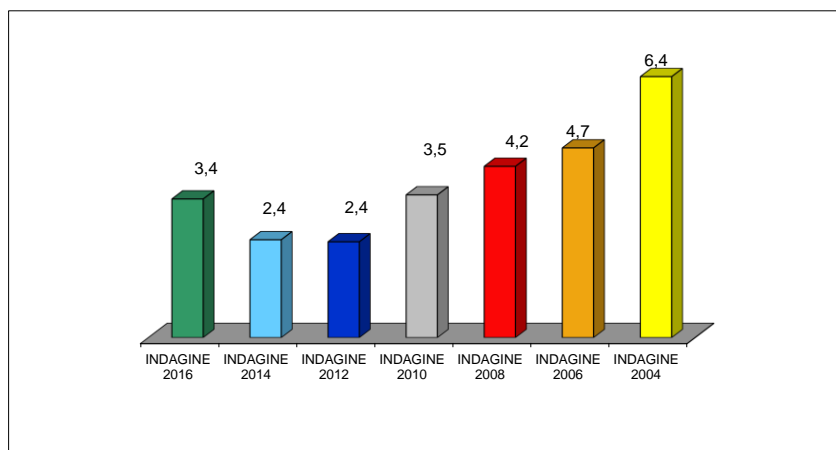
Il Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** – Csei, per l'ottavo biennio dal 2002, è tornato a esaminare il mercato immobiliare e le famiglie italiane: compravendite effettuate e previste, mutui e, nel capitolo a seguire del presente *Quaderno*, **sicurezza nelle case; infine, ma nel prossimo *QEI*, verranno pubblicati i risultati su intermediazione e valutazione.**

2. Le transazioni immobiliari effettuate negli ultimi due anni

2.1. Le compravendite effettuate

Nel biennio 2014-2015 il 3,4% delle famiglie italiane intervistate hanno dichiarato di aver acquistato un'abitazione, questo dato è molto incoraggiante in quanto dopo un lungo periodo di discesa seguito da un biennio in cui il mercato è rimasto stazionario si registra, per la prima volta, un segnale di crescita, anche se i valori sono ancora lontani da quelli rilevati nell'Indagine 2004 (*graf. 1*).

GRAFICO 1
ACQUISTI EFFETTUATI
(val. %)



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

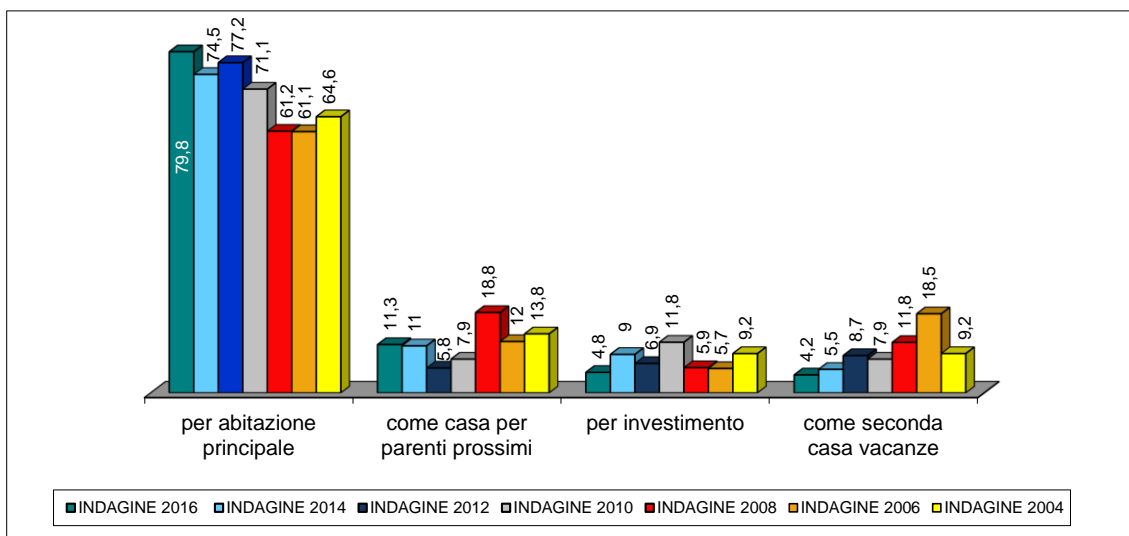
Le macroaree in cui la domanda è stata superiore alla media nazionale sono state il Nord-Est e il Nord-Ovest. Si conferma una certa vivacità delle famiglie giovani senza figli o con figli piccoli, con una buona situazione economica e con un livello culturale alto o medio alto.

Per quanto concerne le motivazioni che hanno spinto gli italiani a comprare una casa, come sempre al primo posto c'è l'acquisto dell'abitazione principale (79,8%), che raggiunge il suo massimo storico da quando **Tecnoborsa** ha iniziato a monitorare il rapporto tra le famiglie italiane e il mercato immobiliare; la prima casa viene acquistata prevalentemente da coppie senza figli o con figli piccoli, il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni che risiedono nel Nord-Est o nel Sud della Penisola. Al secondo posto rimane la motivazione come seconda casa per parenti prossimi (11,3%), la cui quota resta stazionaria rispetto all'Indagine 2014. Al terzo posto si trova l'acquisto effettuato per investimento (4,8%), anche se in questo caso c'è stato un calo di chi ha scelto questo canale per gestire il proprio patrimonio (-4,2 punti); infine, all'ultimo posto vi sono coloro che hanno acquistato una casa vacanze (4,2%), dato che raggiunge il suo minimo storico, confermando il periodo di crisi che sta vivendo il settore delle case vacanze, in parte dovuto all'inasprimento fiscale ma anche alla difficoltà per ricollocare questo tipo di immobili (*graf. 2*).

