

IV L'INDAGINE TECNOBORSA

2018: LE FAMIGLIE ITALIANE

E IL MERCATO IMMOBILIARE

TRANSAZIONI E MUTUI

a cura di Alice Ciani,

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

L'andamento delle transazioni immobiliari

effettuate nel biennio 2016-2017

e previste nel biennio 2018-2019

e i mutui sottoscritti dalle famiglie

nei 54 maggiori Comuni italiani

1. Introduzione

Tornano a salire i valori nelle grandi città ma, complessivamente, a fronte del dato ufficiale Omi - Agenzia delle Entrate di 542.480 compravendite immobiliari nel 2017 – quasi il 5% in più rispetto all'anno precedente – in Italia non si è ancora verificata una ripresa dei prezzi, per i quali, pertanto, bisognerà aspettare ancora qualche anno. Dunque, prezzi calmierati e tassi di poco superiori al 2% per i mutui hanno vivacizzato il mercato immobiliare italiano per il quarto anno consecutivo di crescita.

Inoltre, anche gli stranieri sono attratti dall'investimento nel nostro Paese e non solo nelle località turistiche, dal momento che manifestano particolare interesse soprattutto per gli immobili di pregio.

Sotto il profilo fiscale il settore, fortemente tassato negli anni più recenti, fortunatamente non registra un inasprimento ma neanche un miglioramento come sarebbe fortemente auspicabile per rilanciarlo ulteriormente.

L'Indagine **Tecnoborsa** 2018 si è incentrata su un campione di 54 Comuni italiani grandi, medio-grandi e medi, fortemente rappresentativi di tutte le Regioni, per consentire un'analisi più dettagliata a livello di macroaree.

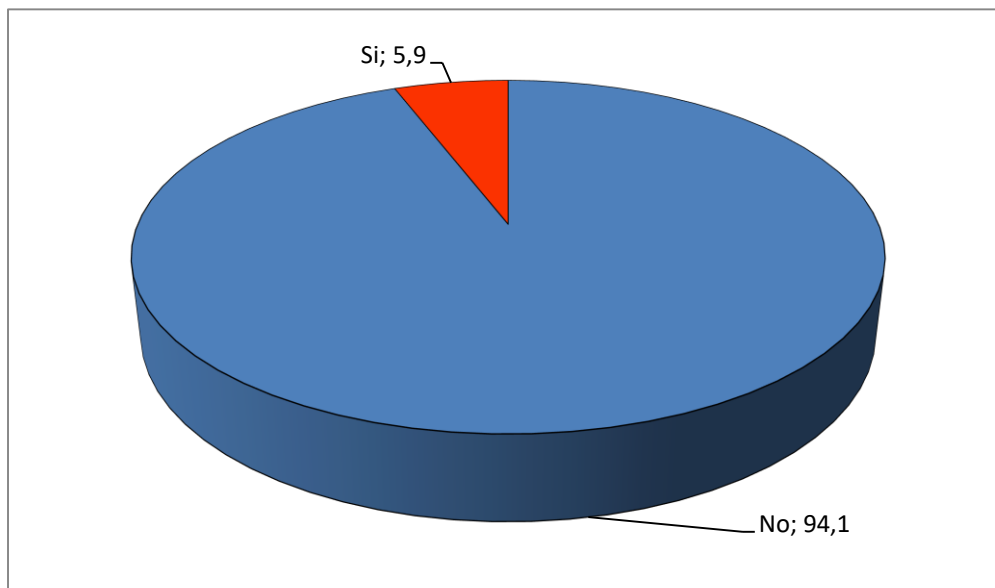
In uno scenario di ripresa diffusa c'è comunque da sottolineare che, a livello europeo, l'Italia registra un andamento più lento rispetto al resto d'Europa.

2. Le transazioni immobiliari effettuate negli ultimi due anni

2.1. Le compravendite effettuate

Nel biennio 2016-2017 il 5,9% delle famiglie intervistate che risiedono nei 54 Comuni italiani presi in esame hanno dichiarato di aver acquistato un'abitazione nei due anni antecedenti l'Indagine (*graf. 1*).

GRAFICO 1
ACQUISTI EFFETTUATI
(val. %)

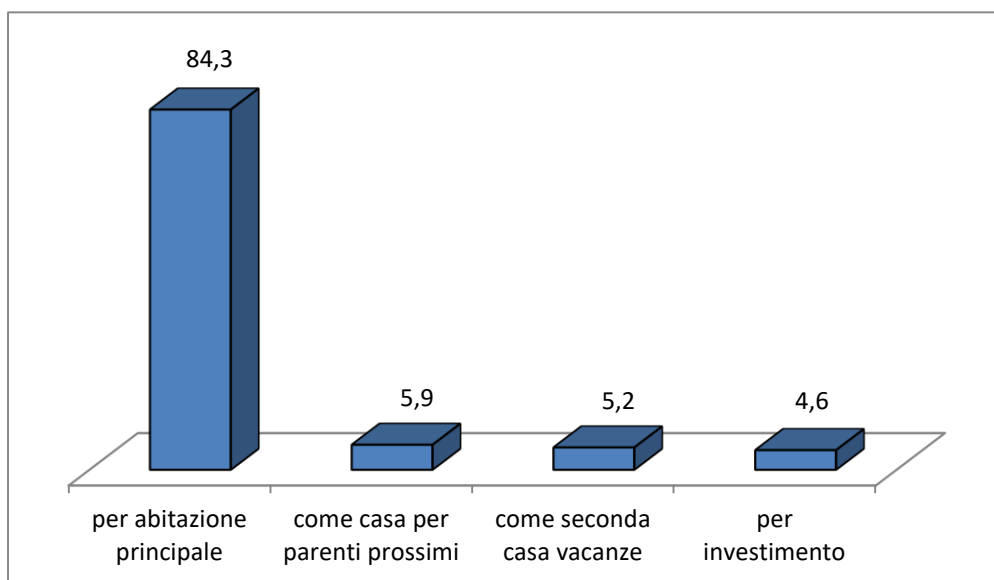


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

I Comuni Capoluogo di Regione sono risultati più attivi di quelli non Capoluogo e le macroaree che presentano valori sopra la media sono il Nord-Ovest e il Centro. A livello demografico emergono i single e le coppie con figli grandi e quelle mature senza figli in casa; queste due tipologie di nuclei familiari sono spinti molto probabilmente da esigenze opposte: i primi per trovare alloggi più ampi, i secondi per ridurre gli spazi e/o per avvicinarsi a parenti prossimi.

