

I - L'INDAGINE TECNOBORSA 2008: LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE TRANSAZIONI EFFETTUATE E MUTUI

a cura di Alice Ciani
Centro Studi sull'Economia Immobiliare di **Tecnoborsa** - CSEI

**Si è aperto un nuovo ciclo immobiliare:
le scelte, le motivazioni e gli orientamenti delle famiglie italiane
a confronto negli ultimi sei anni**

1. Introduzione

L'Italia si trova ad affrontare un nuovo ciclo immobiliare, dopo una crescita proliferante registrata dal 1998 al 2007. Come già rilevato da **Tecnoborsa** con la precedente Indagine 2007, è proprio a partire dalle sei grandi città italiane¹ che sono giunti i primi segnali di crisi del mercato; risultati confermati dal sensibile calo delle transazioni che, secondo gli ultimi dati dell'Agenzia del Territorio per il secondo semestre 2007, registrano un decremento sul 2006 pari al -7,1%, in generale, e del -4,6% per il solo settore residenziale², cioè quello che riguarda più da vicino le famiglie italiane. I prezzi rimangono al centro delle preoccupazioni delle famiglie, anche se il nuovo ciclo fa già intuire una possibile diminuzione, se pur probabilmente contenuta, degli stessi. Il rapporto prezzo/qualità dell'immobile sarà sempre di più la *conditio sine qua non* nel campo delle compravendite immobiliari.

Un capitolo a parte meritano le locazioni, in un Paese in cui negli ultimi anni, secondo dati ufficiali, l'affitto medio annuo ha subito notevoli incrementi, soprattutto al Nord. Non bisogna, inoltre, dimenticare che nell'80% dei casi di sfratto la causa principale è la morosità, indice di un disagio abitativo che riguarda oltre 2 milioni e mezzo di famiglie.

Per quanto concerne i mutui la Bce ha mantenuto al 4% il tasso minimo da giugno del 2007 e, tutto sommato, la crisi del mercato immobiliare e lo scoppio della bolla *subprime* negli Usa non ha spento la voglia di mutuo degli italiani che registrano soltanto un consistente spostamento verso i tassi fissi - che ormai rappresentano il 70% delle erogazioni. Infatti, nella seconda metà del 2007, nel pieno della turbolenza dei mercati, si è registrato un incremento del 2%, mentre le preoccupazioni per l'aumento dei tassi avevano influito negativamente sull'andamento del primo semestre. Anche qui ci sono indici di sofferenza, tanto è vero che l'Antitrust ha denunciato il caso di 110 mila famiglie

¹ Cfr. "Qei - Quaderni di Economia Immobiliare - Periodico semestrale di **Tecnoborsa**, N. 8 Luglio/Dicembre 2007".

² Agenzia del Territorio, Nota semestrale OMI, Il mercato immobiliare nel II semestre 2007

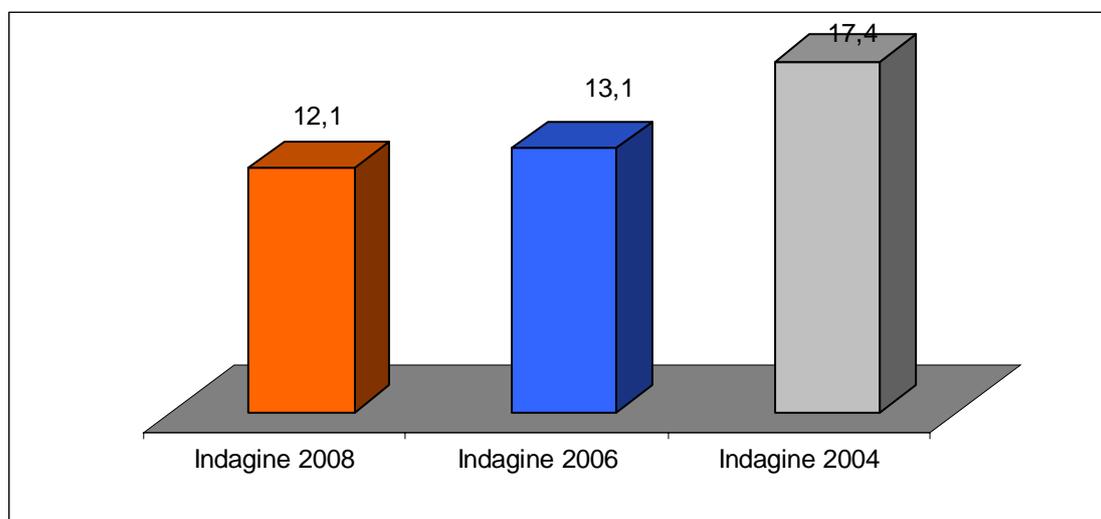
con problemi di insolvenza per il caro mutui e 420 mila in difficoltà, dal momento che continua a crescere la consistenza dei prestiti a carico delle famiglie italiane.

Proprio trattandosi della fine di un ciclo importante, **Tecnoborsa** ha condotto l'analisi della presente Indagine 2008 anche attraverso uno stretto confronto con i dati delle precedenti Indagini 2006³ e 2004⁴.

2. Le transazioni immobiliari effettuate negli ultimi due anni

Dall'analisi svolta risulta che nel biennio 2006-2007 il 12,1% delle famiglie italiane intervistate ha effettuato almeno una transazione - acquistato, venduto, preso o dato in locazione un immobile. Mettendo a confronto l'Indagine attuale con quelle nazionali del 2006 e del 2004 è emerso che continua a diminuire la quota di chi ha effettuato almeno una transazione (*graf. 1*).

GRAFICO 1
TRANSAZIONI EFFETTUATE:
CONFRONTO INDAGINI 2004-2006-2008
(val. %)



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

In linea con quanto riscontrato nelle precedenti Indagini le famiglie più attive sono state prevalentemente quelle giovani, con un livello di istruzione alto ed uno *status* economico

³ Cfr. “*Qei – Quaderni di Economia Immobiliare – Periodico semestrale di Tecnoborsa*, N. 7 Luglio/Dicembre 2006”.