GRAFICO 2

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE ACQUISTATO

(val. %)



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

Da un *focus* su coloro che hanno acquistato un'abitazione principale è emerso che i due requisiti che hanno pesato di più nella scelta dell'immobile comprato sono stati, come sempre, dimensioni (71,7%) e prezzo (57,4%) entrambi in crescita rispetto alla rilevazione precedente. Seguono, anche se con un notevole divario, *comfort* e qualità delle rifiniture (36,1%); vicinanza ai servizi e alle aree commerciali (29,5%); tranquillità della zona (24,6%); a parità di punteggio, vicinanza ai parenti e ad aree verdi (20,5%); vicinanza al luogo di lavoro (18,9%); inoltre, vicinanza dei trasporti pubblici (13,9%). Tra gli aspetti che hanno influito meno ci sono, invece, facilità di parcheggio (11,5%); ubicazione in zona centrale (9,4%); caratteristiche che mirano al risparmio energetico (9%); ubicazione in zona vicina alle principali vie di comunicazione (7,4%); infine, agli ultimi due posti ci sono, come sempre, localizzazione in zona in fase di riqualificazione (6,6%) e ubicazione in zona periferica (4,1%).

Per quanto riguarda l'ubicazione del bene è emerso che l'83% degli acquirenti ha comprato un immobile nello stesso Comune in cui risiede, valore leggermente in crescita rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2014. Dall'incrocio tra i motivi d'acquisto dell'abitazione e il luogo di residenza si è riscontrato che il 92,5% di chi ha acquistato un'abitazione principale l'ha comprata all'interno del Comune di residenza; tale percentuale scende al 75% tra chi ha preso una casa per investimento, al 42,1% tra coloro che hanno acquistato una casa per parenti prossimi e al 21,4% tra coloro che hanno comprato una casa per le vacanze.

Per quanto concerne il numero dei locali è aumentata, rispetto ai quattro anni precedenti, la quota di chi ha acquistato un monolocale (4,8%) e un quadrilocale (23,5%); viceversa, è scesa la percentuale di chi ha preferito un trilocale (35,1%), anche se rimane la tipologia più richiesta, e quella di chi ha acquistato un'abitazione con 5 e più vani (13,7%); quasi stazionaria la quota di coloro che hanno scelto un bilocale (22,9%). Per quanto riguarda lo stato dell'immobile emerge una leggera prevalenza degli immobili ristrutturati (29,8%) seguiti, a parità di punteggio, da quelli nuovi e abitabili (25,3%); infine, vi sono quelli da ristrutturare (19,6%), per i quali si registra un calo rispetto a quanto riscontrato nell'Indagine 2014, mentre è cresciuta di 4,4 punti la percentuale di chi ha preferito gli immobili nuovi.

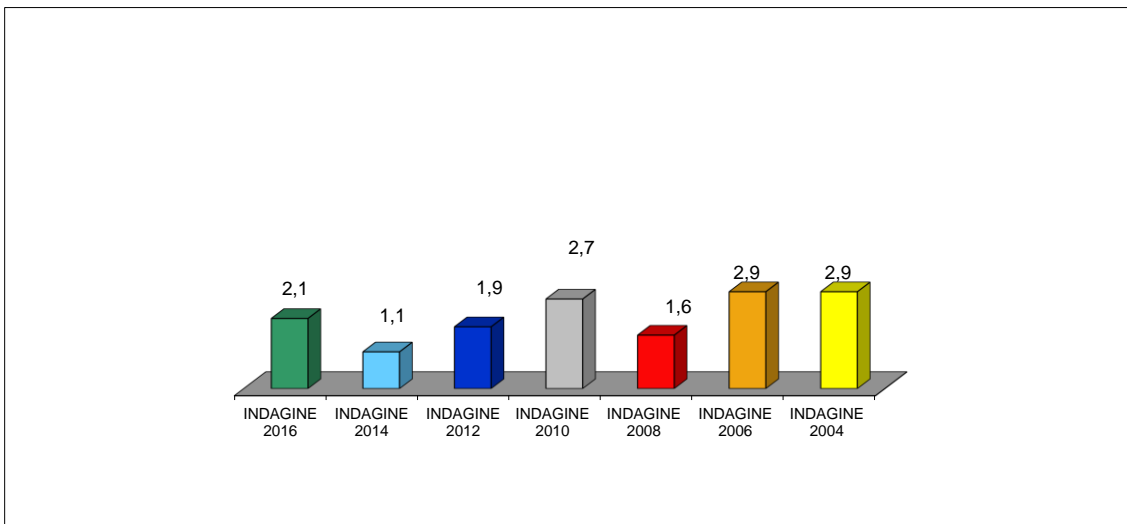
Per quanto riguarda le dotazioni degli immobili, è emerso che come sempre la presenza di una terrazza/balcone assume particolare valore (64%); seguono nelle preferenze degli acquirenti riscaldamento autonomo (45,2%), box e/o posto auto (42,3%), ascensore condominiale (40,5%), cantina e/o soffitta (33,3%), giardino condominiale (26,5%). Le altre dotazioni ritenute comode ma meno indispensabili sono giardino di pertinenza (13,1%) e servizio di portierato (6%).

Spostando l'analisi sulle famiglie che hanno venduto almeno un'abitazione nel biennio 2014-2015 si è riscontrato che sono stati il 2,1% degli intervistati, valore in crescita, coerentemente a quanto già rilevato per la domanda, rispetto alle due rilevazioni precedenti. Il dato, come sempre, è inferiore a quello evidenziato per gli acquisti e si spiega con il fatto che tra questi vi sono coloro che hanno acquistato delle abitazioni nuove e, quindi, si sono rivolti ai costruttori (*graf. 3*).

