

Quaderni dell'Osservatorio

Appunti di Economia immobiliare

Anno Primo - Numero Primo - Maggio 2012

Quaderni dell'Osservatorio

Appunti di Economia immobiliare

Anno I – Numero 1 – Maggio 2012

In attesa di autorizzazione del Tribunale di Roma

Direttore editoriale

Gianni Guerrieri

Direttore responsabile

Mario Occhi

Caporedattore

Caterina Andreussi

Redazione

Erika Ghirardo

Antonio Iazzetta

Alessandra Storniolo

Hanno collaborato

Isidora Barbaccia

Gennaro Chirola

Redazione

Largo Leopardi 5 - 00185 – Roma

Telefono 0647775287

Indice

Presentazione dei Quaderni di Gianni Guerrieri	5
RICERCHE E ANALISI DELLA DC OMISE	7
Analisi dei contraenti	8
<i>di Erika Ghirardo e Caterina Andreussi</i>	
Un modello di analisi dei prezzi: un primo esercizio regressivo	53
<i>di Erika Ghirardo e Caterina Andreussi</i>	
Valore delle abitazioni. Differenze regionali	67
<i>di Erika Ghirardo, Gennaro Chirola e Caterina Andreussi</i>	
COMMENTI E RIFLESSIONI	87
“Equilibri” nel mercato delle abitazioni in Italia	88
<i>di Gianni Guerrieri</i>	
Il mercato immobiliare residenziale nei comuni turistici italiani	94
<i>di Caterina Andreussi e Isidora Barbaccia</i>	

Presentazione dei Quaderni

di Gianni Guerrieri

L'idea di creare una specifica pubblicazione denominata *Quaderni dell'Osservatorio – Appunti di economia immobiliare*, nasce dalla specifica esigenza di rendere fruibili, all'esterno della Direzione centrale dell'Osservatorio del mercato immobiliare e servizi estimativi (DC OMISE), gli studi e le analisi prodotte al suo interno e largamente incentrate sul mercato immobiliare. Studi e analisi, elaborati nell'ambito istituzionale della gestione dell'Osservatorio del mercato immobiliare sancito dall'articolo 64 del decreto legislativo del 30 luglio 1999, n. 300, che fino a qualche tempo venivano inseriti all'interno di specifiche monografie all'interno del Rapporto immobiliare annuale. Quest'ultimo da circa tre anni è ormai organizzato in due distinte pubblicazioni (*Rapporto residenziale* e *Rapporto non residenziale*) con una struttura *standard* che non prevede lo spazio a tali monografie di studi e approfondimenti.

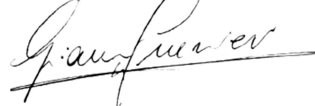
Inoltre, si è considerato utile prevedere, all'interno dei *Quaderni*, anche un'apposita sezione dedicata a commenti e riflessioni, sia da parte di coloro che operano all'interno dell'Agenzia sia da parte di esterni, che possano evidenziare punti di vista assolutamente personali (e dunque che non coinvolgano in alcun modo la responsabilità dell'Agenzia sulle tesi e le analisi proposte), in modo da contribuire all'emersione di utili elementi per specifici approfondimenti e per linee di indagine innovative.

A questa duplicità di intenti corrisponde una organizzazione dei *Quaderni* basata su due distinte sezioni denominate, rispettivamente: I sezione - *Ricerche e analisi della DC OMISE*, II sezione - *Commenti e riflessioni*.

La pubblicazione dei *Quaderni* sarà semestrale e sarà pubblicata sul sito internet dell'Agenzia del Territorio, tendenzialmente a metà maggio e a metà novembre. Sarà inviato per e-mail, a chi ne fosse interessato, il *link* alla specifica pagina di internet.

Ci auguriamo che questa nuova iniziativa editoriale dell'Agenzia, contribuisca ulteriormente a migliorare la conoscenza dei vari aspetti del mercato immobiliare italiano e a rendere, così, un valido servizio alla comunità di studiosi, operatori e *policy maker*, contribuendo alla comprensione e alla trasparenza del mercato immobiliare.

Il direttore editoriale



*Ricerche e analisi
dell'Osservatorio
del Mercato Immobiliare*

Analisi dei contraenti*

di Erika Ghirardo e Caterina Andreussi

1 Introduzione

L'analisi delle caratteristiche degli acquirenti e dei venditori del mercato immobiliare sia per gli acquisti che per le vendite è ottenuta sulla base dei dati derivanti dall'incrocio delle informazioni inerenti: residenza, reddito fiscale, età e attività di lavoro prevalente contenute nelle dichiarazioni dei redditi con quelle dei contraenti che hanno effettuato una compravendita.

L'analisi è svolta per le sole compravendite relative al 2007 per cui è stato possibile l'abbinamento (tramite il codice fiscale) tra la nota di trascrizione della pubblicità immobiliare e la dichiarazione dei redditi (presentata nel 2008 su redditi 2007). Tuttavia, la quota di NTN abbinata risulta abbastanza elevata, essendo pari all'88% per gli acquirenti e al 92% per i venditori.

Si tratta di un'elaborazione che riprende quanto già pubblicato nei Rapporti Immobiliare 2001 e 2004¹. Tuttavia, non sono stati possibili confronti in quanto l'analisi risulta ora più raffinata. Nello studio precedente l'associazione è stata fatta tra compravendite nell'anno 2000 e le dichiarazioni presentate nel 1999 quindi su redditi di due anni precedenti rispetto alle transazioni.

L'elaborato che segue può essere distinto in due parti fondamentali: in una prima si effettua una descrizione delle caratteristiche degli acquirenti e dei venditori sia persone fisiche che persone giuridiche e in una seconda parte si riporta un'analisi dei mercati per provenienza e destinazione degli acquirenti.

L'analisi degli acquirenti e dei venditori in relazione alle loro caratteristiche è distinta per persone giuridiche e fisiche. Per le persone giuridiche si farà riferimento al volume di acquisti in relazione al fatturato ai fini IVA. Mentre per le persone fisiche si farà riferimento al reddito dichiarato fiscalmente, al profilo professionale e all'età degli acquirenti e dei venditori.

Gli acquisti delle persone non fisiche si rivolgono in misura maggiore verso il settore delle pertinenze, 31% e del residenziale, 29%. Tra le aree non si riscontrano particolari differenze se non per la quota elevata che si riscontra al Sud per il settore residenziale che coinvolge il 41% degli acquisti delle società giuridiche. Rispetto al volume d'affari dichiarato ai fini IVA ad effettuare acquisti nel settore residenziale e delle pertinenze sono soprattutto le società piccole, con volume d'affari fino a 100.000 € con una percentuale di circa il 31%. Mentre nel settore commerciale, terziario e produttivo gli acquisti sono effettuati da società molto grandi con un volume superiore ai 50 milioni di euro. In modo speculare, anche dal lato delle vendite, seppure con quote più elevate, gli immobili maggiormente scambiati sono quelle del settore pertinenze, 41%, e residenziale, 36%. La situazione è diversa se indagata sotto il profilo del volume d'affari almeno per i venditori di immobili residenziali e pertinenze che sono in maggior parte, 44%, società con volume d'affari tra 1 e 5 milioni. Nel settore commerciale, produttivo e terziario invece i venditori, in analogia con gli acquirenti, sono grandi società, con affari per oltre cinquanta milioni di euro, sebbene una quota significativa delle vendite sia effettuata da società con volume tra 1 e 5 milioni.