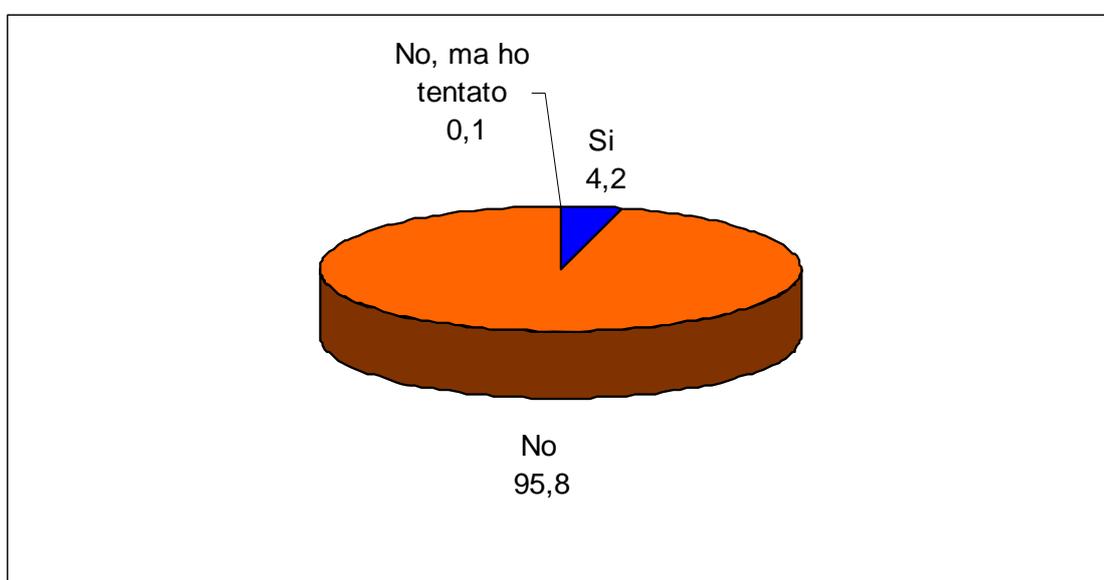
⁴ Cfr. “*Qei – Quaderni di Economia Immobiliare – Periodico semestrale di Tecnoborsa*, N. 4 Gennaio/Giugno 2005 e N.2 Gennaio/Giugno 2004”.

elevato. Dal punto di vista territoriale la situazione è piuttosto omogenea, sia rispetto alla macro area di residenza, sia rispetto all'ampiezza del Comune.

2.1. Le compravendite effettuate

Andando ad analizzare le compravendite è emerso che il 4,2% delle famiglie intervistate ha acquistato un immobile nel biennio considerato, mentre solo lo 0,1% ha tentato senza riuscirvi (*graf. 2*).

GRAFICO 2
ACQUISTI EFFETTUATI
(val. %)



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

Dal confronto dell'Indagine 2008 con quella 2006 si è riscontrato che la percentuale di famiglie che ha acquistato un'abitazione è scesa solo dello 0,5% e dell'1,1% per chi ha tentato senza successo; conseguentemente, sono saliti di 1,6 punti percentuali coloro che nel biennio considerato non hanno acquistato un'abitazione. Il calo è ancora più marcato se il confronto viene fatto con il risultato rilevato nel 2004 (-2,2 punti percentuali).

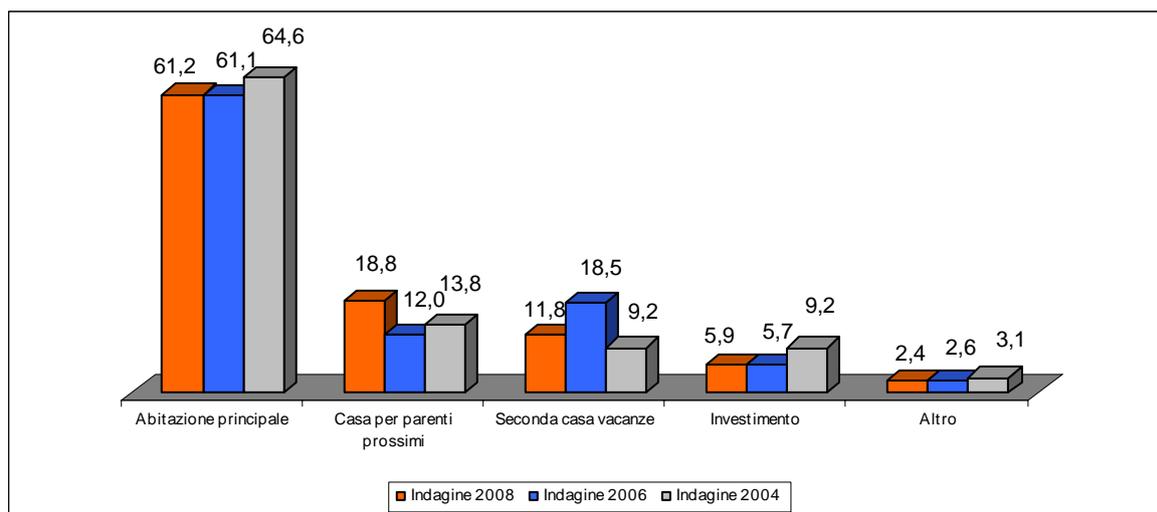
Analogamente a quanto riscontrato nell'Indagine 2006 hanno comprato casa famiglie giovani, con un livello culturale alto o medio alto, con una buona situazione economica e appartenenti a nuclei familiari in crescita (coppie giovani senza figli o con figli piccoli). Inoltre, le famiglie più attive sono quelle che risiedono nel Nord Ovest del Paese; viceversa, le meno attive sono quelle del Centro Italia. Dalla ricerca è emerso, infine, che

l'acquisto di un'abitazione non è correlato all'ampiezza demografica del Comune di residenza della famiglia.

Come per le Indagini precedenti, più della metà di chi ha comprato o tentato di comprare casa lo ha fatto per acquistare l'abitazione in cui vivere (il 61,2% di coloro che hanno acquistato un'abitazione); un'altra percentuale rilevante lo ha fatto per l'acquisto della casa per parenti prossimi (18,8%), o per la seconda casa per le vacanze (11,8%); una percentuale minore per investimento (5,9%); il restante 2,4% ha acquistato un'abitazione per altri motivi. Dal confronto tra le ultime due Indagini nazionali è emerso che è scesa di 6,7 punti la percentuale di coloro che hanno acquistato una casa per andare in vacanza e questo è dovuto anche al fatto che sono cambiate le abitudini degli italiani. Infatti, si va in vacanza per brevi periodi e preferibilmente cambiando località. Viceversa, è salita di 6,8 punti la percentuale di chi acquista una casa per i familiari. Quindi, si compra casa prevalentemente per necessità e ciò è dovuto sia ai costi elevati raggiunti dalle case, sia alla crescita dei tassi d'interesse. Per quanto riguarda le altre motivazioni, la situazione è rimasta pressoché stazionaria (graf. 3).