GRAFICO 3

VENDITE EFFETTUATE

(val. %)



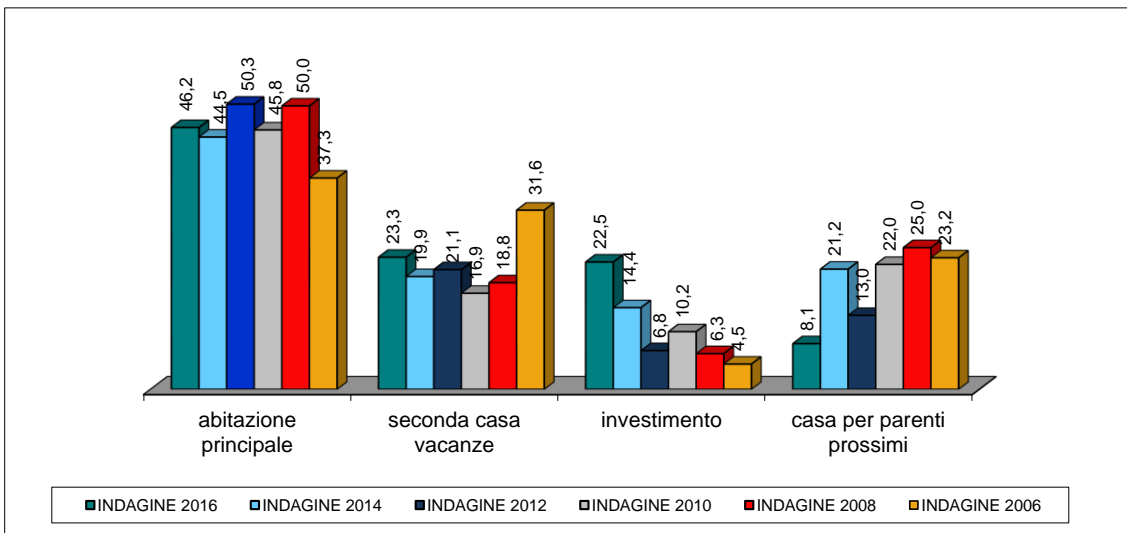
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

L'area più attiva è stata quella del Nord. Dall'analisi del profilo socio-demografico si è riscontrato che hanno venduto una casa prevalentemente coppie giovani (25-34 anni), con figli piccoli e questo è dovuto essenzialmente al fatto che sono nuclei familiari in crescita che vendono le abitazioni più piccole per prendere quelle con spazi più adatti alle loro esigenze. Infatti, le vendite avvenute hanno riguardato prevalentemente le abitazioni principali (46,5%), seguite da quelle per vacanze (23,3%) e da quelle tenute per investimento (22,5%), mentre è bassa la quota di coloro che hanno messo sul mercato le abitazioni destinate ai parenti prossimi (8,1%). Da un confronto con l'Indagine 2014 è da evidenziare l'incremento nella vendita delle case destinate alle vacanze e per investimento, mentre è scesa notevolmente la quota di chi ha ceduto una casa per parenti prossimi (*graf. 4*).

GRAFICO 4

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE VENDUTO

(val. %)



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

Le abitazioni principali sono state vendute perlopiù da coppie giovani residenti nel Nord Italia senza figli o con figli piccoli e con età compresa fra i 25 e i 54 anni, mentre quelle destinate alle vacanze sono state cedute dai nuclei familiari residenti nelle Isole il cui capofamiglia ha più di 55 anni.

Per la seconda volta dall'inizio delle rilevazioni svolte da Tecnoborsa la motivazione predominante che induce alla vendita di un'abitazione si riscontra essere il bisogno di liquidità (40,3%), tuttavia, il valore è leggermente in calo rispetto al 2014, cosa che lascia ben sperare per una ripresa economica del Paese; al secondo posto si incontra la sostituzione con un'altra abitazione principale (28,4%), valore in calo nelle ultime due rilevazioni, inoltre, l'11% di chi ha ceduto un immobile nel biennio 2014-2015 lo ha fatto per acquistare una casa vacanze; il 9,3% al fine di investire la propria ricchezza e, a seguire, vi è chi ha venduto un immobile per acquistare un'abitazione per parenti prossimi (6,4%); infine, vi è un 4,7% che ha dichiarato di aver venduto per effettuare altri investimenti finanziari.

Dall'incrocio fra il tipo di abitazione venduta e il motivo della vendita è emerso che il 56,9% di coloro che hanno venduto un'abitazione principale lo hanno fatto per acquistare un'altra abitazione principale e il 25,7% per bisogno di liquidità; invece, coloro che hanno ceduto altre tipologie di abitazione lo hanno fatto principalmente spinti dal bisogno di liquidità, valore che raggiunge livelli molto alti (78,9%), tra coloro che hanno venduto una casa per parenti prossimi.