Gli acquisti delle persone fisiche riguardano in maggior parte immobili a destinazione residenziale e pertinenze con quote del 48% e del 36% rispettivamente, più elevata la quota destinata al residenziale al Sud, 60%. Piuttosto simile la distribuzione delle vendite per destinazione d'uso, infatti, le vendite riguardano in misura maggiore il residenziale, 52%, e le pertinenze, 32%.

* Analisi ed elaborazioni su dati dell'Agenzia del territorio e dell'Agenzia delle Entrate

¹ Rispettivamente i dati di compravendita erano riferiti al 2000 e 2002 e le dichiarazioni dei redditi si riferiscono all'anno d'imposta 1999 e 2000.

La distribuzione degli acquirenti per classi di reddito mostra che il 43,6% degli acquisti è effettuato da soggetti appartenenti alla classe di reddito fiscale dichiarato tra 15 mila a 30 mila euro. Sebbene con una percentuale più bassa, 35,7%, anche i venditori appartengono in maggior parte alla classe di reddito fiscale tra 15 e 30 mila euro.

Rispetto al profilo professionale la maggior parte degli acquirenti sono lavoratori dipendenti, 61%. Dal lato dell'offerta, invece, la percentuale di lavoratori dipendenti, sebbene sia sempre la più elevata, scende al 37,1% riscontrandosi una quota importante di venditori pensionati, 31,4% rispetto all'11,3% degli acquirenti.

L'analisi della distribuzione degli acquirenti per età mostra che circa il 34% appartiene alla classe tra 31 e 40 anni mentre dal lato dei venditori la situazione appare più frammentata. Infatti, circa il 40% dei venditori appartiene alle due classi 41 - 50 e 51 - 60 con circa il 20% ciascuna, percentuali tra il 17% e il 19% per tutte le altre classi.

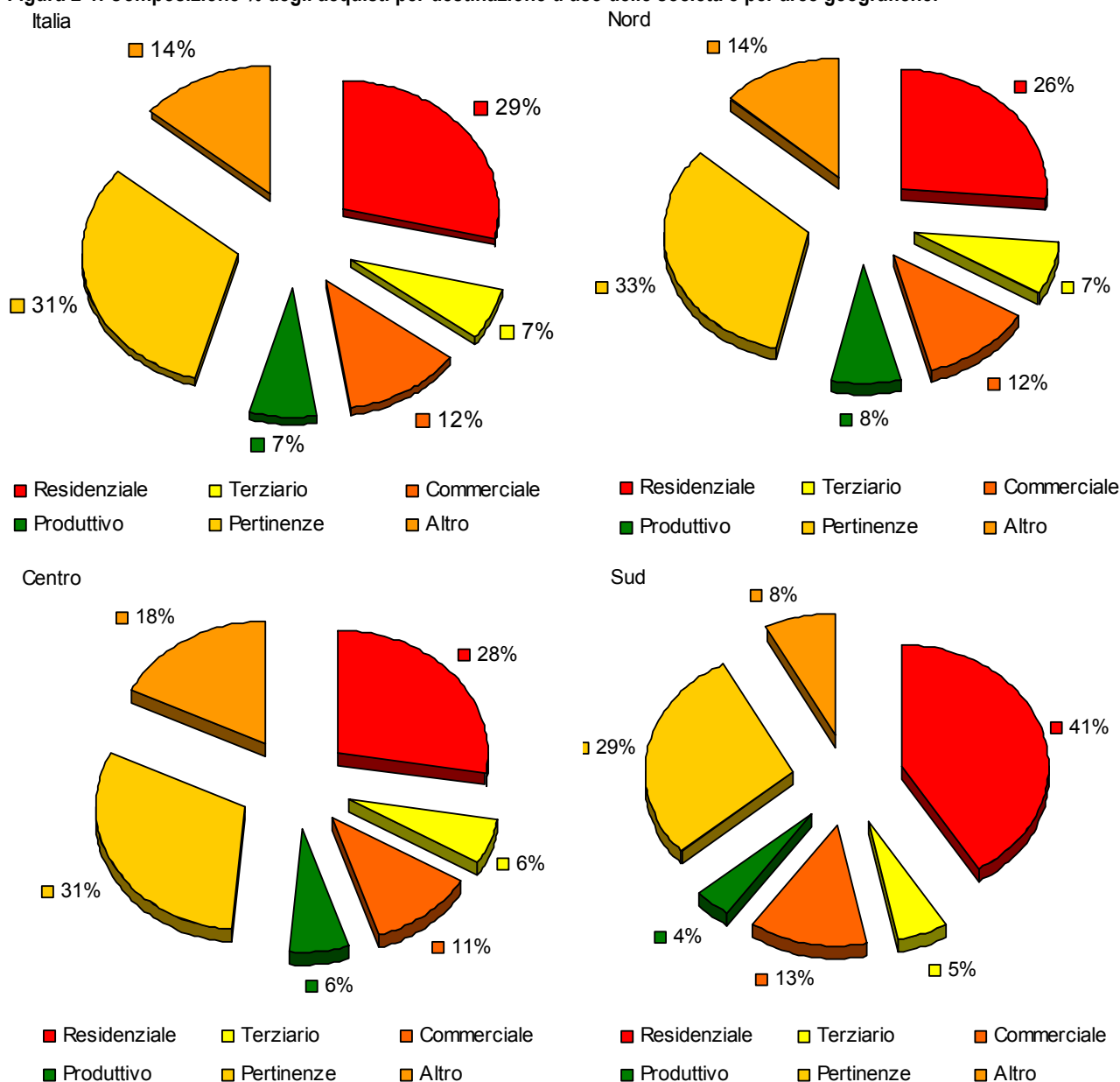
L'utilizzo congiunto delle informazioni sul reddito fiscale e del NTN distinto per classi dimensionali evidenzia una quota crescente di abitazioni grandi all'aumentare del reddito sia per gli acquirenti sia per i venditori. Per contro le quote di acquisti di monolocali decrescono all'aumentare del reddito stabilizzandosi al 10% oltre la classe 30.000.

Nella seconda parte il lavoro tratta l'analisi dei mercati provinciali per provenienza degli acquirenti. L'associazione tra luogo di residenza e ubicazione dell'immobile permette di distinguere quanti immobili sono acquistati da residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile, quanti da residenti fuori comune ma nella stessa provincia e quanti da residenti fuori provincia. In Italia il 75% circa degli immobili è acquistato da persone residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile, il 13% da persone residenti nella stessa provincia e il restante 12% da residenti in altre province. Si fornisce inoltre un approfondimento su alcune città: Roma, Milano, Napoli e Venezia.

2 I soggetti società ed assimilati

La ripartizione degli acquisti delle società e assimilati, illustrata in Figura 2-1, mostra un interesse per le pertinenze² (31%) e per il residenziale (29%), con un peso minore seguono il commerciale (12%) e il settore terziario e produttivo (7%). Anche al Nord e al Centro sono le pertinenze a mostrare la quota maggiore, 33% e 31% mentre al Sud è il settore residenziale con il 41%. Inoltre, è proprio nel settore residenziale che si riscontrano le maggiori differenze tra le aree, uno scarto di circa 15 punti percentuali tra Nord e Sud e circa 14 tra Centro e Sud. Molto simili risultano le quote per gli settori nelle diverse aree geografiche.