GRAFICO 3

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE ACQUISTATO:
CONFRONTO INDAGINI 2004-2006-2008
(val. %)



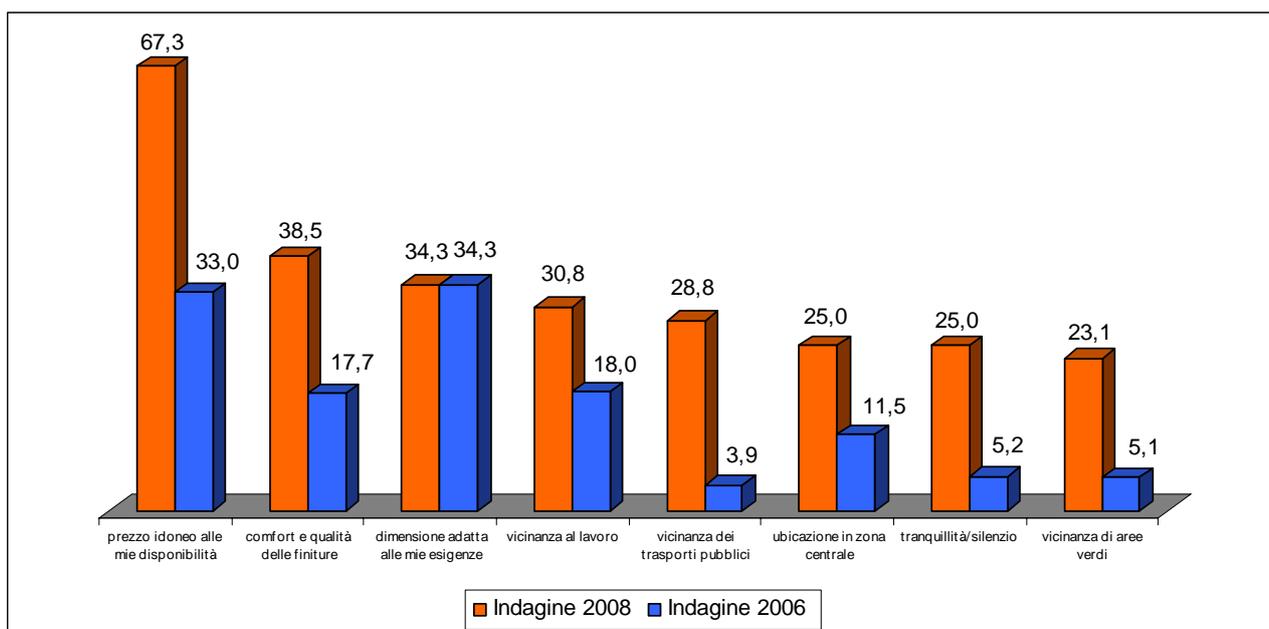
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Da un *focus* su coloro che hanno acquistato un'abitazione principale è emerso che il requisito che ha pesato maggiormente nella scelta della casa in cui vivere è stato il prezzo dell'immobile (67,3%). Seguono, con un certo divario, *comfort* e qualità delle finiture

(38,5%), dimensione idonea alle esigenze della famiglia (34,3%), vicinanza al posto di lavoro (30,8%), vicinanza ai trasporti pubblici (28,8%), ubicazione in zona centrale (25%), tranquillità/silenzio (25%) e vicinanza di aree verdi (23,1%). Mentre, tra gli aspetti che hanno pesato meno nella scelta dell'immobile, a parità di punteggio (19,2%), vi sono: vicinanza a parenti prossimi, facilità di parcheggio e vicinanza a servizi/aree commerciali; in ultima posizione si trova l'ubicazione in zona periferica (17,3%). C'è da notare che, rispetto all'Indagine 2006, è salita di ben 34,3 punti la percentuale di chi ha tenuto conto del prezzo che, come motivazione, è passata dal secondo al primo posto (graf.4).

GRAFICO 4

REQUISITI PIÙ RILEVANTI PER LA SCELTA DELL'ABITAZIONE PRINCIPALE: CONFRONTO INDAGINI 2006-2008⁵ (val. %)



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

Andando ad analizzare le caratteristiche degli immobili acquistati nel biennio 2006-2007, si è rilevato che gli appartamenti più richiesti sono quelli medi (71-100 mq), seguiti da quelli medio-grandi (101-140 mq) e da quelli medio-piccoli (36-70mq). Al quarto posto si trovano quelli grandi (oltre 140 mq), mentre i meno richiesti sono quelli molto piccoli (fino a 35 mq). Gli appartamenti medio-piccoli sono quelli preferiti da persone tra i 45 e i 54 anni che vivono da soli; quelli medi sono prescelti ancora dalle persone di età compresa tra i 45 e i

⁵ Non è stato possibile fare il confronto con i dati dell'Indagine 2004 in quanto questa informazione è stata rilevata solo a partire dal 2006.

54 anni ma senza figli o con figli grandi, mentre le case grandi sono acquistate da persone con un'età compresa tra i 35 e i 44 anni con figli piccoli che hanno raggiunto una certa stabilità economica. Inoltre, dall'analisi emerge che la superficie media delle abitazioni acquistate è di circa 100 mq.

Per quanto riguarda lo stato dell'immobile, dall'Indagine si evince che il 29,8% di coloro che hanno acquistato un'abitazione hanno scelto una casa abitabile che, nell'Indagine nazionale precedente, era la tipologia meno opzionata; il 27,4% ha preferito un immobile nuovo; mentre, a parità di punteggio, il 21,4% ha scelto un'abitazione ristrutturata o da ristrutturare.

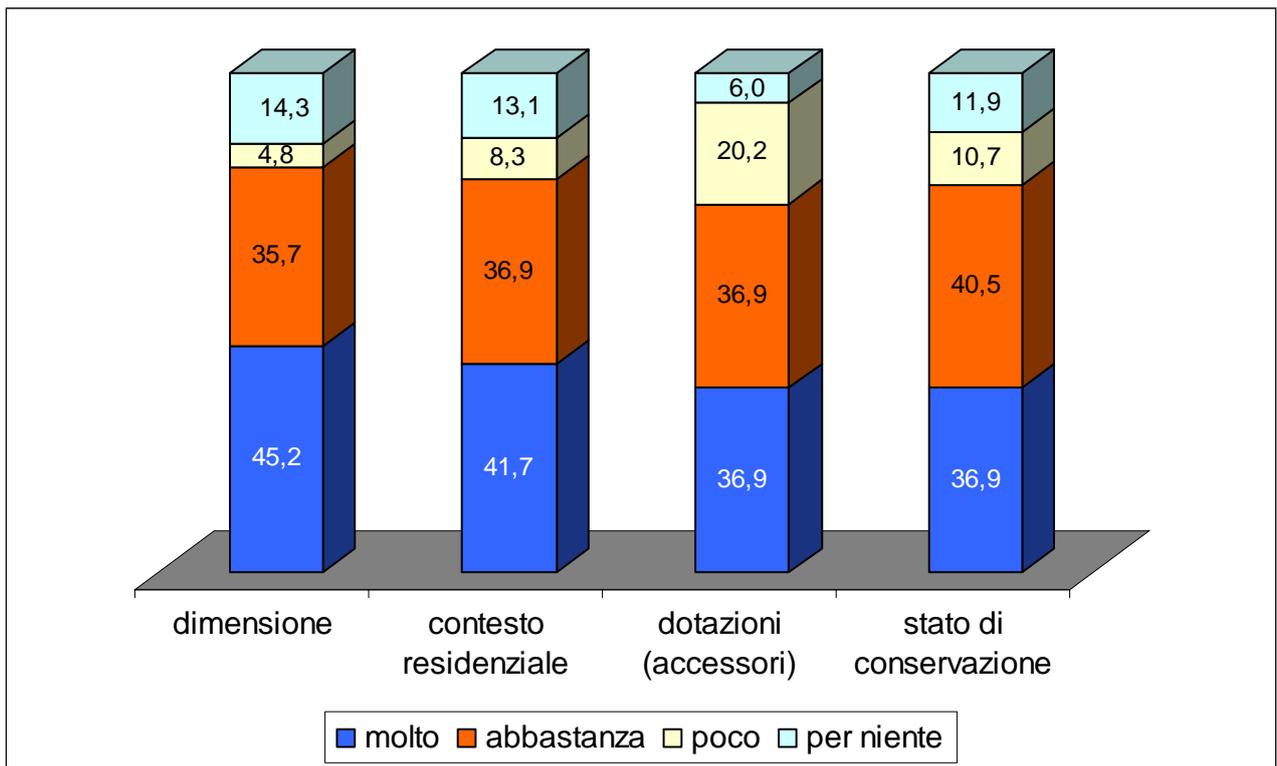
Dall'analisi delle dotazioni presenti negli immobili acquistati nel biennio appena trascorso, ai primi posti troviamo la presenza di box/posto auto (65,5%), cantina/soffitta (64,4%), terrazza/balcone (63,1%) e ascensore condominiale (53,6%). Seguono altre dotazioni ritenute meno necessarie, quali giardino di pertinenza (32,1%) e giardino condominiale (31%). Come ultimo dato, in linea con quanto già riscontrato nell'Indagine 2006, troviamo la presenza del servizio di portierato (23,8%) ma, come già detto altre volte, questo è dovuto al fatto che i nuovi condomini ne sono spesso sprovvisti.