3. Il ricorso ai mutui

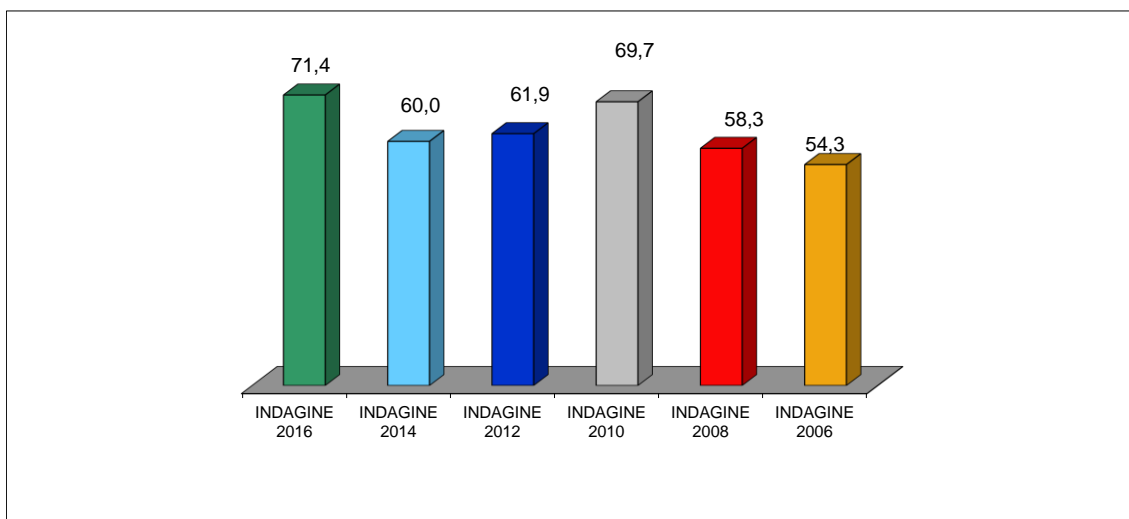
Tra coloro che hanno acquistato una casa, il 71,4% ha dichiarato di aver acceso un finanziamento o un mutuo, valore che raggiunge il suo massimo storico da quando **Tecnoborsa** ha iniziato a monitorare il fenomeno in questione (*graf.5*) e tale valore raggiunge il 77,8% al Sud e nelle Isole.

Il maggior ricorso al mutuo si riscontra tra le famiglie giovani che presentano un reddito medio (impiegati, insegnanti e così via).

GRAFICO 5

FAMIGLIE CHE HANNO FATTO RICORSO A UN MUTUO PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE

(val. %)



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

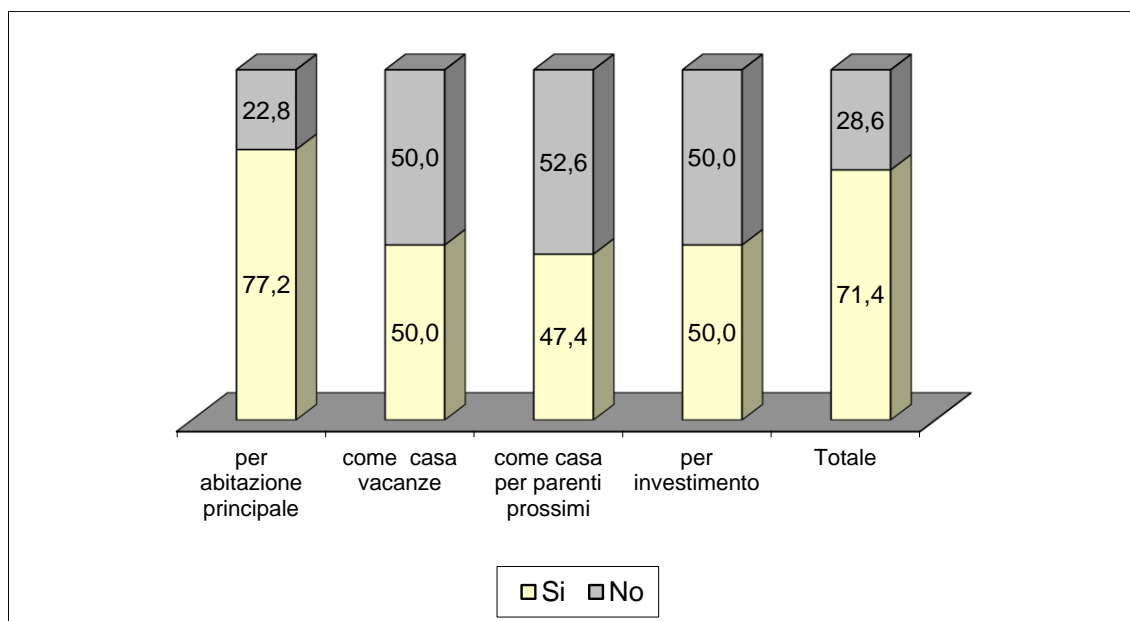
Andando a vedere le richieste di mutui in base alla tipologia di abitazione acquistata si nota che il valore sale notevolmente tra coloro che hanno preso un'abitazione principale (77,2%), mentre è sotto la media fra chi prende una casa per farne un altro uso; quindi, come in passato, la maggior parte delle famiglie sono disposte a indebitarsi per acquistare la casa in cui vivere ma non per una seconda casa. Tuttavia, i valori si differenziano notevolmente da quelli riscontrati nell'Indagine 2014: nella rilevazione effettuata nel 2016 il 47,4% di coloro che hanno acquistato una casa per parenti prossimi hanno preso un mutuo/finanziamento, erano il 53,1% in quella precedente; nell'ultimo biennio il 50% di coloro che hanno acquistato una casa

vacanze o una casa per investimento hanno preso denaro in prestito, mentre erano rispettivamente il 12,5% e il 34% nel 2014: questi risultati stanno a dimostrare che la stretta creditizia si sta allentando (*graf.6*).