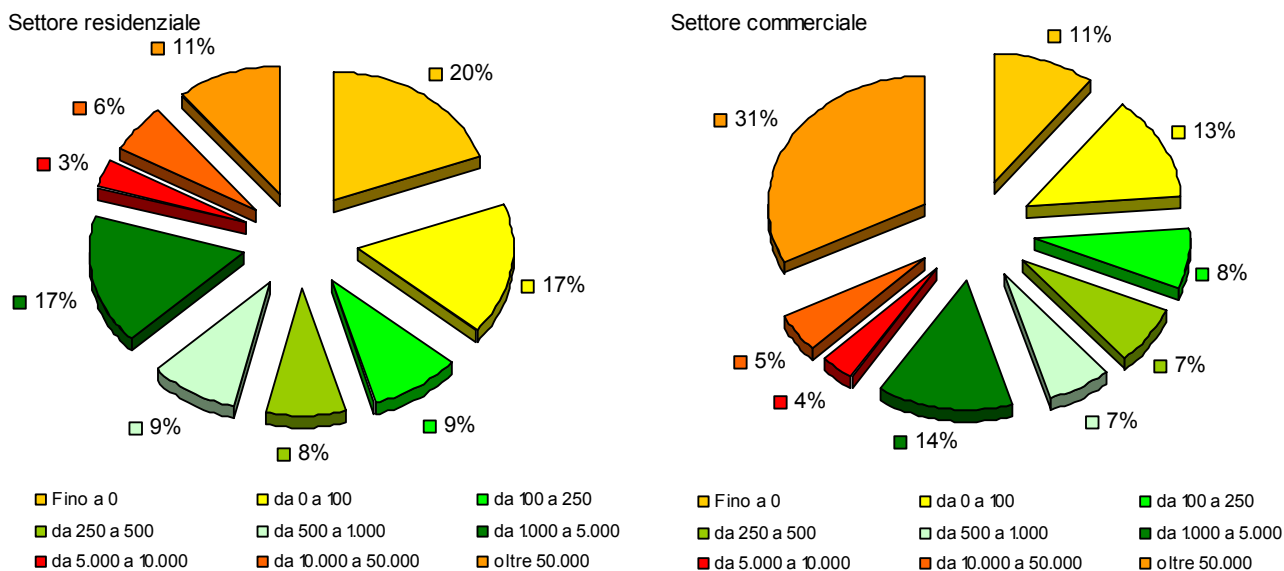
Figura 2-1. Composizione % degli acquisti per destinazione d'uso delle società e per aree geografiche.



² Per pertinenze intenderemo quelle del residenziale comprendenti anche la categoria catastale C6 ovvero stalle scuderie, rimesse, autorimesse (quando non abbiano le caratteristiche per rientrare nell'art. 10 della legge).

Le società che eseguono acquisti nel settore residenziale (che comprende residenziale in senso stretto e pertinenze), la cui ripartizione è riportata in Figura 2-2, sono in maggioranza di piccole dimensioni: circa il 37% degli acquisti sono transazioni che coinvolgono società con un fatturato fino a 100.000 euro. Al contrario, gli acquisti effettuati nel settore commerciale (che comprende destinati a produttivo, terziario e commerciale) coinvolgono in maggior parte, 31%, società di grandi dimensioni ovvero che presentano un fatturato superiore ai 50 milioni di euro così come evidenziato nella stessa Figura 2-2.

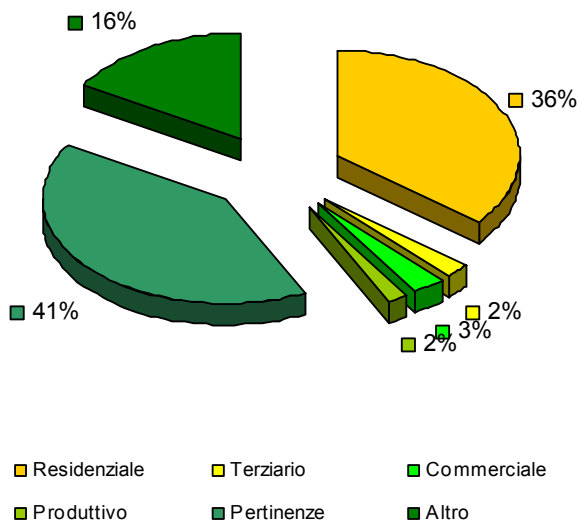
Figura 2-2: Composizione NTN per classi di fatturato (migliaia di euro) degli acquirenti per il settore residenziale e commerciale.



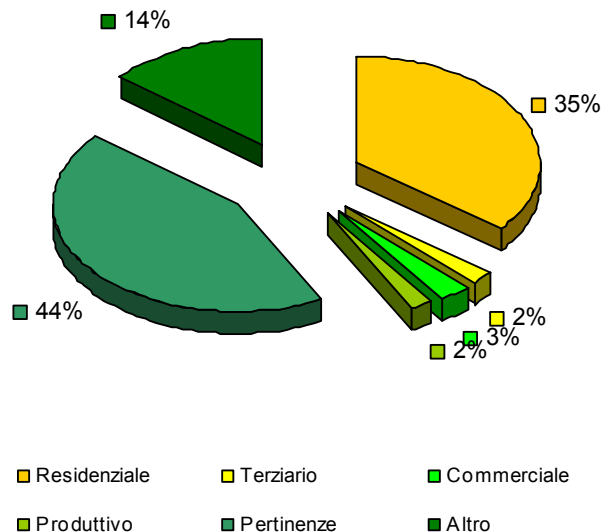
Se spostiamo l'attenzione dal lato degli acquisti a quello delle vendite, la distribuzione delle vendite effettuate dalle società, riportata in Figura 2-3, mostra una quota decisamente elevata per il settore residenziale, in particolare il 41% delle vendite riguarda le pertinenze e il 36% il residenziale. Complessivamente si può osservare, quindi, che il settore residenziale assorbe il 77% delle vendite a fronte di un 60% di acquisti. La quota residua di vendite è destinata per il 16% ad altri usi, per il 3% al commerciale e infine per il 2% al settore produttivo e terziario.

Figura 2-3: Composizione % delle vendite per destinazione d'uso.