Infine, si continua a riscontrare che le famiglie italiane sono generalmente contente per l'immobile acquistato, in quanto più del 70% degli intervistati si ritiene molto/abbastanza soddisfatto della dimensione, del contesto residenziale, delle dotazioni e dello stato di conservazione del bene comprato. Tuttavia, non si può ignorare che esiste un 30% di scarsa o nulla soddisfazione che non rappresenta una quota marginale, anche considerato il valore del bene acquistato e l'impegno che le famiglie italiane mettono in questo investimento (graf.5).

GRAFICO 5

GRADO DI SODDISFAZIONE NEI CONFRONTI DELL'IMMOBILE ACQUISTATO

(val. %)

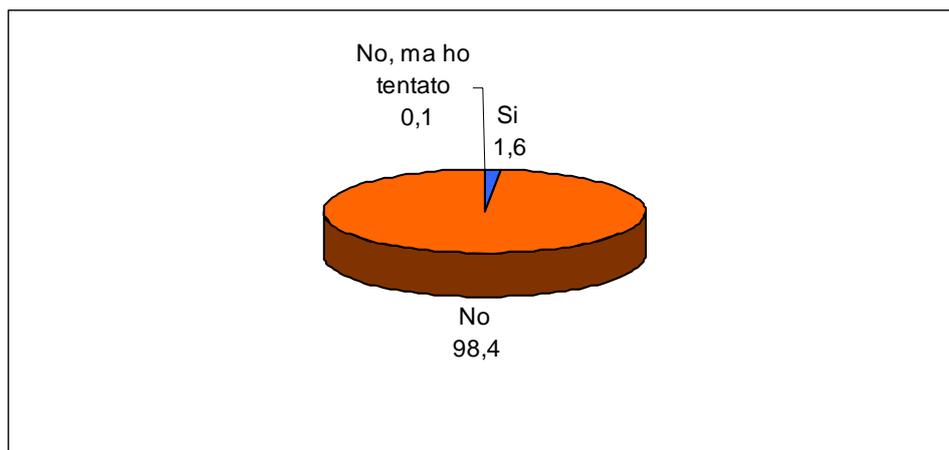


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Inoltre, la soddisfazione delle scelte diminuisce rispetto al passato; infatti, nel 2006 gli intervistati erano più contenti degli immobili da loro acquistati, in quanto oltre il 90% delle famiglie si ritenevano molto/abbastanza soddisfatte della dimensione, del contesto residenziale e delle dotazioni del bene comprato e circa l'86% era molto/abbastanza soddisfatto dello stato di conservazione.

Spostando l'analisi sul mercato dell'offerta è emerso che l'1,6% delle famiglie intervistate ha venduto casa nel biennio 2006-2007, percentuale inferiore a quella rilevata nelle due Indagini nazionali precedenti (-1,3 punti percentuali) (graf. 6).

GRAFICO 6
VENDITE EFFETTUATE
 (val. %)



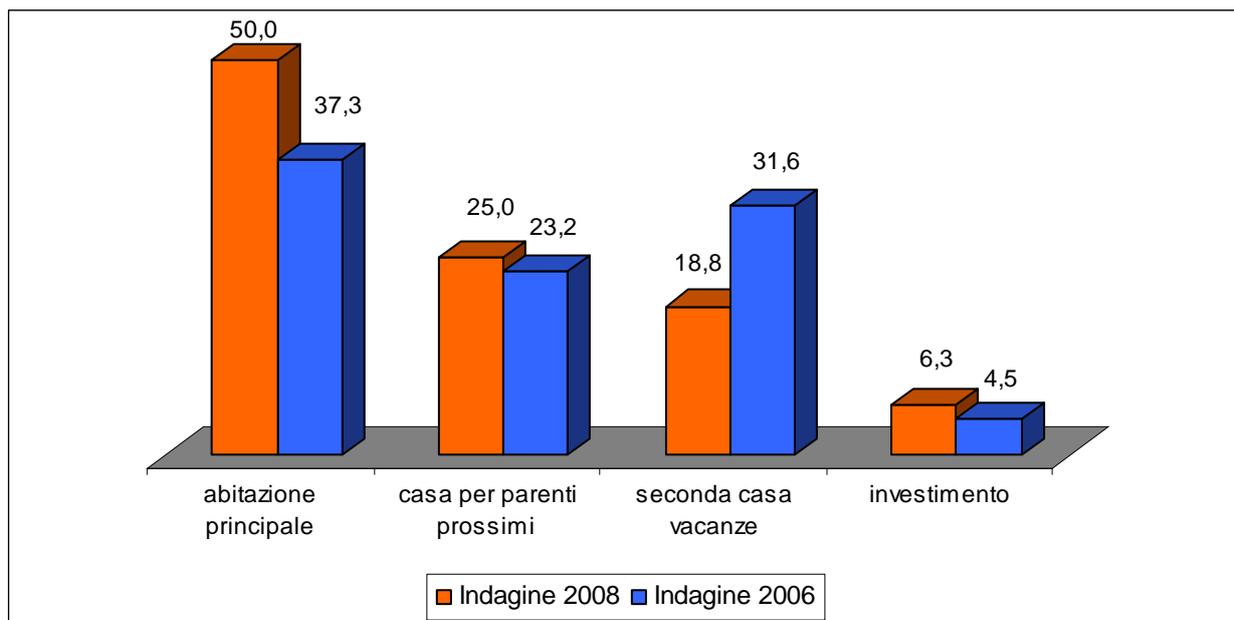
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Per quanto riguarda il profilo socio-demografico è emerso che hanno venduto prevalentemente coppie giovani (25-34 anni) e coppie mature (65-74 anni), sicuramente spinte da motivazioni diverse. Geograficamente, così come avvenuto per il versante della domanda, l'area più attiva è il Nord Ovest del nostro Paese.