GRAFICO 6

PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE FACENDO RICORSO A UN MUTUO

(val. %)



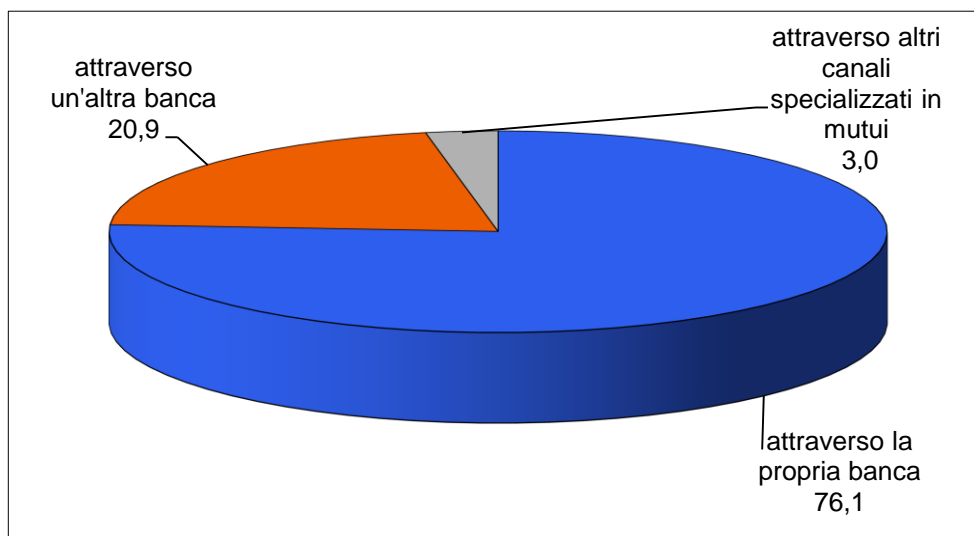
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Quanto ai canali utilizzati per reperire il finanziamento, dalle risposte fornite dal campione intervistato è risultato che il 76,1% si è recato presso la propria banca, a dimostrazione di un elevatissimo grado di fidelizzazione del rapporto bancario; il 20,9% si è recato in un'altra banca; infine, solo il 3% si è rivolto ad altri canali specializzati (*canali on-line, broker, finanziarie, ecc.*). Da questi risultati si evince che quando si tratta di chiedere in prestito un ammontare di denaro rilevante gli italiani continuano a preferire gli istituti di credito rispetto ad altri soggetti, anche se a volte possono essere più convenienti (*graf. 7*).

GRAFICO 7

CANALI PRESCELTI PER SOTTOSCRIVERE UN MUTUO

(val. %)



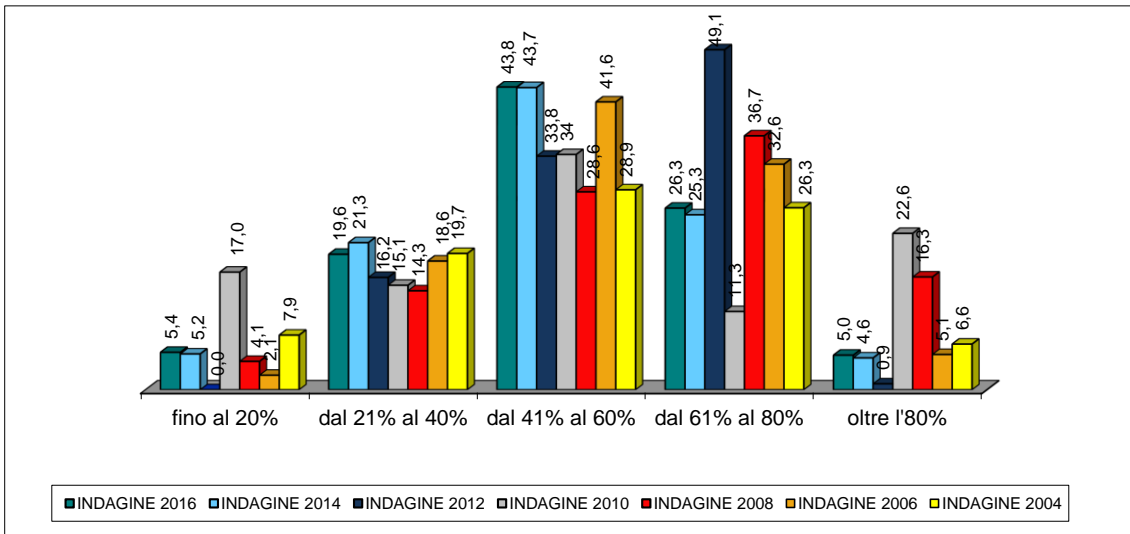
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un'analisi della quota di mutuo acceso rispetto al prezzo del bene acquistato è emerso che il 5,4% dei richiedenti ha ottenuto un prestito che copre fino al 20% del costo del bene; il 19,6% dal 21% al 40%; il 43,8% dal 41% al 60%; il 26,3% dal 61% all'80% e solo il restante 5% ha preso un mutuo che copre oltre l'80% del prezzo pagato per l'immobile (*graf.8*).

GRAFICO 8

PERCENTUALE DEL PREZZO DELL'IMMOBILE PAGATO ATTRAVERSO IL MUTUO

(val. %)