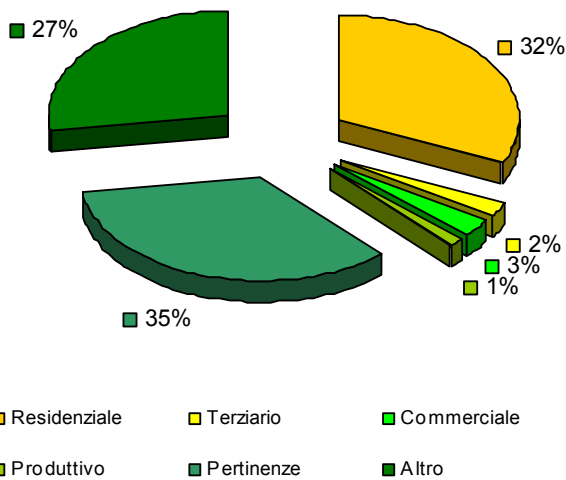
Italia



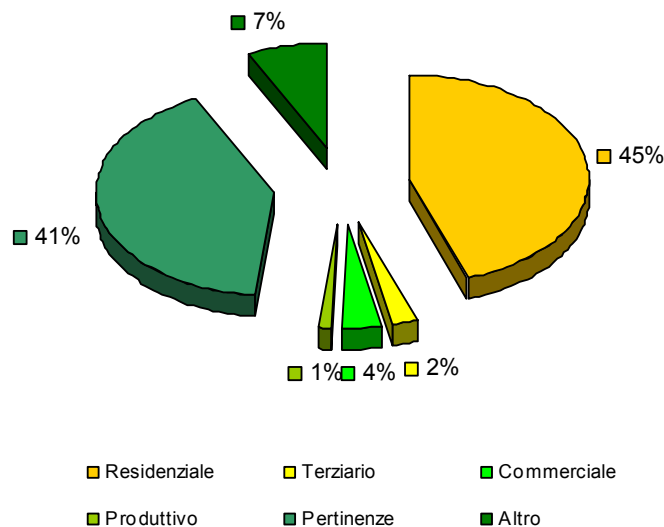
Nord



Centro

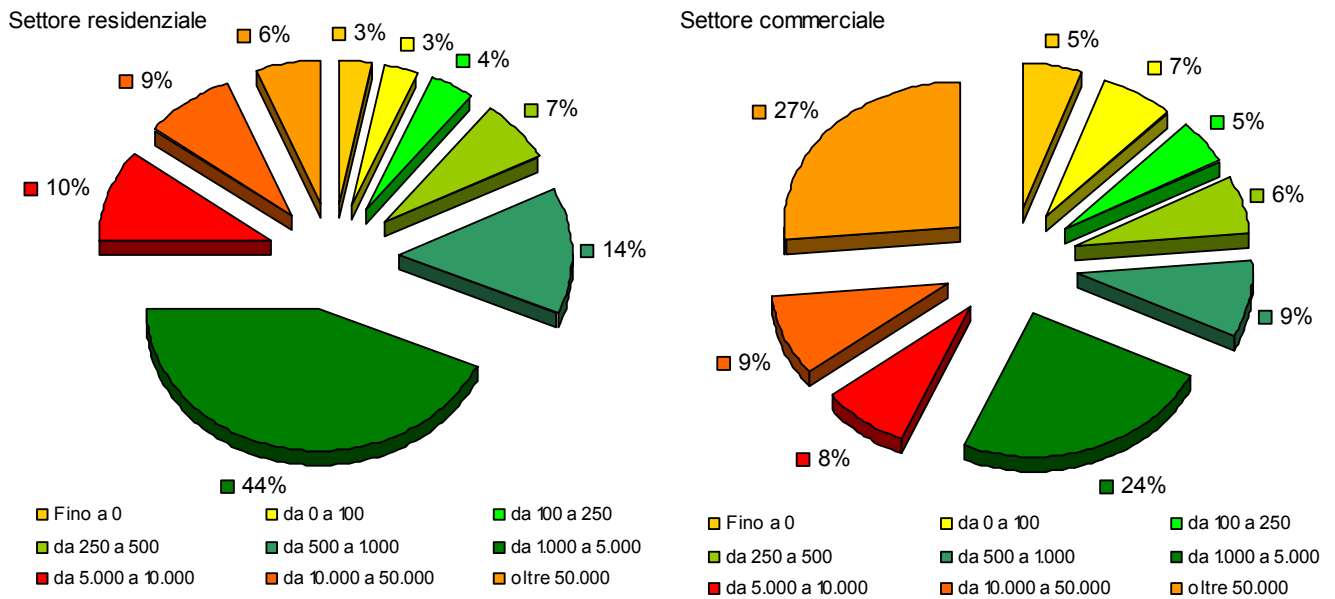


Sud e Isole



Dal lato dell'offerta, l'analisi delle transazioni distinte per classi di fatturato delle società evidenzia una situazione diversa rispetto al lato della domanda. Dalla Figura 2-4, si osserva che la quota maggiore di vendite nel settore residenziale (residenziale e pertinenze) vede coinvolte le società medio grandi, ovvero quelle con un fatturato nella classe da 1 a 5 milioni di euro con circa il 44%, percentuale pari al 17% nel caso degli acquisti (Figura 2). Percentuali inferiori si attribuiscono a tutte le altre società. Le vendite delle società nel settore commerciale (terziario, produttivo e commerciale) sono effettuate in maggior parte dalle società di grandi dimensioni, 27%, appartenenti alla classe oltre 50 milioni di euro. Con un'incidenza lievemente inferiore, 24%, le vendite vanno imputate alle società di medie dimensioni, con un fatturato nella classe da 1 a 5 milioni di euro.

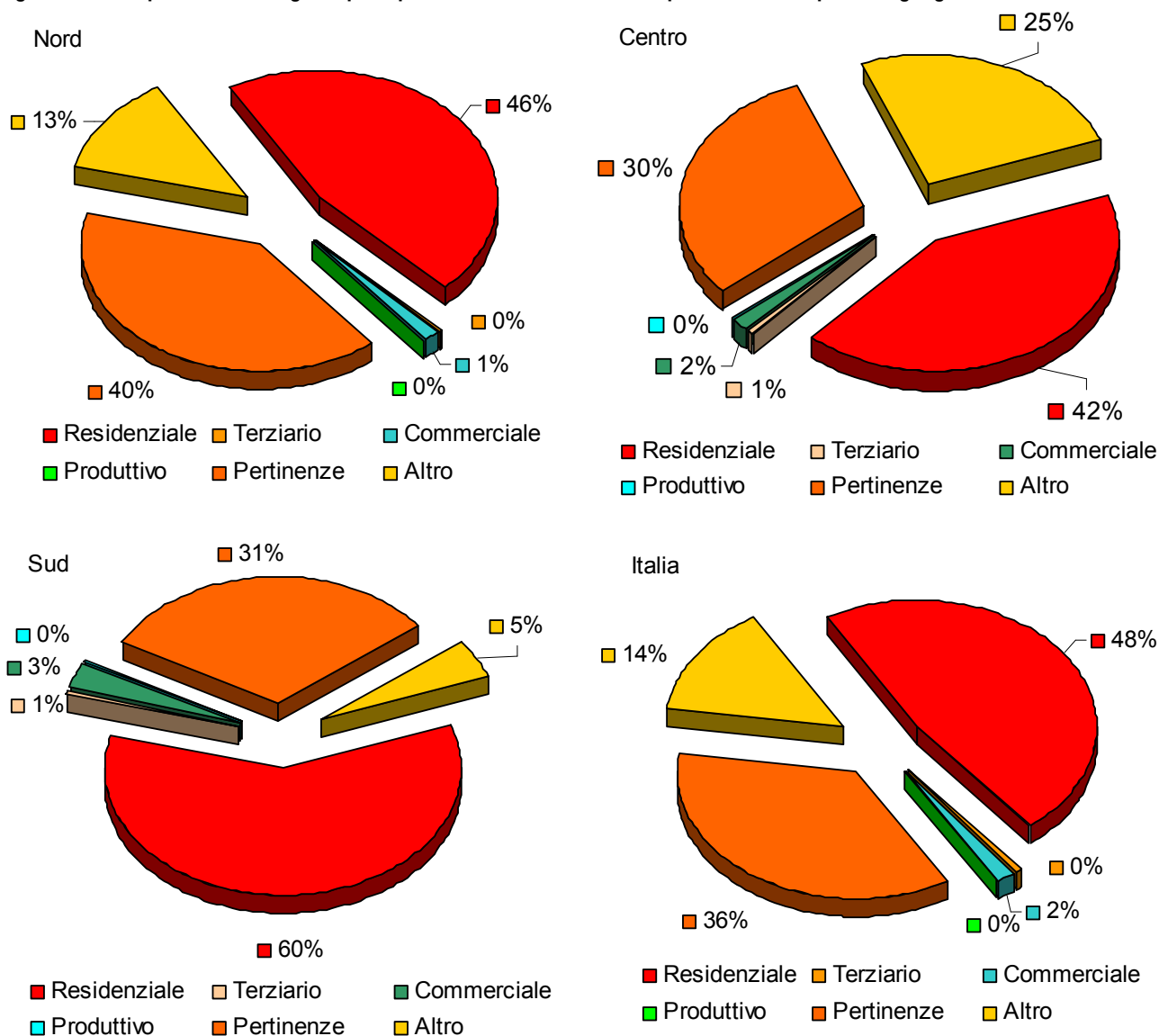
Figura 2-4: Composizione NTN per classi di fatturato (migliaia di euro) dei venditori per il settore residenziale e commerciale.