Le vendite avvenute hanno riguardato prevalentemente le abitazioni principali (50% di coloro che hanno venduto), mentre al secondo posto si collocano le case per parenti prossimi (25%), al terzo posto le seconde case vacanze (18,8%) ed, infine, solo il 6,3% delle vendite riguarda abitazioni precedentemente acquistate per investimento. Mettendo a confronto l'indagine attuale con la precedente è emerso che sono aumentate le famiglie che hanno venduto l'abitazione principale o la casa per parenti prossimi o quella per investimento; viceversa, sono diminuiti sensibilmente coloro che hanno venduto la seconda casa vacanze (*graf. 7*).

GRAFICO 7

PRINCIPALE UTILIZZO DELL'IMMOBILE VENDUTO:
 CONFRONTO INDAGINI 2006-2008
 (val. %)



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

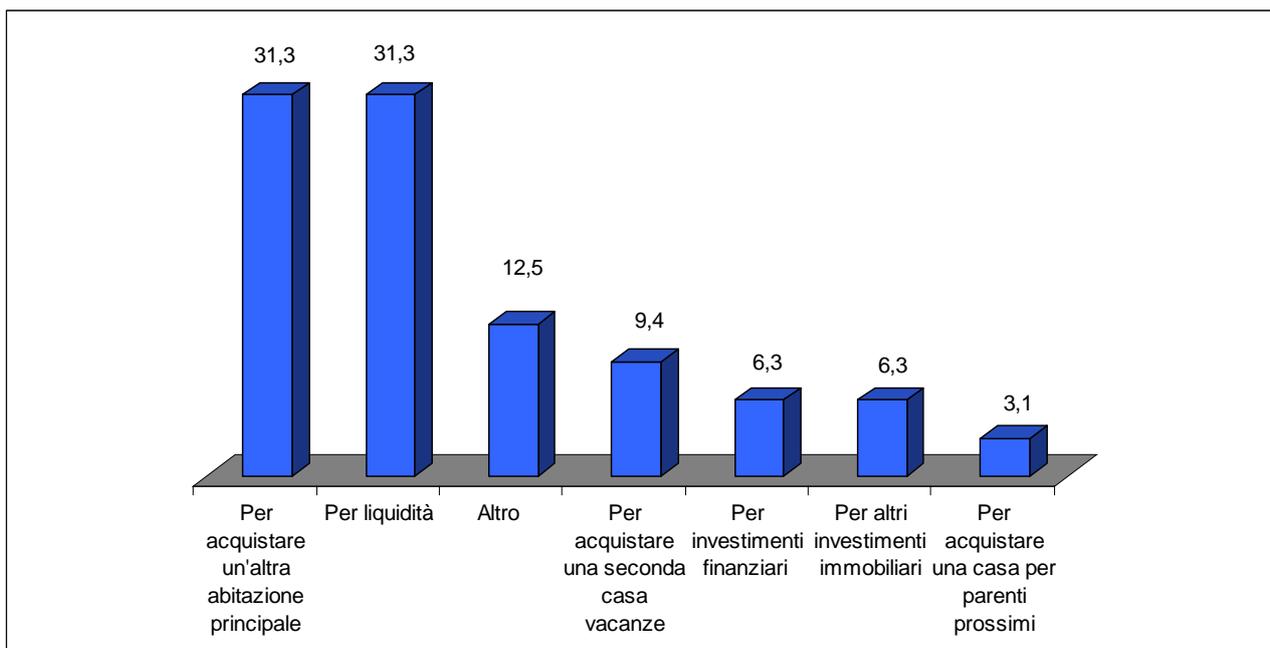
Le abitazioni principali sono state vendute da coppie con figli piccoli, il cui capofamiglia ha un'età compresa tra i 25 e i 44 anni, con un buon livello culturale, una buona situazione economica e, per lo più, risiedono nei Comuni del Centro Italia.

Tra i motivi che hanno spinto le famiglie a vendere troviamo, come sempre in primo luogo, l'acquisto di un'altra abitazione principale, anche se questa volta a parità di punteggio con il bisogno di liquidità (31,3%); seguiti, con un rilievo decisamente inferiore, da altri motivi non specificati (12,5%); il 9,4% delle vendite sono state motivate, invece, con il desiderio di acquistare una seconda casa vacanze; il 6,3% dalla volontà di fare investimenti finanziari o immobiliari e solo il 3,1% lo ha fatto per acquistare una casa per parenti prossimi (graf.8).

GRAFICO 8

PRINCIPALI MOTIVI DI VENDITA

(val. %)



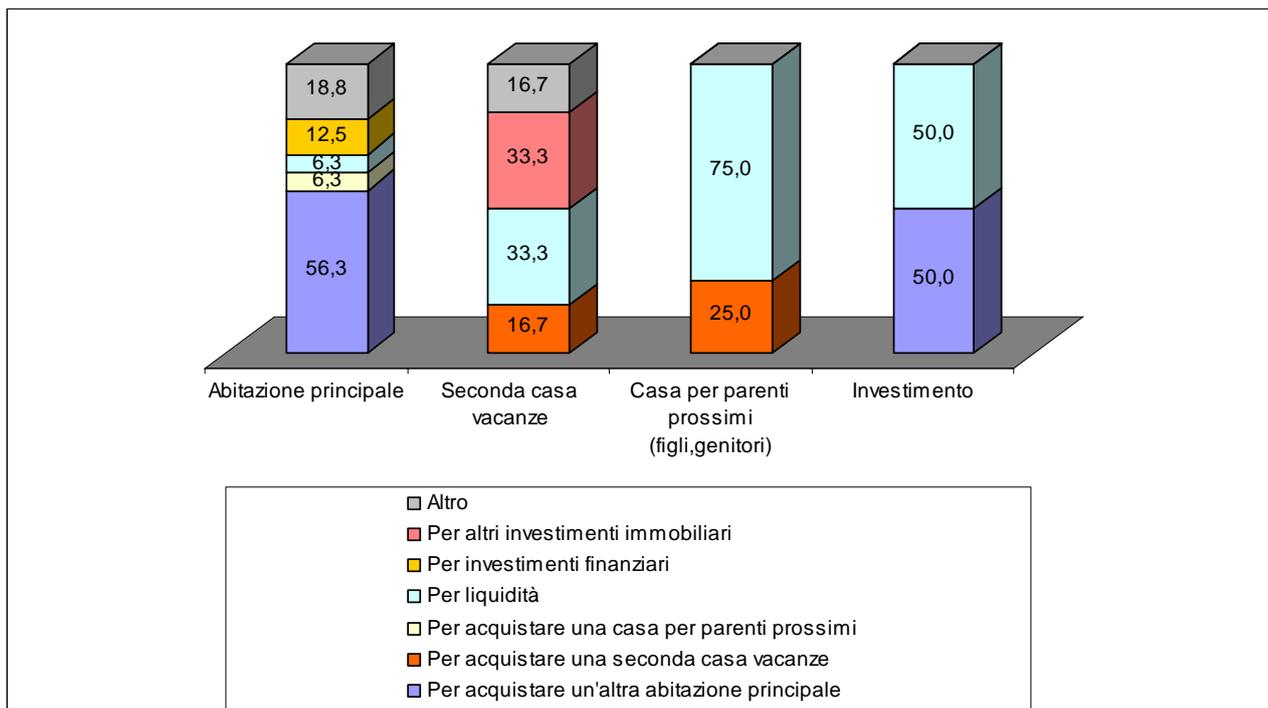
Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Dal confronto con l'Indagine effettuata nel 2006 si nota che è scesa la quota di chi ha venduto per acquistare un'abitazione principale (-9,3 punti percentuali), per fare altri investimenti finanziari (-6,4 punti) e per acquistare una seconda casa per parenti prossimi (-2,4 punti). Mentre sale la quota di coloro che hanno venduto per acquistare un'abitazione per le vacanze (5,8 punti percentuali), per effettuare altri investimenti immobiliari (5,2 punti), per altri motivi non specificati (4,1 punti) e per bisogno di liquidità (3,1 punti). Non è stato possibile mettere a confronto i risultati della presente Indagine con quelli rilevati nel 2004, dal momento che solo nelle ultime due rilevazioni, per maggiore approfondimento, si è deciso di strutturare in maniera più dettagliata alcune delle medesime motivazioni.