Dall'analisi dell'utilizzo dell'immobile acquistato, al primo posto si continua a trovare l'acquisto dell'abitazione principale (84,3%), al secondo posto, ma con uno stacco nettissimo, si trova la motivazione come seconda casa per parenti prossimi (5,9%), seguita da chi acquista una seconda casa vacanze (5,2%); infine, all'ultimo posto vi sono coloro che hanno comprato per investire (4,6%) (*graf. 2*).

GRAFICO 2

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE ACQUISTATO
(val. %)

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

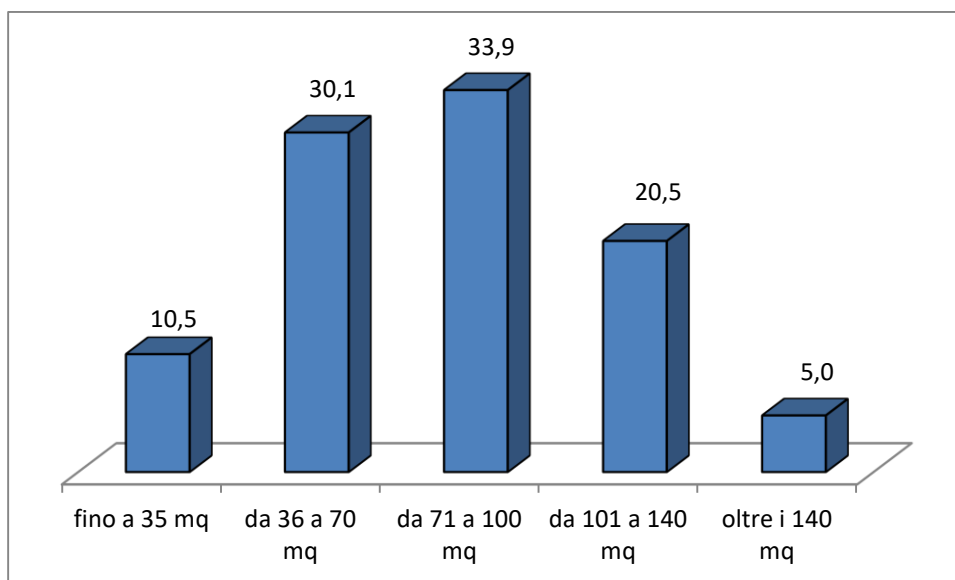
Nei Comuni Capoluogo prevalgono coloro che hanno preso un'abitazione per parenti prossimi e per investimento. Dall'analisi geografica risulta che al Nord-Ovest è alta la quota di chi ha acquistato una seconda casa vacanze e/o una casa per parenti prossimi; al Nord-Est quella di chi ha voluto investire la propria ricchezza su un immobile; al Centro prevalgono coloro che hanno acquistato per migliorare la propria condizione abitativa; infine, al Sud e nelle Isole vi sono coloro che hanno preso una casa per parenti prossimi. Un'alta percentuale di single ha acquistato una casa per investimento, le coppie con figli hanno comprato per cambiare l'abitazione principale; le coppie mature senza figli hanno speso per investire i propri beni o per comprare una casa per i parenti prossimi.

Da un'analisi della superficie si è riscontrato che prevale la richiesta di abitazioni che vanno dai 71 ai 100 mq (33,9%), il 30,1% ha scelto appartamenti fra i 36 e i 70 mq e il 20,5% quelle tra i 101 e i 140 metri quadri. Molto bassa è la quota di immobili con una superficie inferiore ai 35 mq (10,5%) e quella con più di 140 mq (5%) (*graf. 3*).

GRAFICO 3

DIMENSIONE DEGLI IMMOBILI

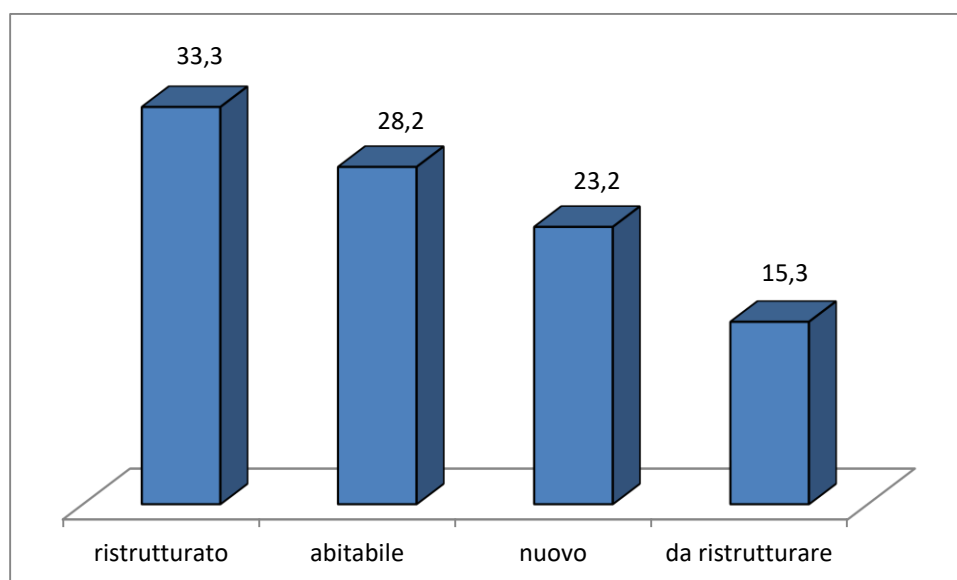
(val. %)



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

Per quanto riguarda lo stato dell'immobile, affiora una notevole preferenza verso gli immobili ristrutturati o abitabili; in particolare: il 33,3% ha acquistato un immobile ristrutturato, il 28,2% uno abitabile, il 23,2% uno nuovo e, infine, il 15,3% uno da ristrutturare (*graf. 4*). Il fatto che gli immobili più venduti siano case già ristrutturate o abitabili dipende dal fatto che si cerca di immettere sul mercato immobili in buono stato per favorirne la vendita.