3 I soggetti persone fisiche

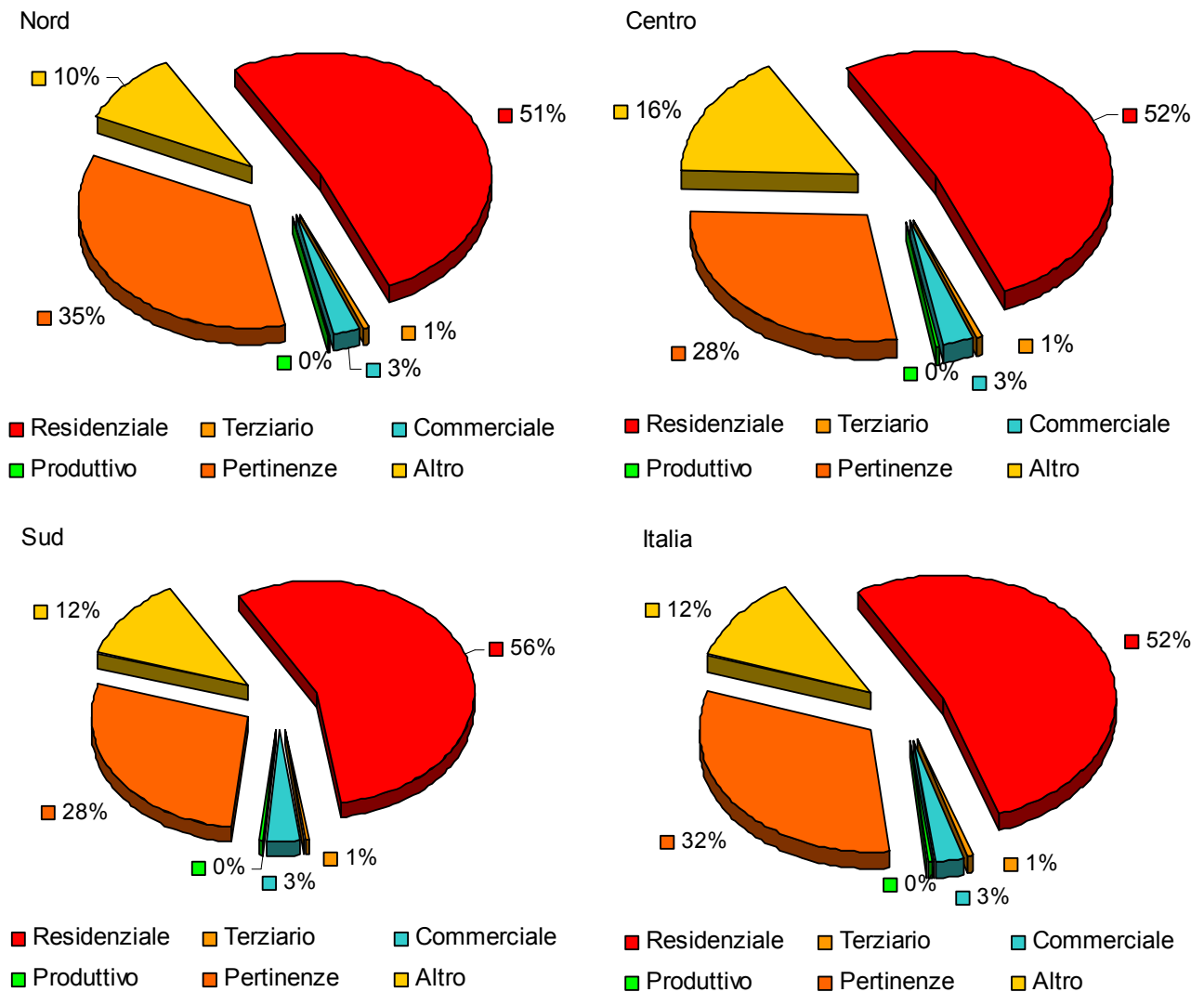
La ripartizione del NTN degli acquirenti persone fisiche, illustrata in Figura 3-1, mostra un interesse generale per il settore residenziale pari al 48% al livello nazionale, al 46% al Nord, al 42% al Centro e al 60% al Sud. Seguono le pertinenze con una percentuale elevata al Nord, 40% che scende al 31% e al 30% per il Sud e il Centro. La categoria "altro" riguarda il 25% degli acquisti nel centro, 13% nel Nord e il 5% nel Sud. Percentuali decisamente inferiori si riscontrano in tutte le aree per i settori del terziario produttivo e commerciale.

Figura 3-1: Composizione % degli acquisti per destinazione d'uso delle persone fisiche per area geografica.



La ripartizione del NTN dei venditori persone fisiche, illustrata in Figura 3-2, mostra anche in questo caso una prevalenza del settore residenziale pari al 52% al livello nazionale, al 51% al Nord, al 52% al Centro e al 56% al Sud. Seguono le pertinenze pari al 35% al Nord, 28% al Centro e al Sud.

Figura 3-2: Composizione % delle vendite per destinazione d'uso delle persone fisiche per area geografica.