Dall'incrocio tra il tipo di abitazione venduta e il motivo di vendita, è emerso che il 56,3% di coloro che hanno venduto un'abitazione principale l'hanno fatto per acquistare un'altra abitazione principale; mentre, chi ha venduto una seconda casa vacanze, lo ha fatto principalmente per bisogno di liquidità o per effettuare altri investimenti immobiliari; chi ha venduto una casa destinata a parenti prossimi l'ha fatto per bisogno di liquidità; infine, chi ha ceduto una casa che teneva per investimento lo ha fatto per acquistare un'abitazione principale o per smobilitare denaro (graf. 9).

GRAFICO 9

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

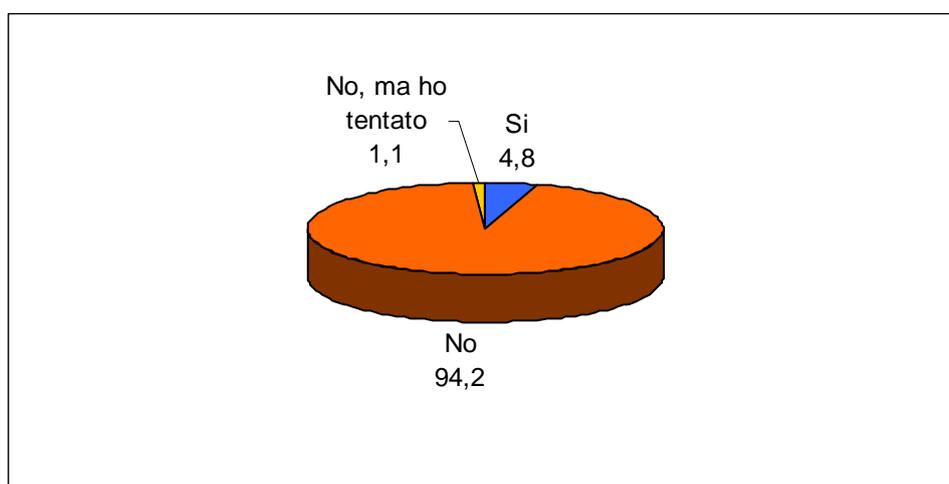


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

2.2. Le locazioni effettuate

Analizzando il mercato delle locazioni è risultato che il 4,8% delle famiglie intervistate ha preso in affitto un'abitazione, valore leggermente più elevato di quello riscontrato nel 2006 e nel 2004 (0,8 punti percentuali nel primo caso e 1 punto nel secondo) (graf. 10).

GRAFICO 10
DOMANDA DI LOCAZIONI EFFETTUATE
(val. %)



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

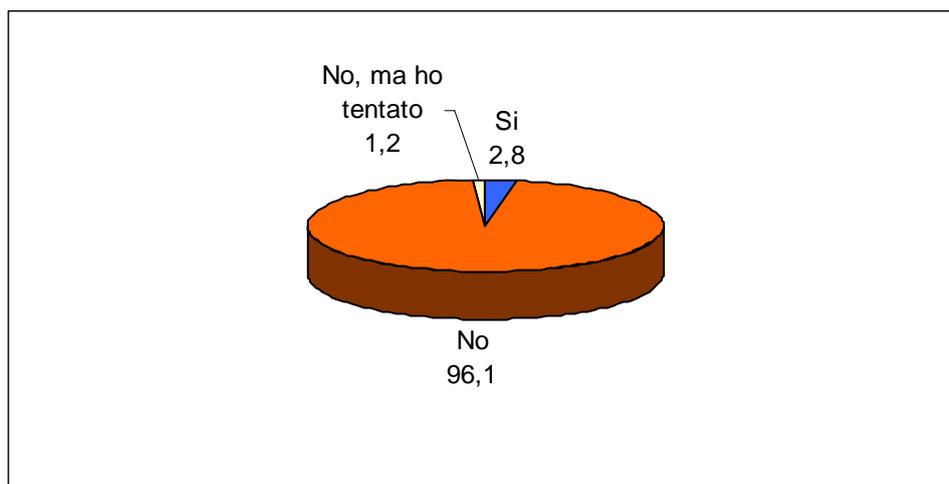
Gli individui più attivi, nel biennio considerato, sono stati gli studenti universitari fuori sede che risiedono nei piccoli Comuni del Nord Est e del Centro Italia.

Spostandoci sul lato dell'offerta, si è riscontrato che il 2,8% del campione ha dato in affitto un'abitazione, valore inferiore a quello rilevato nelle due Indagini precedenti (-0,5 rispetto ai dati rilevati nel 2006 e -1,5 rispetto a quelli del 2004) (graf. 11).

GRAFICO 11

OFFERTA DI LOCAZIONI EFFETTUATE

(val. %)



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

Si tratta prevalentemente di persone giovani (35-44 anni) o mature (65-74 anni) con una buona situazione economica e che, geograficamente, risiedono al Nord. Rispetto all'Indagine nazionale precedente si è riscontrato che l'offerta di affitti è scesa di soli 0,3 punti percentuali.

Mettendo a confronto il mercato delle locazioni si è rilevato che la domanda supera l'offerta di 2 punti, mentre nell'Indagine 2006 il gap era di soli 0,7 punti e nel 2004 era addirittura negativo (-0,5 punti), ossia l'offerta era leggermente maggiore della domanda.