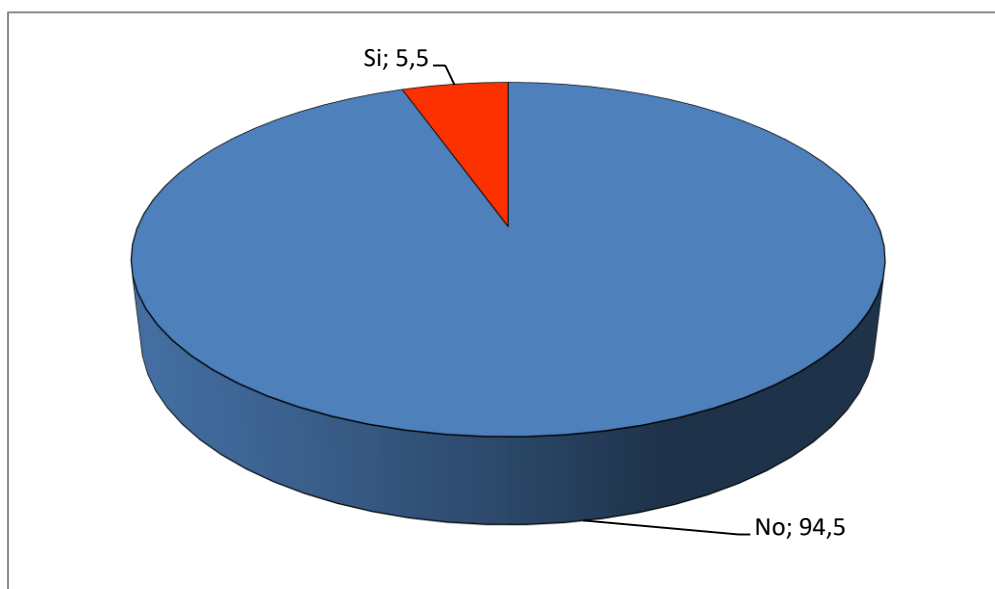
GRAFICO 4
STATO DEGLI IMMOBILI
(val. %)



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

Spostando l'analisi su coloro che hanno venduto almeno un'abitazione nel biennio 2016-2017 si è riscontrato che il 5,5% delle famiglie italiane residenti nelle città prese in esame ha venduto un'abitazione, (*graf. 5*) e dal confronto tra domanda e offerta è emerso che il *gap* è molto basso, fattore che dovrebbe portare a un arresto del calo dei prezzi degli immobili a cui si è assistito negli ultimi anni.

GRAFICO 5
VENDITE EFFETTUATE
(val.%)



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

Come per chi ha acquistato, anche per la vendita i Comuni più attivi sono stati i Capoluoghi del Nord-Ovest e del Centro Italia.

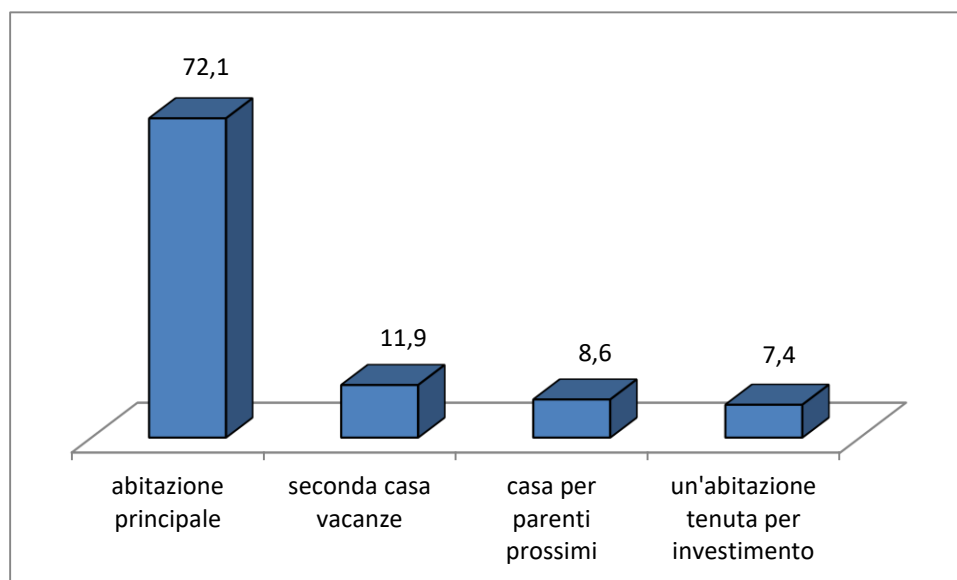
Dall'analisi del profilo socio-demografico è emerso che hanno venduto una casa prevalentemente coppie giovani e/o mature, entrambe senza figli.

Il 72,1% di coloro che hanno venduto un'abitazione hanno affermato di aver ceduto l'immobile di residenza; al secondo posto c'è chi ha venduto le seconde case destinate alle vacanze (11,9%); a seguire, con uno scarto di soli 3,1 punti percentuali, vi sono coloro che hanno ceduto le case per parenti prossimi (8,6%); infine, vi sono coloro che si sono disfatti di abitazioni per investimento (7,4%) (*graf. 6*).