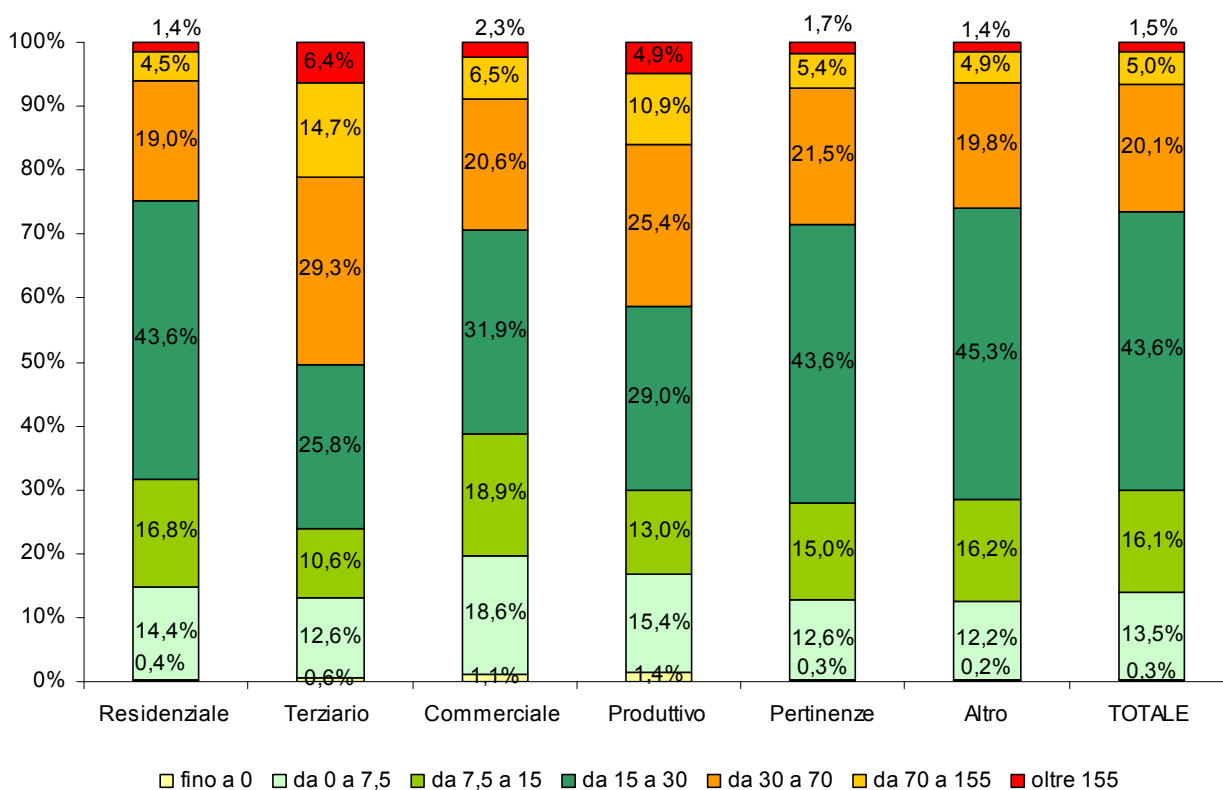


Le maggiori differenze tra la distribuzione degli acquirenti e quella dei venditori si riscontra nel settore residenziale dove a fronte di un 48% di acquisti nel settore si trova il 53% delle vendite.

4 Le caratteristiche degli acquirenti "persone fisiche"

Mettendo in relazione il numero di transazioni con il reddito fiscale degli acquirenti si ottiene la distribuzione del NTN rispetto al profilo reddituale dei soggetti che effettuano acquisti. Tale situazione, raffigurata nel diagramma a barre di Figura 4-1, evidenzia che la quota maggiore di transazioni (43,6%) viene effettuata da soggetti il cui reddito cade nella classe da euro 15.000 a euro 30.000, il 20,1% dagli appartenenti alla classe immediatamente superiore da 30.000 a 70.000, il 16,1% da quella inferiore da 7.500 a 15.000 e percentuali minori sono attribuibili a soggetti appartenenti alle altre classi. Approfondendo l'analisi è possibile scindere il numero di transazioni riguardo alla tipologia immobiliare così come illustrato nella stessa Figura 4-1. Sotto tale aspetto per tutte le tipologie, ad eccezione del terziario, la quota maggiore di NTN va attribuita agli acquirenti con reddito tra 15.000 e 30.000, seguita dalla classe da 30.000 a 70.000. Nel settore terziario, sono gli acquirenti appartenenti alla classe da 30.000 a 70.000 ad effettuare più acquisti seguiti da quelli della classe da 15.000 a 30.000.

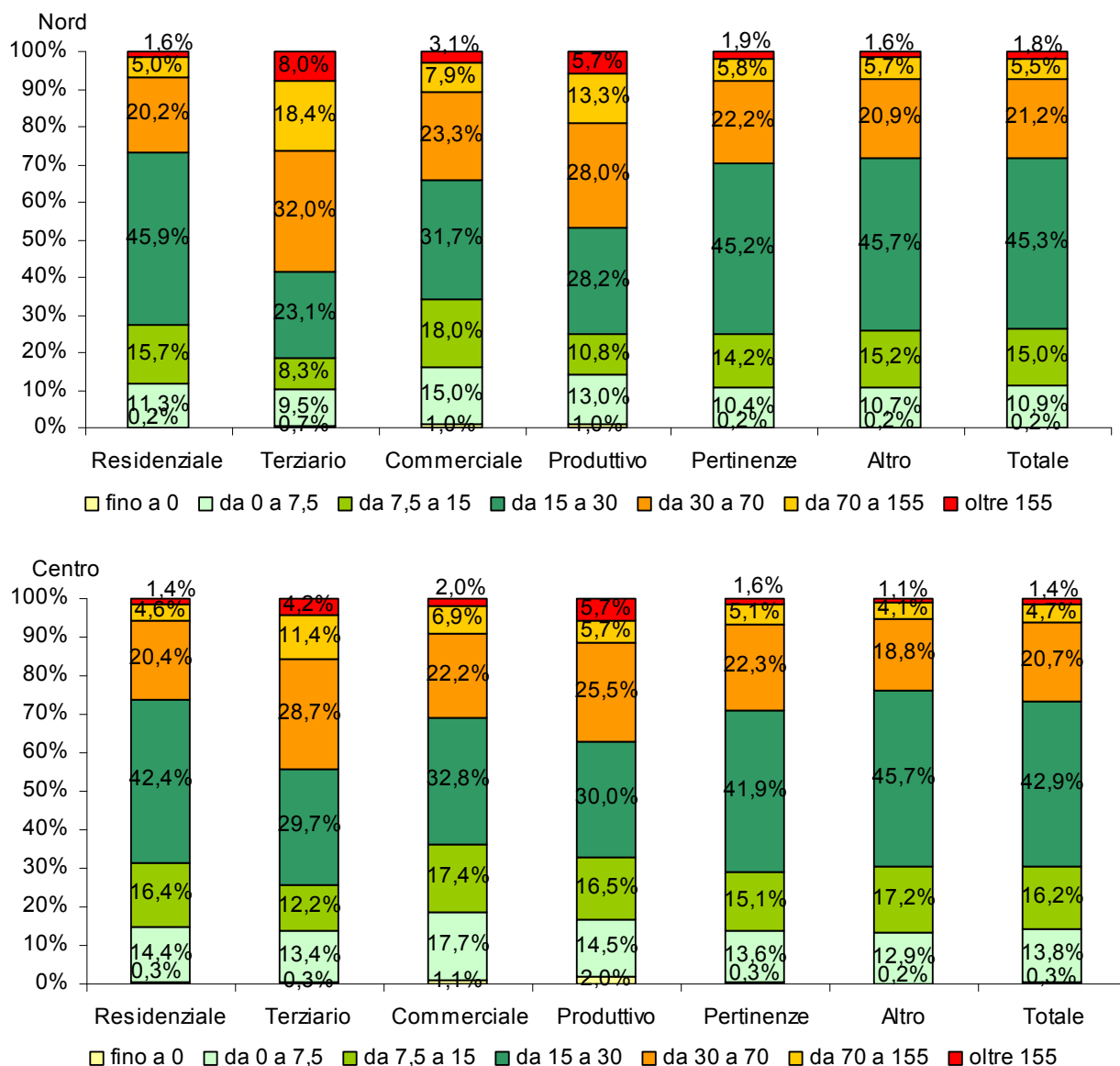
Figura 4-1: Distribuzione NTN per classi di reddito (migliaia di euro) e tipologia immobiliare degli acquirenti.