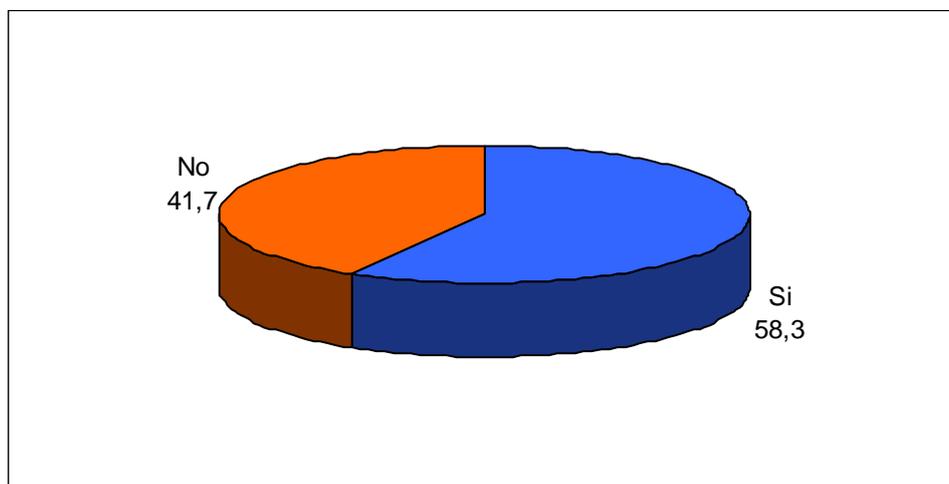
3. Il ricorso ai mutui

Tra coloro che hanno acquistato un'abitazione nel biennio 2006-2007, il 58,3% ha fatto ricorso ad un finanziamento o mutuo, dato abbastanza rilevante (graf. 12).

GRAFICO 12

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

(val. %)



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

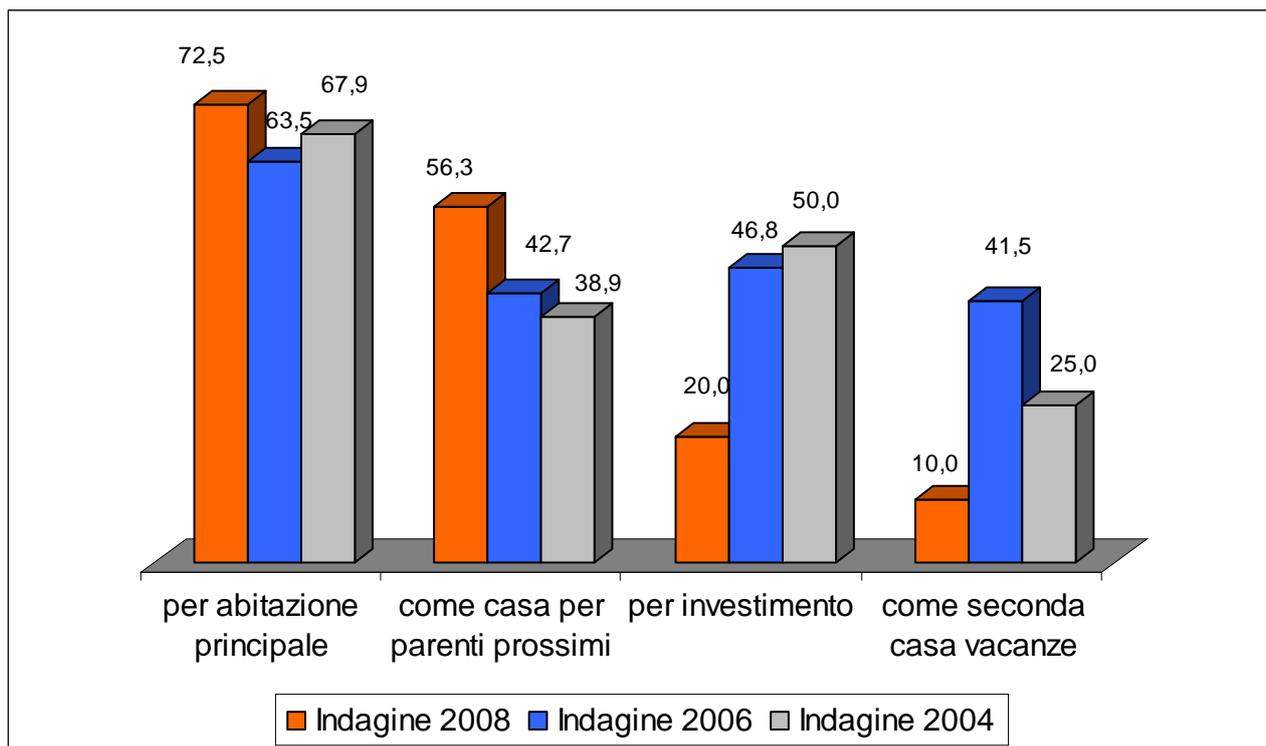
Le famiglie che hanno finanziato l'acquisto di un immobile ricorrendo ad un prestito bancario sono prevalentemente composte da coppie giovani, con figli piccoli o senza, di cultura medio alta. Geograficamente, i mutui sono stati accesi in particolar modo da coloro che risiedono in Comuni grandi o medio grandi del Centro Italia. Come sempre, ricorrono al mutuo prevalentemente coloro che acquistano l'abitazione principale; infatti, se si esamina solo questa motivazione di acquisto, emerge che la percentuale passa dal 58,3%, registrata sull'intero campione, al 72,5%. E' piuttosto alto il ricorso al mutuo anche da parte di chi ha acquistato una casa per parenti prossimi (56,3%); decisamente più basso il ricorso ai mutui per gli altri due motivi di acquisto. Dal confronto dei presenti risultati con quelli riscontrati nelle Indagini 2006 e 2004 è emerso che **sono salite le famiglie che hanno acceso un mutuo per acquistare l'abitazione per necessità; infatti, è cresciuta la quota di coloro che hanno comprato un'abitazione principale e/o per parenti prossimi; viceversa, è scesa la quota di coloro che hanno acceso un mutuo per acquistare una seconda casa per vacanze o per investimento**, in modo particolare per il primo caso (graf. 13).

GRAFICO 13

PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE FACENDO RICORSO

AD UN MUTUO: CONFRONTO INDAGINI 2004-2006-2008

(val. %)