GRAFICO 6

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE VENDUTO

(val. %)

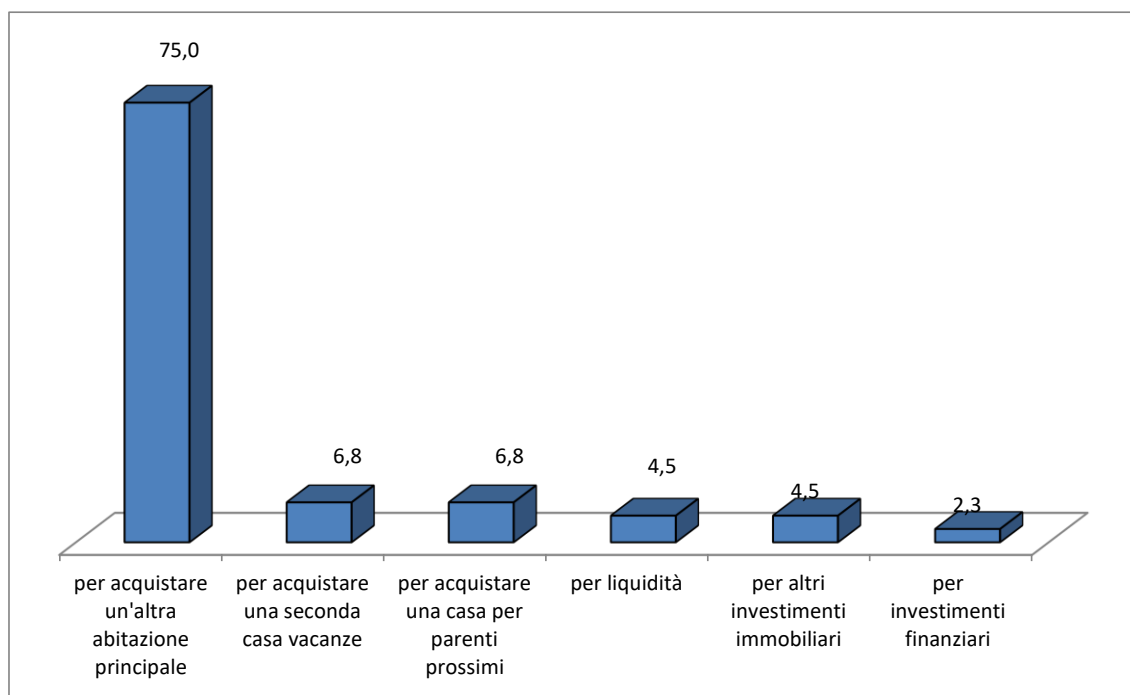


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La vendita di abitazioni principali è sopra il valore medio nel Centro del nostro Paese; le seconde case vacanze sono state vendute prevalentemente da coloro che risiedono al Nord; invece, le seconde case per parenti prossimi sono state cedute da chi vive nel Nord-Est; infine, le case utilizzate come forma di investimento sono state cedute prevalentemente da chi sta nel Nord-Ovest, Sud e Isole.

La motivazione predominante che ha indotto alla vendita rimane la sostituzione con un'altra abitazione principale (75%); seguita, a parità di punteggio, dal desiderio di acquistare una casa per parenti prossimi o una seconda casa vacanze (6,8%); sempre a parità di punteggio, c'è chi ha ceduto un'abitazione per fare altri investimenti immobiliari o per bisogno di liquidità (4,5%); infine, vi sono coloro che hanno venduto per effettuare investimenti finanziari (2,3%) (*graf. 7*).

GRAFICO 7
PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA
 (val. %)

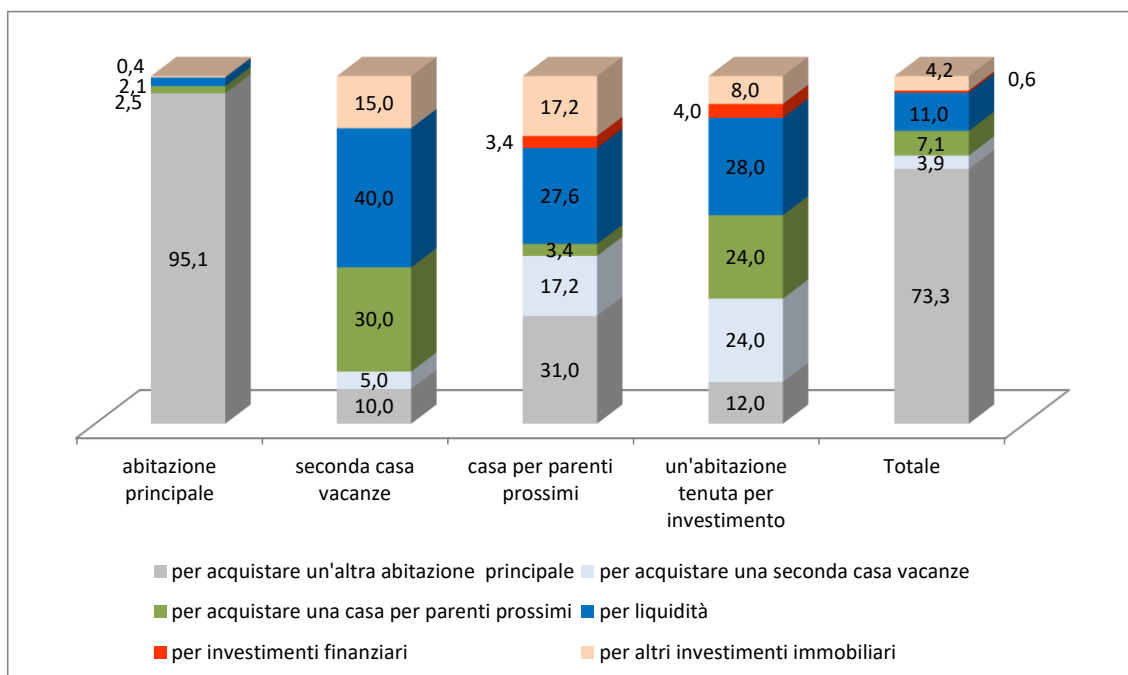


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dall'incrocio fra il tipo di abitazione venduta e il motivo della vendita è emerso che il 95,1% di coloro che hanno venduto un'abitazione principale l'hanno fatto per acquistare un'altra prima casa; la motivazione maggiore dietro la vendita di una seconda casa per le vacanze è principalmente il bisogno di liquidità (40%), seguita dal desiderio di acquistare una casa per parenti prossimi (30%) e dalla scelta di fare altri investimenti immobiliari (15%); Tra chi ha ceduto una casa in origine destinata a parenti prossimi è sopra media la necessità di svincolare ricchezza (27,6%), seguita a parità di punteggio dalla voglia di fare altri investimenti immobiliari e dal desiderio di avere una seconda casa per le vacanze (17,2%); invece, hanno venduto un immobile precedentemente acquistato per investimento il 28% per bisogno di liquidità, il 24% per acquistare una seconda casa per parenti prossimi e per vacanze; infine, l'8% per fare altri investimenti immobiliari (*graf. 8*).