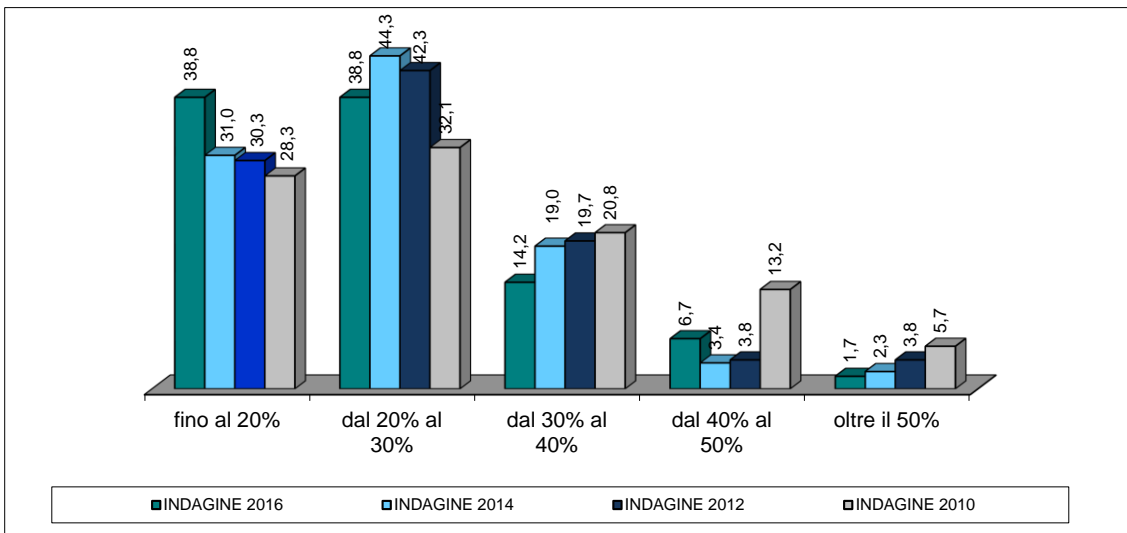


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Il 77,6% delle famiglie che hanno acceso un mutuo negli ultimi due anni hanno impegnato mediamente fino al 30% del proprio reddito annuo per il pagamento delle rate, il che denota una continuità nella prudenza sia da parte dell'istituto che eroga il finanziamento sia da parte delle famiglie; il 14,2% ha impegnato per la rata dal 30% al 40% del proprio reddito e solo l'8,4% va oltre il 40%. Rispetto all'Indagine 2014 è salita di circa 2,2 punti percentuali la quota di chi ha utilizzato più del 30% del reddito familiare per pagare il mutuo della propria abitazione e di 2,6 punti quella di chi utilizza più del 40%; viceversa, è scesa di 4,8 punti la quota di coloro che impegnano fra il 30% e il 40% delle proprie entrate (graf. 9).

GRAFICO 9

QUOTA DEL REDDITO DEL NUCLEO FAMILIARE UTILIZZATA
PER PAGARE IL MUTUO
(val. %)



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

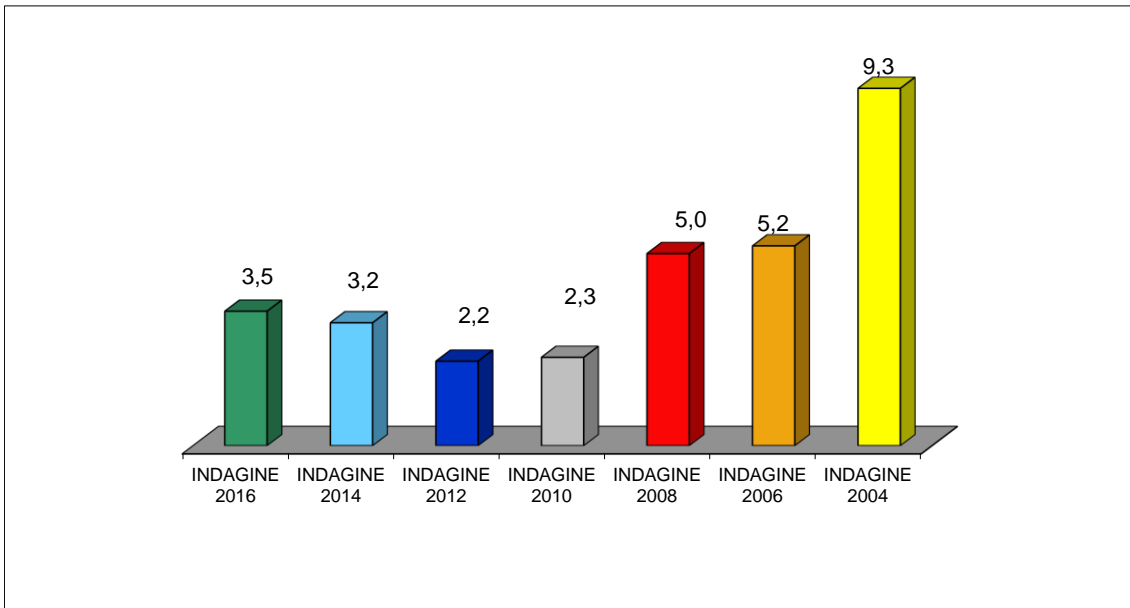
4. Le transazioni immobiliari previste² nei prossimi due anni

4.1. Le compravendite previste

Prendendo in esame il solo comparto delle compravendite nel biennio 2016-2017, il 3,5% degli intervistati dichiara l'intenzione di comprare un'abitazione. Dalla comparazione con la precedente Indagine emerge un segnale positivo, infatti, se le aspettative non dovessero essere disattese, dovrebbe proseguire, anche se in forma lieve, la ripresa del mercato immobiliare residenziale in Italia (*graf. 10*).

GRAFICO 10
ACQUISTI PREVISTI
(val. %)

² 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.



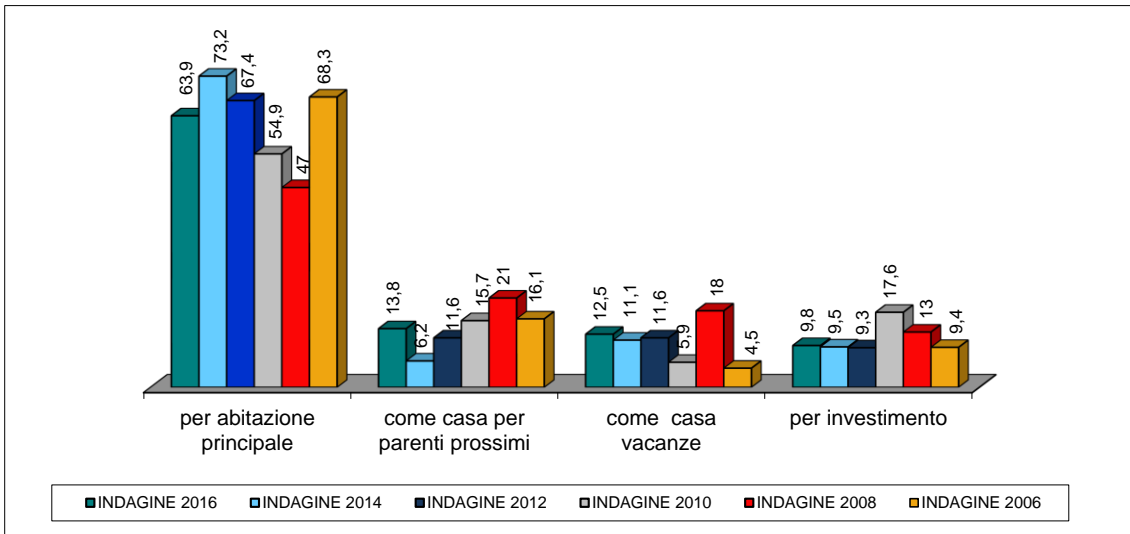
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Analizzando il profilo dei possibili futuri acquirenti è emerso che le figure più attive dovrebbero essere le coppie giovani senza figli o con figli piccoli, il cui capofamiglia ha un'età compresa fra i 25 e i 44 anni, con un reddito medio-alto che risiedono nel Nord Est e nel Centro del Paese.