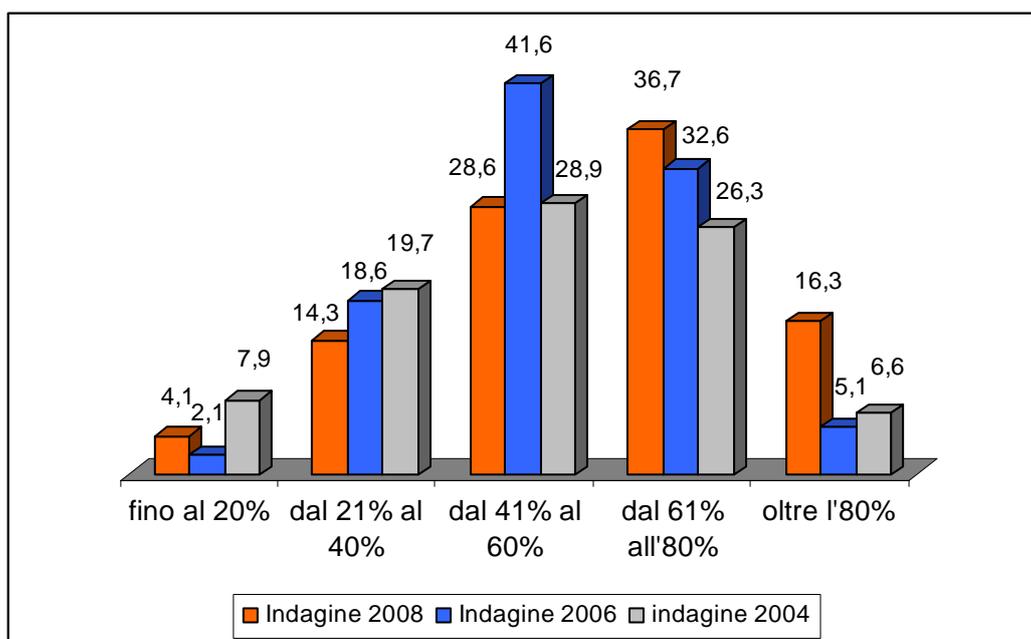


Fonte: Centro Studi sull'Economia Immobiliare – CSEI **Tecnoborsa**

Per quanto riguarda la consistenza dei prestiti, sono pochi coloro che hanno acceso mutui molto piccoli (fino al 20% del prezzo pagato per l'immobile acquistato), o molto grandi (oltre l'80%); decisamente alta è la richiesta di quelli che coprono dal 61% all'80% del prezzo pagato, seguiti dai prestiti che vanno dal 41% al 60% e da quelli tra il 21% e il 40% (graf. 14).

GRAFICO 14

QUOTA DI MUTUO RISPETTO AL PREZZO PAGATO PER L'IMMOBILE:
 CONFRONTO INDAGINI 2004-2006-2008
 (val. %)



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

Mettendo a confronto le ultime due Indagini nazionali si è registrata una forte crescita per i mutui che coprono oltre l'80% del prezzo dell'immobile acquistato (+11,2 punti percentuali); vi è stato un leggero incremento per quelli compresi tra il 61% e l'80% del prezzo del bene (+4,1 punti); mentre, si sono registrati dei lievi cali per quelli che vanno dal 21% al 40% e una diminuzione abbastanza sensibile di quelli tra il 41% e il 60% del prezzo del bene.

Invece, dal confronto con quanto rilevato nel 2004, è emerso che sono diminuiti i mutui più piccoli e sono aumentati quelli che coprono oltre il 60% del prezzo dell'immobile.

4. Conclusioni

Continua a diminuire il numero delle famiglie che hanno effettuato almeno una transazione nei sei anni analizzati dalle tre Indagini nazionali di **Tecnoborsa**. Andando a esaminare singolarmente i quattro tipi di transazioni presi in esame, emerge che è in calo la quota di coloro che hanno acquistato, venduto e dato in locazione; viceversa, è leggermente salita la percentuale di chi ha preso in locazione un bene. Dal confronto delle ultime Indagini, inoltre, è emerso che il *gap* tra domanda e offerta nel mercato delle compravendite è salito nell'Indagine 2008 (è 2,6) rispetto a quanto rilevato nell'Indagine 2006 (era 1,8), mentre è sceso rispetto all'Indagine 2004 (era 3,5). Per quanto riguarda il mercato delle locazioni, si è visto che la domanda supera l'offerta di 2 punti, mentre nell'Indagine 2006 il *gap* era di

soli 0,7 punti e nel 2004 era addirittura negativo (-0,5 punti), ossia l'offerta era leggermente maggiore della domanda.

Nel vedere le motivazioni per cui si è acquistata una casa, è emerso che chi ha comprato un bene immobiliare lo ha fatto per necessità – per comprare un'abitazione principale o una casa per parenti prossimi. Viceversa, è scesa di ben 9,2 punti, rispetto al 2006, la quota di chi ha comprato una casa per le vacanze ed è scesa di 3,3 punti, rispetto al 2004, la percentuale di chi ha acquistato una casa per effettuare un investimento.

Dall'analisi effettuata solo su coloro che hanno acquistato un'abitazione principale è emerso che è salita notevolmente, addirittura raddoppiata rispetto all'Indagine 2006, la quota di chi ha tenuto conto principalmente del prezzo; a seguire, con un notevole distacco, si trovano le altre motivazioni. Molto probabilmente, proprio per questo motivo, la tipologia di abitazione più scelta è quella abitabile - che è passata dall'ultimo al primo posto. Quindi, le famiglie, pur di spendere meno, sono disposte ad accontentarsi di soluzioni meno soddisfacenti di una casa nuova o già ristrutturata. Questo risultato è confermato anche dal fatto che, seppure il 70% circa degli italiani continua ad essere molto o abbastanza soddisfatto del bene acquistato, c'è un notevole calo rispetto alle Indagini precedenti, dove la quota raggiungeva il 90%.

Per quanto riguarda le vendite è emerso che è salita la quota di chi ha ceduto l'abitazione principale, la casa per parenti prossimi e quella per investimento; invece, è scesa la percentuale di chi ha venduto la seconda casa vacanze. I maggiori motivi per cui una famiglia italiana ha venduto risiedono nel desiderio di comprare un'abitazione principale o per bisogno di liquidità - anche se la prima motivazione scende notevolmente, rispetto a quanto rilevato nell'indagine 2006, e la seconda sale. Come già evidenziato nei paragrafi precedenti, dall'incrocio tra il tipo di abitazione venduta e il motivo di vendita è emerso che più della metà di coloro che hanno venduto un'abitazione principale l'hanno fatto per acquistare un'altra abitazione principale; invece, chi ha venduto una seconda casa vacanze lo ha fatto principalmente per bisogno di liquidità o per effettuare altri investimenti immobiliari; chi ha venduto una casa destinata a parenti prossimi l'ha fatto per bisogno di liquidità; infine, chi ha ceduto una casa che teneva per investimento lo ha fatto per acquistare un'abitazione principale o per smobilitare denaro.

Rispetto agli anni precedenti, oggi si accende un mutuo per acquistare una casa solo nel caso in cui questa sia indispensabile. Infatti, sale la quota di coloro che prendono un prestito per acquistare un'abitazione principale o una casa per parenti prossimi, mentre

scende la quota di chi ricorre a un finanziamento per comprare una casa vacanza o una casa per investimento.

Nota metodologica

Indagine realizzata da Format S.r.l. per **Tecnoborsa** S.C.p.A. Campione (n) casuale, proporzionale, rappresentativo delle famiglie italiane stratificato per area geografica (fattori identificativi dell'unità statistica: età del capofamiglia e numero di componenti del nucleo familiare). Metodo CATI: 4673 contatti effettuati, di cui 2000 interviste complete (43%); rifiuti/sostituzioni: 2673 (57%).

Livello di fiducia 95%, probabilità d'errore +/-2,2%. Periodo: Marzo 2008. Documentazione completa su www.agcom.it