GRAFICO 8

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



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

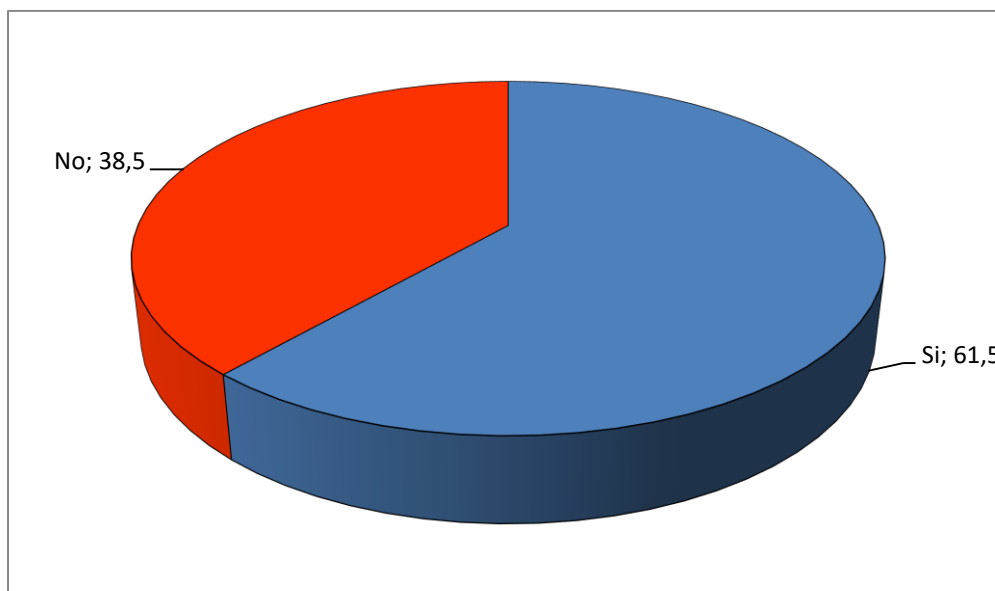
3. Il ricorso ai mutui

Tra coloro che hanno acquistato una casa il 61,5% ha dichiarato di aver fatto ricorso a un finanziamento o a un mutuo (*graf. 9*); tale valore decisamente elevato è dovuto sia al calo dei tassi d'interesse praticato dalla Bce sia dall'allentamento della stretta creditizia adottata dalle banche.

GRAFICO 9

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

(val. %)



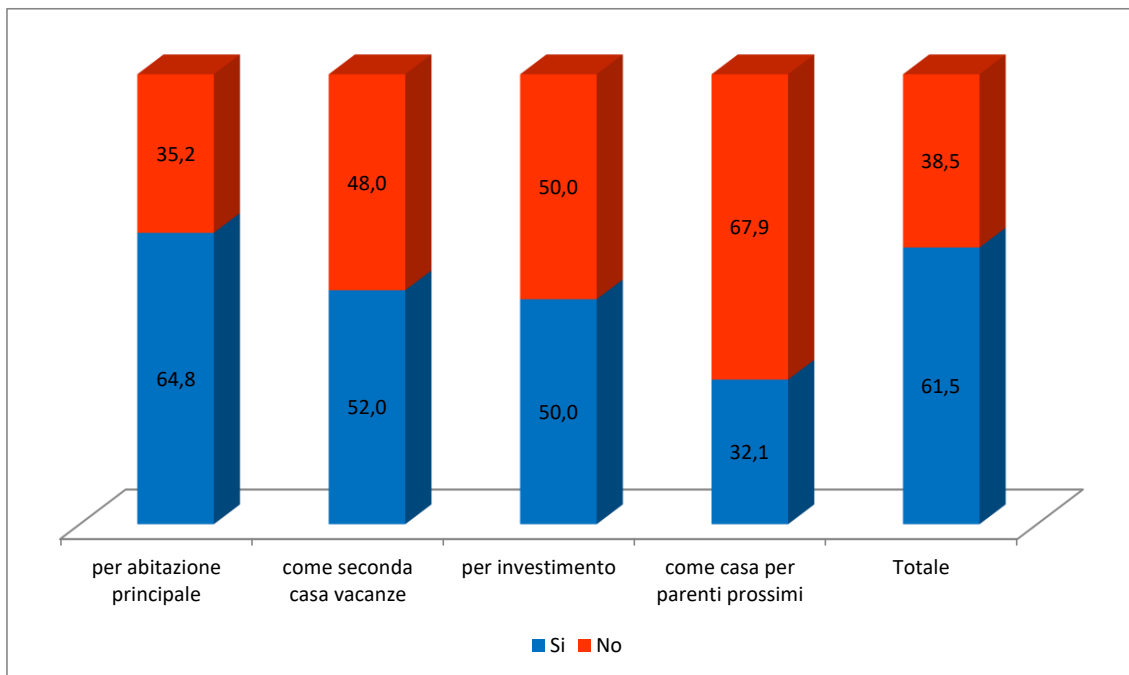
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Il fenomeno è piuttosto omogeneo a livello territoriale, mentre a livello demografico sono sopra la media i single e le coppie con figli grandi il cui capofamiglia ha fra i 35 e i 44 anni.

In particolare, sono ricorsi ai mutui/finanziamenti il 64,8% di coloro che hanno acquistato un'abitazione principale, il 52% di chi ha preso una seconda casa vacanze, il 50% di chi ha comprato un immobile per investimento e il 32,1% di chi ha voluto acquistare una casa per parenti prossimi (*graf. 10*).