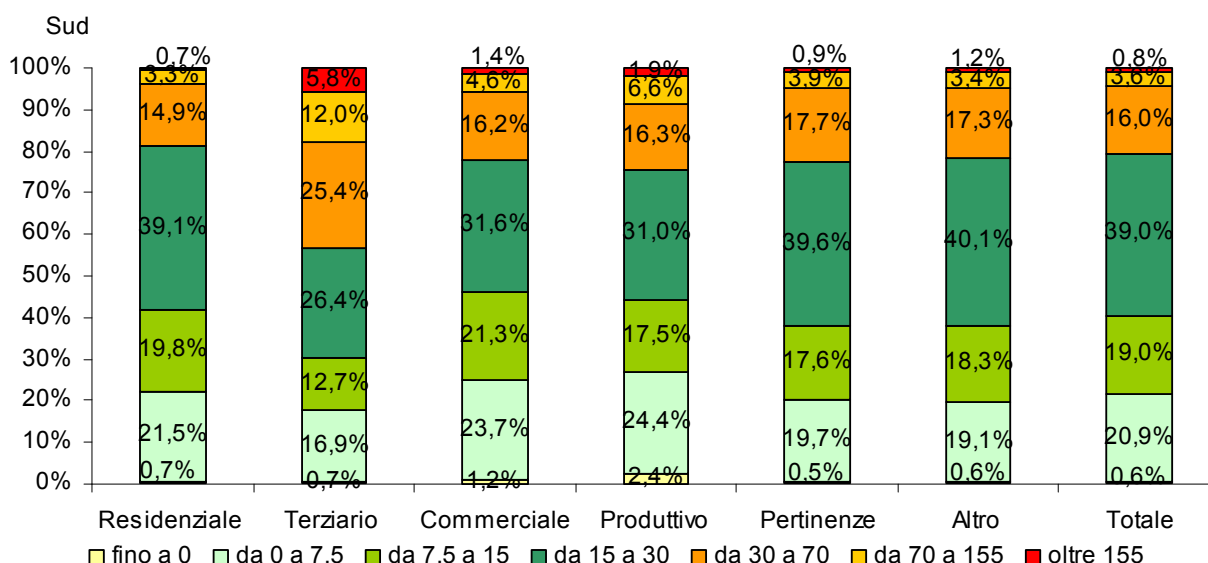


Se si considera la distinzione per aree geografiche è possibile analizzare la distribuzione degli acquirenti per ogni settore in relazione a ciascuna area. Nei grafici di Figura 4-2, che riportano tre diagrammi a barre distinti per ogni area geografica, si può osservare una distribuzione abbastanza diversa per il Sud. Emerge, infatti, al Sud una maggiore percentuale di acquirenti appartenenti a classi di reddito basse, fino a 7.500 euro. In questa classe, a fronte di una quota del 10,9% per il Nord e del 13,8% per il Centro, il Sud evidenzia una quota del 20,9%, mentre le quote nella classe di reddito intermedio ed elevato (superiore a 30.000 euro) risultano più basse. In particolare, nella classe da 30.000 a 70.000 euro, si trova il 16% di acquirenti nel Sud, mentre nel Nord e nel Centro le quote aumentano al 21,2% e al 20,7% rispettivamente. All'interno di ciascun settore la distribuzione degli acquirenti tra le diverse aree mostra la maggiore diversità nella classe da 0 a 7.500, con una quota sempre più elevata al Sud. In questa classe le diversità maggiori tra Nord e Sud e tra Centro e Sud si

riscontrano nel settore produttivo dove per il Nord e il Centro si ha una quota del 13% e del 14,5% mentre al Sud la quota sale al 24,4%. Nello stesso settore si riscontra una differenza anche nella classe da 30.000 a 70.000 euro: mentre al Nord e al Centro si hanno percentuali abbastanza elevate, 28% e 25,5% al Sud la percentuale scende al 16,3%. Differenze si osservano anche per il settore residenziale, in particolare tra Nord e Sud e tra Centro e Sud nella classe da 0 a 7.500 euro per cui a fronte di una quota dell'11,3% del Nord e del 14,4% al Centro al Sud sale al 21,5%.

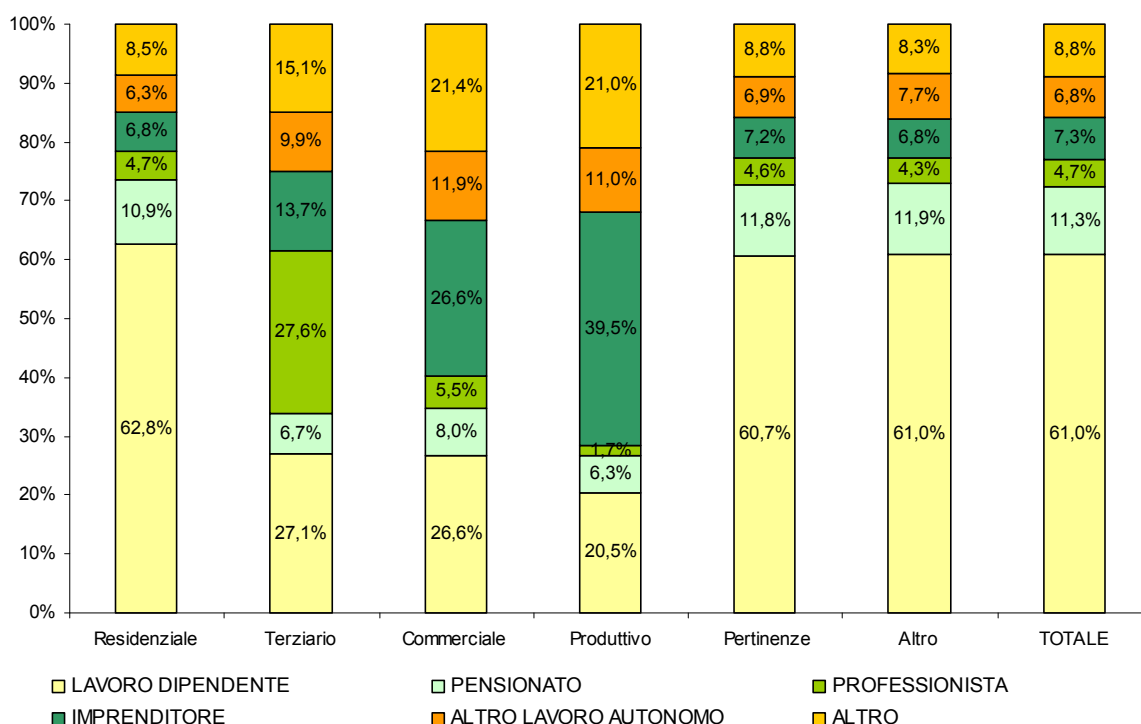
Figura 4-2: Distribuzione NTN per classi di reddito (migliaia di euro) e tipologia immobiliare degli acquirenti per aree geografiche.