Come sempre, chi pensa di farlo è spinto dall'esigenza di acquistare un'abitazione principale (63,9%), quindi, chi comprerà nel prossimo futuro lo farà prevalentemente per avere una casa propria o per migliorare le proprie condizioni abitative; tuttavia, il valore è sceso di ben 9,3 punti percentuali rispetto alla rilevazione effettuata nel 2014. Al secondo posto, con un notevole divario, si trova chi vuole acquistare per aiutare parenti prossimi (13,8%) e, in questo caso, c'è stato un incremento di 7,6 punti rispetto all'Indagine precedente; al terzo posto c'è chi pensa di acquistare una casa per le vacanze (12,5%), seguito da chi intende investire il proprio patrimonio (9,8%); da notare che, per quanto concerne le ultime due motivazioni, la situazione varia poco rispetto al biennio precedente (*graf. 11*).

GRAFICO 11

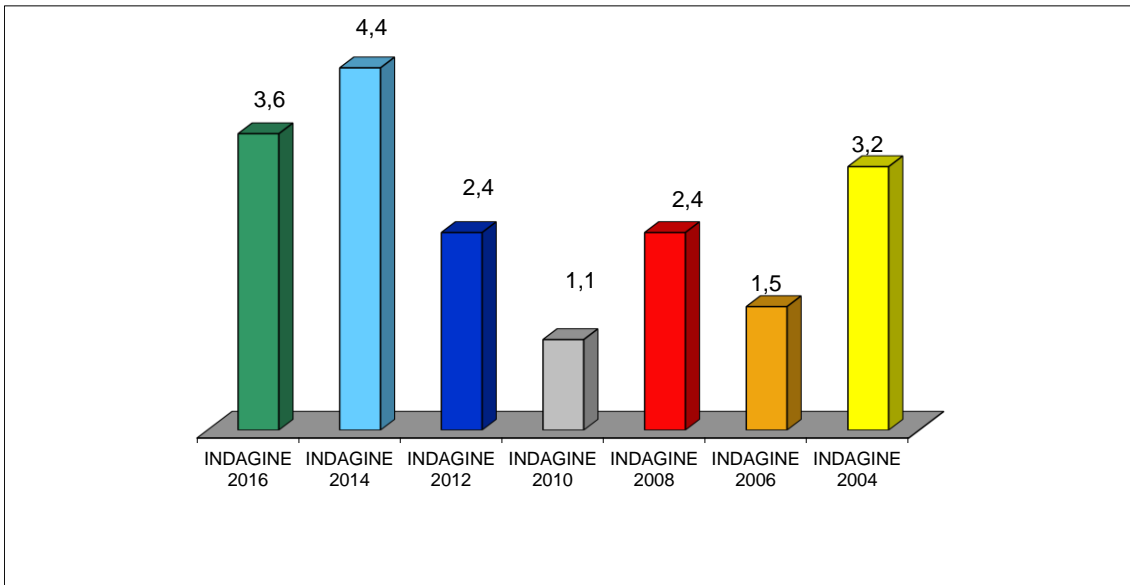
PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE DA ACQUISTARE
(val. %)



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

Per quanto riguarda l'offerta futura, si riscontra che nei due anni 2016-2017 il 3,6% delle famiglie intervistate ha intenzione di vendere un immobile, percentuale che diminuisce lievemente rispetto a quanto espresso nel 2014 (*graf. 12*). Questo potrebbe dipendere dal fatto che, visto che il numero delle transazioni ha ricominciato a crescere, le famiglie che non hanno un'esigenza impellente di vendere preferiscono aspettare nella speranza che anche i prezzi ricomincino a risalire.

GRAFICO 12
VENDITE PREVISTE
 (val. %)