GRAFICO 10

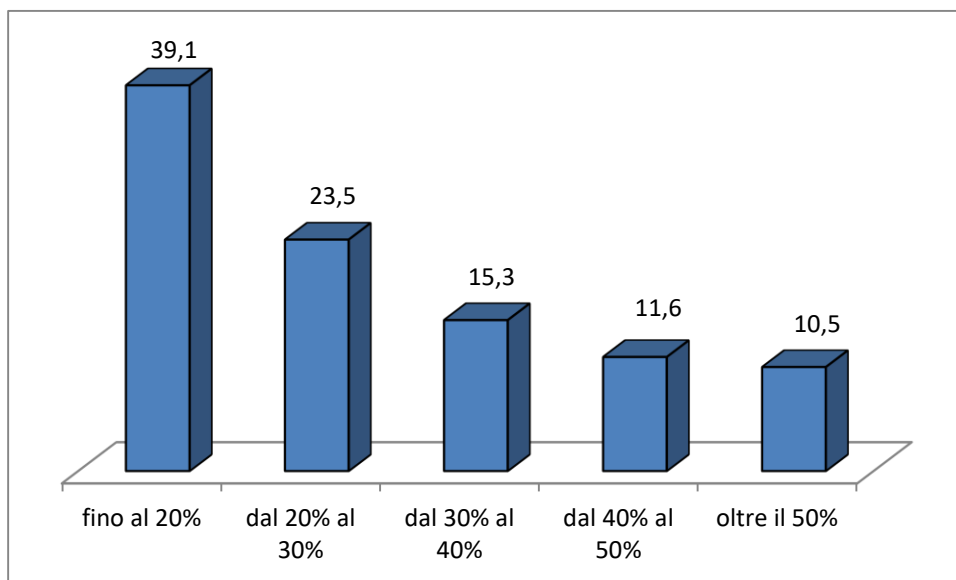
PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE
 FACENDO RICORSO A UN MUTUO
 (val. %)



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

Il 39,1% di coloro che hanno acceso un mutuo lo ha fatto per finanziare fino al 20% del prezzo pagato per l'immobile; il 23,5% ha preso un mutuo che copre dal 20% al 30%; il 15,3% ne ha acceso uno che va dal 30% al 40%; l'11,6% ha preso un mutuo che copre dal 40% al 50%; infine, il 10,5% ha pagato con i propri risparmi meno della metà dell'immobile acquistato (graf. 11).

GRAFICO 11
PERCENTUALE DEL PREZZO DELL'IMMOBILE
PAGATO ATTRAVERSO IL MUTUO
 (val. %)



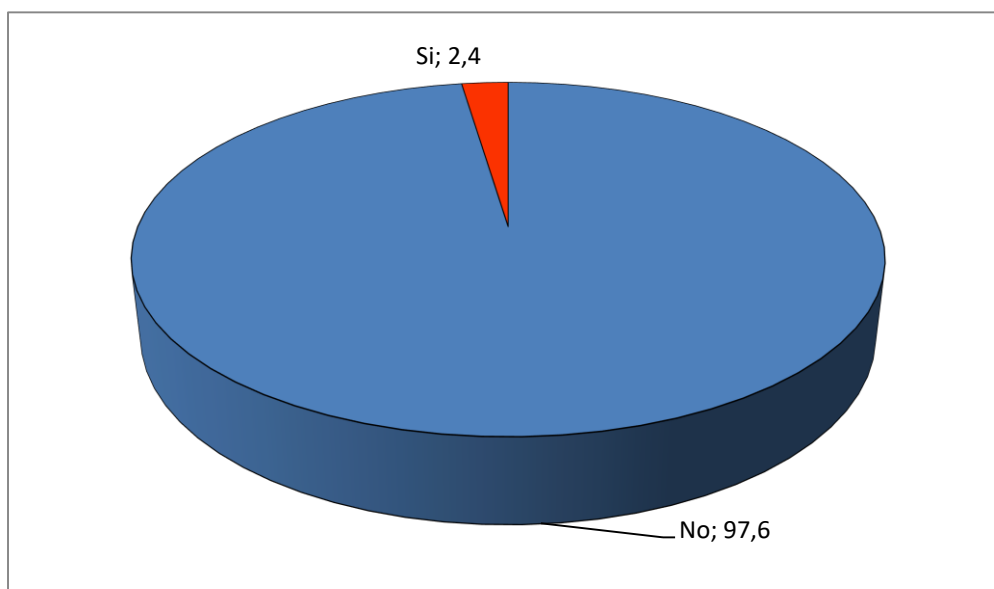
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

4. Le transazioni immobiliari previste nei prossimi due anni

4.1. Le compravendite previste

Andando a indagare sulle intenzioni di acquisto da parte delle famiglie residenti nei 54 Comuni italiani presi in esame è emerso che il 2,4% degli intervistati dichiara di avere intenzione di prendere un'abitazione nel biennio 2018-2019, facendo ben sperare nel proseguimento del *trend* positivo intrapreso dal settore (*graf. 12*). 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 12
ACQUISTI PREVISTI
(val. %)

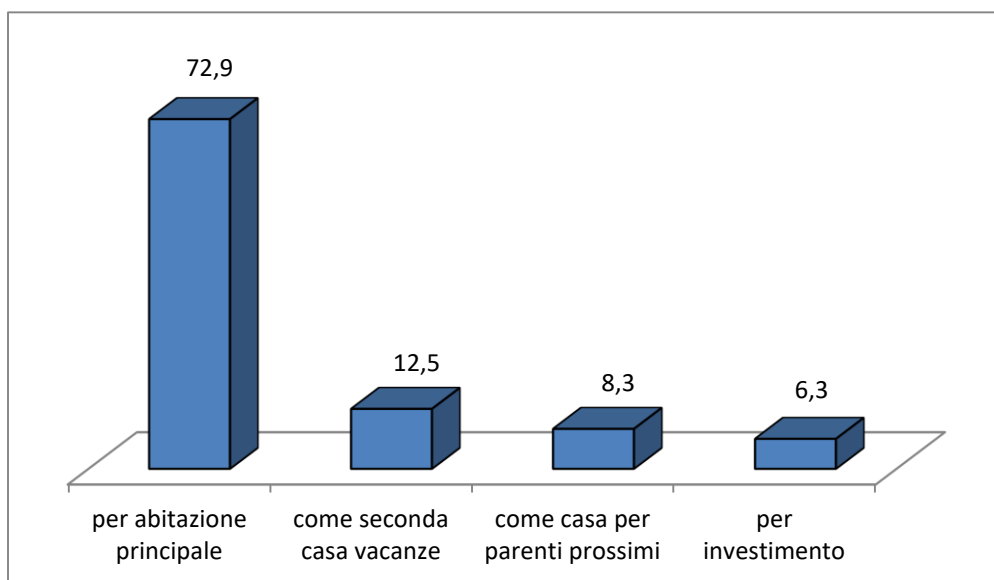


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Analizzando la situazione a livello territoriale, come per chi ha già acquistato sono sopra media per le intenzioni future di chi risiede nei Comuni Capoluogo, inoltre le aree più attive dovrebbero essere il Nord-Ovest, il Sud e le Isole.

Anche rispetto alle motivazioni d'acquisto, come per chi ha già comprato una casa, chi pensa di farlo è spinto dalla necessità di acquistare un'abitazione principale (72,9%), quindi, chi acquisterà nel prossimo futuro lo farà prevalentemente per la necessità di avere una casa propria o per migliorare la propria condizione abitativa. Al secondo posto si trovano coloro che vorrebbero acquistare la seconda casa per le vacanze (12,5%), seguiti da chi pensa di acquistare una seconda casa per parenti prossimi (8,3%); infine, vi sono coloro che intendono acquistare per investire il proprio capitale (6,3%) (graf. 13).

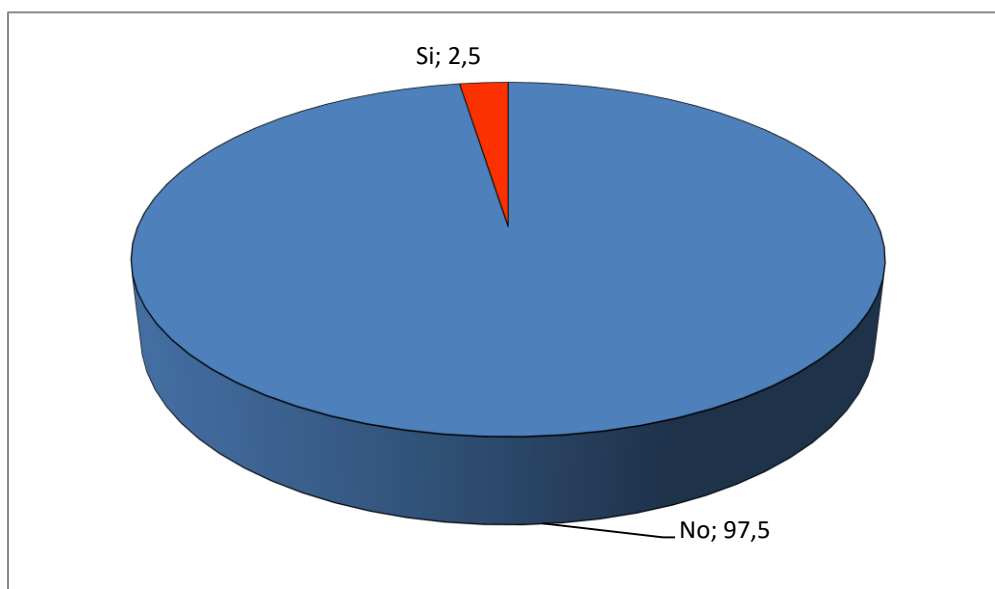
GRAFICO 13

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

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

Spostando l'analisi dalla parte delle previsioni di offerta da parte dei privati cittadini emerge che, nel biennio 2018-2019, il 2,5% delle famiglie intervistate ha intenzione di vendere un immobile (*graf. 14*). Si tratta prevalentemente di coppie con figli grandi che vivono nei Comuni non Capoluoghi del Nord-Est e del Centro.

GRAFICO 14
VENDITE PREVISTE
(val. %)



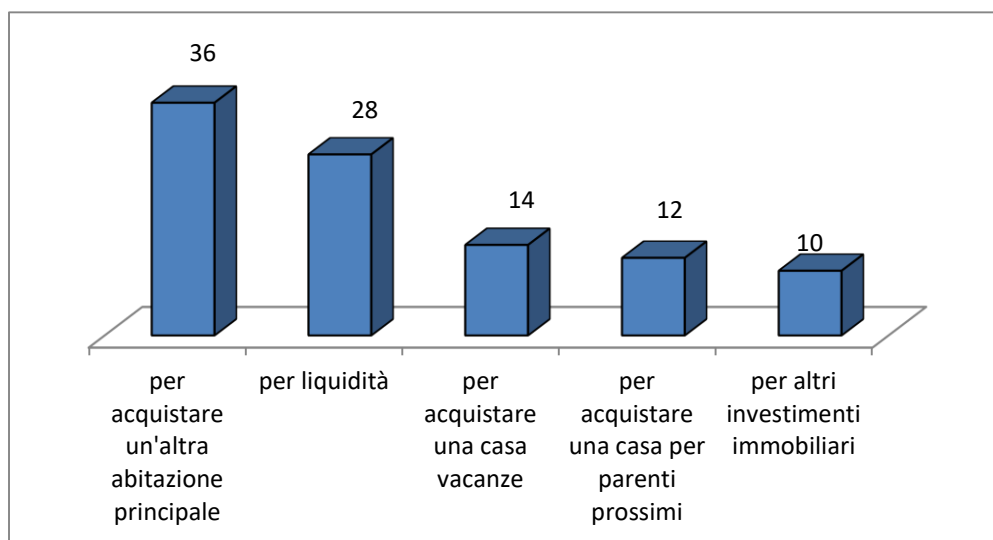
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

La motivazione predominante che sembra indurre alla vendita di un'abitazione è l'esigenza di acquistare un'altra abitazione principale (36%); al secondo posto c'è chi pensa di vendere per smobilitare denaro (28%); al terzo posto, si trova chi vorrebbe vendere per prendere una seconda casa vacanze (7%); al quarto c'è chi vorrebbe acquistare una seconda casa per parenti prossimi (12%); infine, il 10% prevede di vendere per fare investimenti finanziari (*graf. 15*).