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

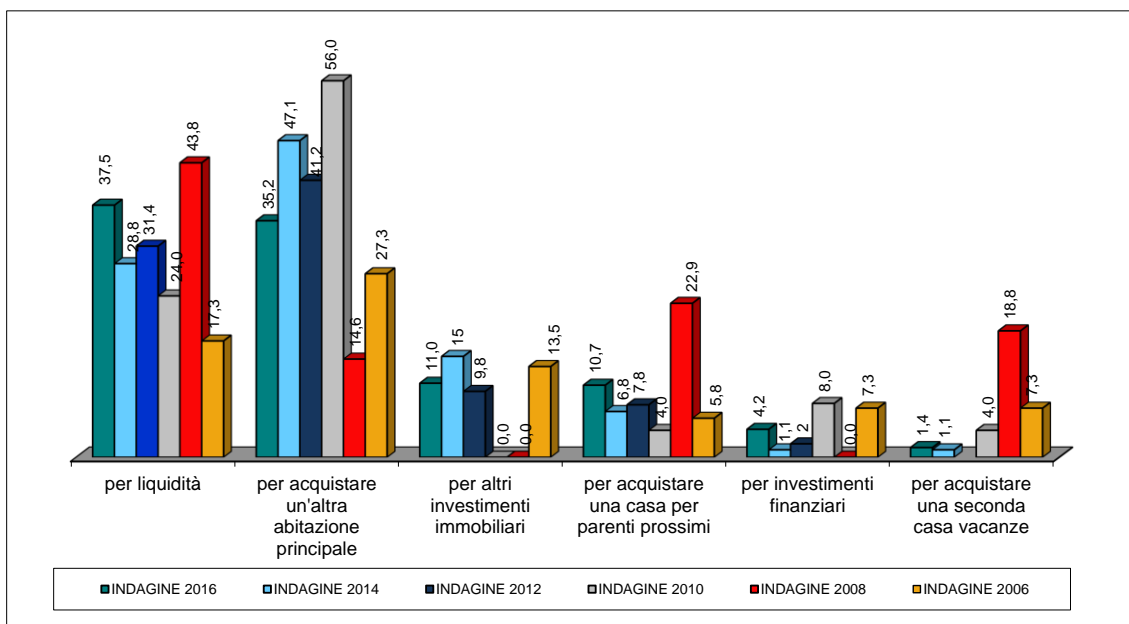
In questo caso si tratta prevalentemente di *single* o di coppie senza figli o con figli piccoli il cui capofamiglia ha un'età compresa fra i 35 e i 54 anni che risiedono al Centro o nelle Isole. La motivazione predominante che induce alla vendita di un'abitazione è il bisogno di liquidità (28,8%); al secondo posto c'è chi pensa di vendere per acquistare un'altra abitazione principale (47,1%); al terzo posto si trova chi intende vendere per fare altri investimenti immobiliari (11%); al quarto posto c'è chi pensa di cedere un'abitazione per acquistare una casa per parenti prossimi (10,7%); al quinto posto c'è chi ha intenzione di vendere per fare investimenti finanziari (4,2%); infine, c'è chi è spinto dal desiderio di prendere una casa per le vacanze.

In base al confronto con l'Indagine precedente è salita la quota di chi intende vendere per bisogno di liquidità e questo è sicuramente un segnale negativo; viceversa, scende la percentuale di chi pensa di vendere per comprare un'abitazione principale (11,9 punti) (*graf. 13*).

GRAFICO 13

PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA

(val. %)



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

5. Conclusioni

Finalmente dopo anni di crisi del mercato immobiliare, per la prima volta si assiste a una ripresa, se pur lieve, del settore; tale cambiamento è dovuto essenzialmente a una certa crescita delle compravendite relative alle abitazioni principali, mentre continua a scendere la richiesta di case destinate alle vacanze e all'investimento, fatto dovuto, molto probabilmente alla pressione fiscale sulle seconde case ancora piuttosto aspra. Quanto alle caratteristiche delle case è salita la richiesta dei monocalci, mentre è scesa quella dei trilocali; invece, le dotazioni più richieste sono la presenza di balconi e/o terrazza, riscaldamento autonomo e box/posto auto. Sulla scelta della prima casa pesano maggiormente, come sempre, la dimensione e il prezzo.

Anche per quanto riguarda l'offerta si è rilevato un aumento delle quote di famiglie che hanno ceduto un immobile nel biennio 2014-2015. Le abitazioni più vendute continuano a essere le abitazioni principali ma il valore è leggermente in crescita rispetto al biennio precedente, mentre sale in modo significativo la cessione di abitazioni detenute come forma di investimento e delle case vacanze e cala la vendita di alloggi per parenti prossimi. La causa predominante che ha spinto gli italiani a vendere un'abitazione è stata il bisogno di liquidità, anche se la quota è leggermente inferiore a quella della rilevazione precedente; al secondo posto c'è la vendita per la sostituzione dell'abitazione principale.

E' cresciuto il ricorso al mutuo da parte di chi ha acquistato, con un valore che tocca il suo massimo storico nelle rilevazioni effettuate fino a oggi da **Tecnoborsa**. Inoltre, la percentuale è decisamente sopra la media tra coloro che hanno preso un'abitazione per andarci a vivere, mentre è inferiore per quanto riguarda le seconde case indipendentemente dall'uso a cui sono destinate; infine, il 70% delle famiglie ha acceso un mutuo che copre dal 40% all'80% del prezzo pagato e circa l'80% di chi è ricorso a un mutuo ha ipotecato fino al 30% del reddito del nucleo familiare.

Per quanto riguarda le compravendite future emerge un quadro abbastanza positivo, infatti, sale leggermente, rispetto alla rilevazione precedente, la quota di chi pensa di acquistare, mentre scende quella di chi vorrebbe vendere e questo fa supporre che il calo dei prezzi a cui si è assistito negli ultimi anni dovrebbe arrestarsi o quanto meno rallentare. Altro fattore che lascia ben sperare è che le famiglie italiane avrebbero intenzione di riprendere ad acquistare anche le seconde case.

Nota metodologica

Campione rappresentativo delle famiglie italiane stratificato per:

- area geografica (n. 4 classi: Nord Ovest, Nord Est, Centro, Sud e Isole);
- tipologia di famiglia (n. 3 classi: famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli);
- ampiezza del comune (n. 3 classi: fino a 40.000 abitanti, da 40.000 a 250.000 abitanti, oltre 250.000 abitanti).

Numerosità campionaria complessiva 2.400 casi

Metodo di contatto sistema Cati (*computer assisted telephone interview*).

Tecnica di rilevazione questionario strutturato.

Periodo di effettuazione delle interviste marzo 2016.