GRAFICO 15

PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA

(val. %)



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

5. Conclusioni

Dall'Indagine **Tecnoborsa** 2018 è emerso che nel biennio 2016-2017 circa il 6% delle famiglie intervistate ha acquistato un'abitazione e le macroaree più attive sono state il Nord-Ovest e il Centro Italia. Come sempre la motivazione principale è il desiderio di risiedere in una casa di proprietà, le altre seguono con un notevole distacco e non presentano differenze rilevanti; tuttavia, i single hanno preferito acquistare case per investimento mentre le coppie con figli hanno privilegiato le abitazioni principali.

Dall'analisi delle caratteristiche dell'immobile acquistato si è riscontrato che i tagli preferiti sono stati quelli medi e medio piccoli; inoltre, gli acquirenti hanno preferito prendere abitazioni già ristrutturate, lasciando come fanalino di coda quelle da ristrutturare.

Passando alle vendite, è emerso che il valore è allineato a quello degli acquisti e infatti, anche in questo caso, poco meno del 6% delle famiglie ha affermato di aver venduto un'abitazione nel biennio preso in esame; pure per le aree le vendite sono allineate con gli acquisti: le più vivaci sono state il Nord-Ovest e il Centro Italia. Le case più vendute sono state le abitazioni principali, seguite con un notevole distacco (60,2 punti percentuali), dalle case vacanze; con piccole differenze seguono le case per parenti

prossimi e per investimento. I tre quarti degli intervistati ha affermato di averlo fatto spinto dalla necessità di sostituire l'abitazione principale; seguono con un notevole distacco (circa 70 punti percentuali), tutte le altre motivazioni. Analizzando il motivo della vendita rispetto al tipo di abitazione venduta e è emerso che la quasi la totalità di coloro che hanno venduto un'abitazione principale l'ha fatto per acquistare un'altra prima casa; mentre la motivazione principale che ha spinto le famiglie alla vendita di una seconda casa per le vacanze, per parenti prossimi e/o per investimento è stato il bisogno di liquidità.

Per quanto concerne la richiesta di mutuo da parte di chi ha acquistato si è riscontrato che più del 60% degli acquirenti vi ha fatto ricorso. Inoltre, dall'analisi incrociata con il motivo di acquisto si è visto che la percentuale sale tra coloro che hanno preso un'abitazione principale, scende a circa il 50% tra coloro che hanno comprato una casa per le vacanze o per investimento ed è a poco più del 30% tra chi ha preso una casa per parenti prossimi. Più del 60% delle famiglie hanno acceso mutui che coprono fino al 30% del prezzo del bene acquistato.

Andando a sondare le transazioni previste per il biennio 2018-2019 poco più del 2% degli intervistati ha manifestato l'intenzione di acquistare un'abitazione; il valore, anche se inferiore a quello visto per gli acquisti già effettuati, non deve far pensare che il mercato subirà una battuta di arresto, dal momento che si sta parlando di intenzioni e, quindi, le persone tendono ad assumere un atteggiamento prudentiale. Anche in questo caso la motivazione principale rimane di gran lunga il desiderio di comprare una casa in cui vivere.

Spostando l'analisi sull'offerta futura anche qui il valore si attesta intorno al 2%, risultando inferiore a quello riscontrato per le vendite effettuate. La motivazione principale continua a essere il desiderio di sostituire l'abitazione principale con una più adatta alle esigenze del nucleo familiare; tuttavia, il bisogno di liquidità è al secondo posto con una differenza marginale (8 punti percentuali), mentre, a seguire, si incontrano le altre tre motivazioni.

Nota metodologica

L'obiettivo dello studio è stato quello di rilevare, descrivere e analizzare l'andamento degli acquisti e delle vendite immobiliari presso un campione statisticamente rappresentativo dell'universo di interesse formato dalle famiglie italiane (analizzate su 54 Comuni), che abbiano effettuato delle transazioni immobiliari nel biennio 2016-2017 o che abbiano intenzione di effettuare delle transazioni immobiliari nel biennio 2018-2019.

- Campione rappresentativo dell'universo delle famiglie italiane (residenti nei Capoluoghi di Provincia, in una selezione di Comuni con una densità compresa tra i 91.000 e i 170.000 nuclei familiari e in una selezione di Comuni con una densità inferiore ai 90.000 nuclei, per un totale di 54 Comuni analizzati). Domini di studio: tipologia familiare: n. 3 classi (famiglie unipersonali, coppie con figli, coppie senza figli); residenza degli intervistati: n. 54 classi (tutti i Capoluoghi di Provincia e i Comuni stratificati in fasce di densità). I dati sono riportati all'universo. Campione *focus* NTN: campione di famiglie italiane (nei Comuni analizzati), che hanno effettuato un'acquisto/vendita di un'abitazione nel biennio '16-17. Il sovracampionamento è stato calcolato sul Numero di Transazioni Normalizzate (NTN), rispetto alla quota di proprietà compravenduta, sulla base dei dati contenuti nel "Rapporto Immobiliare 2017 "Residenziale" – Agenzia del Territorio".
- Numerosità campionaria complessiva: 2.017 casi. Anagrafiche "Non reperibili": 10.846 (53,9%); "Rifiuti": 7.254 (36,1%); "Sostituzioni": 18.100 (90,0%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,2\%$). Campione *focus* NTN: Numerosità campionaria complessiva: 402 casi. Anagrafiche "Non reperibili": 1.416 (60,0%); "Rifiuti": 543 (23,0%); "Sostituzioni": 1.959 (83%). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 5\%$). Fonte delle anagrafiche: elenchi telefonici dei Comuni analizzati.
- Metodo di contatto: interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*).
- Tecnica di rilevazione: questionario strutturato.
- Periodo di effettuazione delle interviste: dal 3 aprile al 2 maggio 2018.