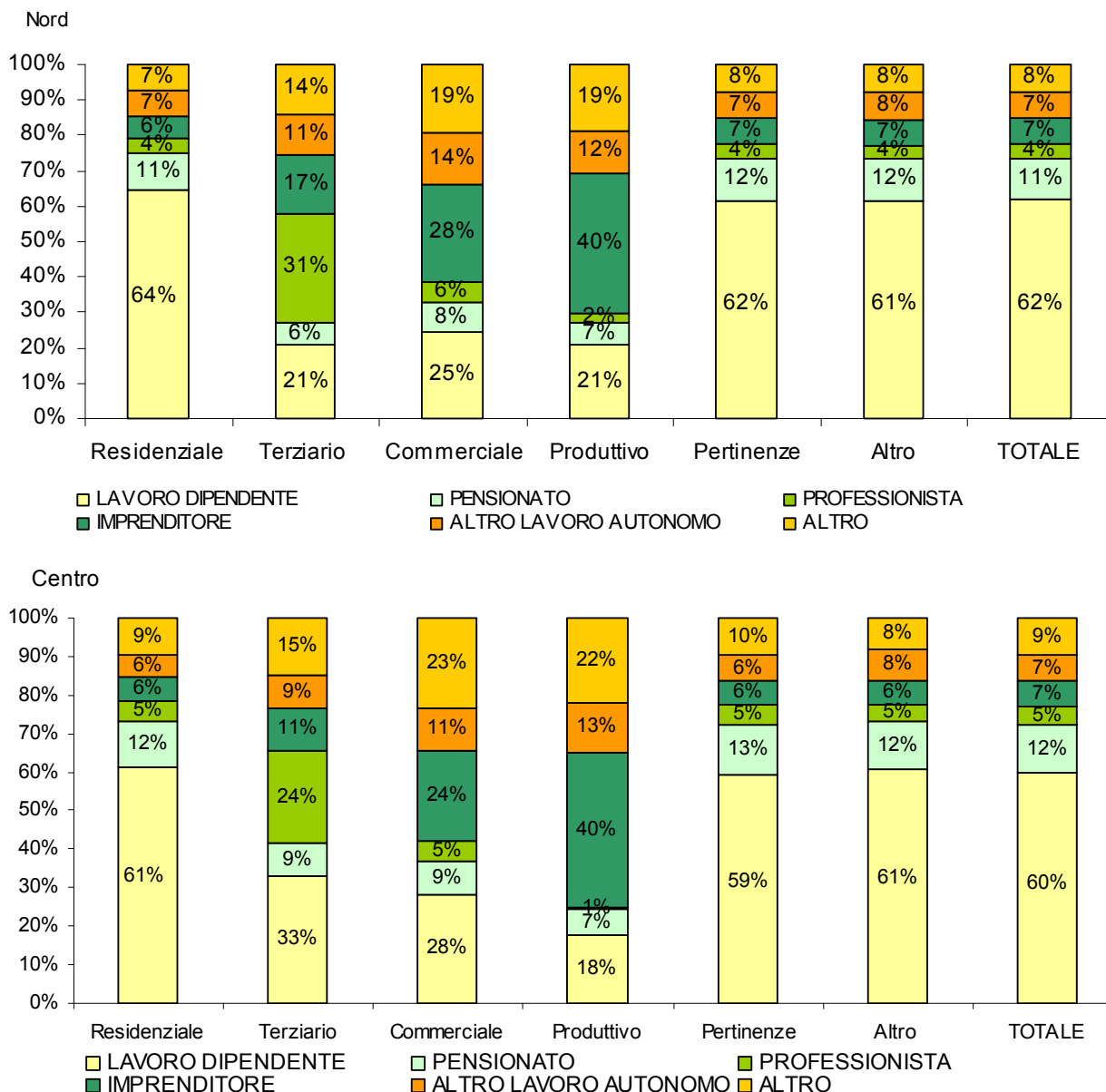
Oltre che per classi di reddito è interessante indagare la distribuzione del NTN per profilo professionale degli acquirenti. Tale analisi riassunta in Figura 4-3 evidenzia che la maggior parte degli acquisti, il 61% circa, è fatta da lavoratori dipendenti, percentuali molto inferiori vanno attribuite alle restanti categorie: l'11,3% ai pensionati, l'8,8% ad altri impieghi, il 7,3% agli imprenditori, il 6,8% ad altri lavori autonomi e infine il 4,7% ai professionisti. Tale composizione si riflette in modo abbastanza fedele per le tipologie immobiliari del residenziale e delle sue pertinenze e dell'altro, è invece parzialmente diversa per gli altri settori. In particolare, nel produttivo osserviamo, come atteso, una quota elevata di NTN attribuibile agli imprenditori, 39,5%, così come nel commerciale, 26,6%. Nel terziario, invece, si osservano due quote elevate attribuibile ai professionisti per il 27,6% e ai lavoratori dipendenti per il 27,1%.

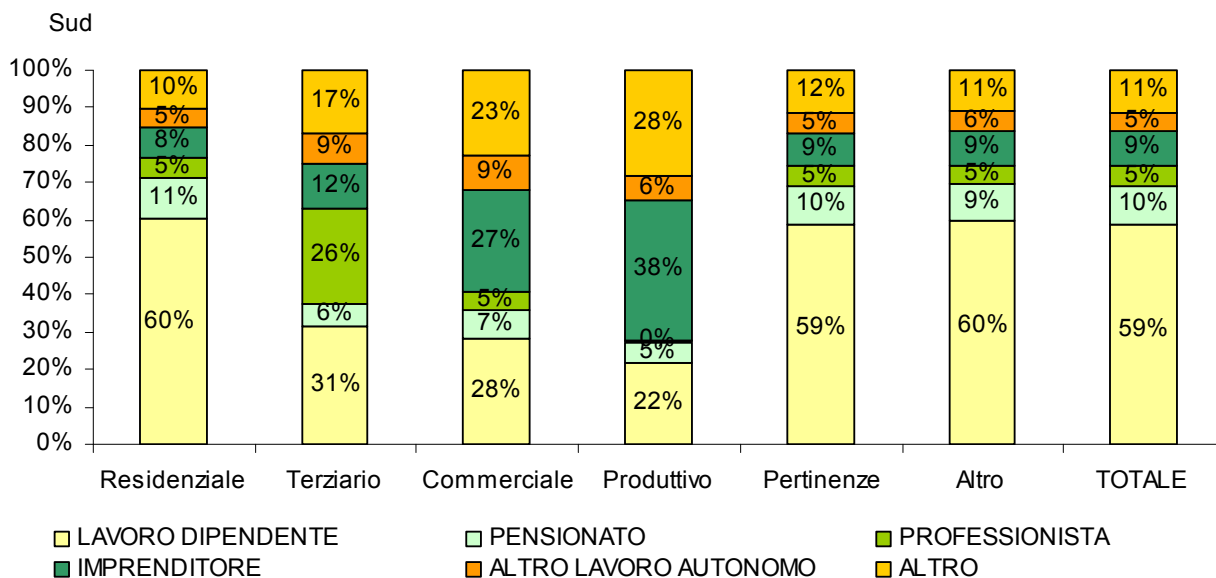
Figura 4-3: Distribuzione NTN per profilo professionale e tipologia immobiliare degli acquirenti.



La distribuzione per le tre aree geografiche, riportata in Figura 4-4, non evidenzia particolari differenze nella composizione del NTN per i vari profili professionali. Tuttavia, si evidenziano alcune differenze nel settore terziario tra Nord e Centro e Nord e Sud. Infatti, mentre al Nord gli acquisti nel settore terziario effettuati da lavoratori dipendenti sono pari a circa il 21%, al Centro e al Sud la percentuale sale al 33% e al 31%.

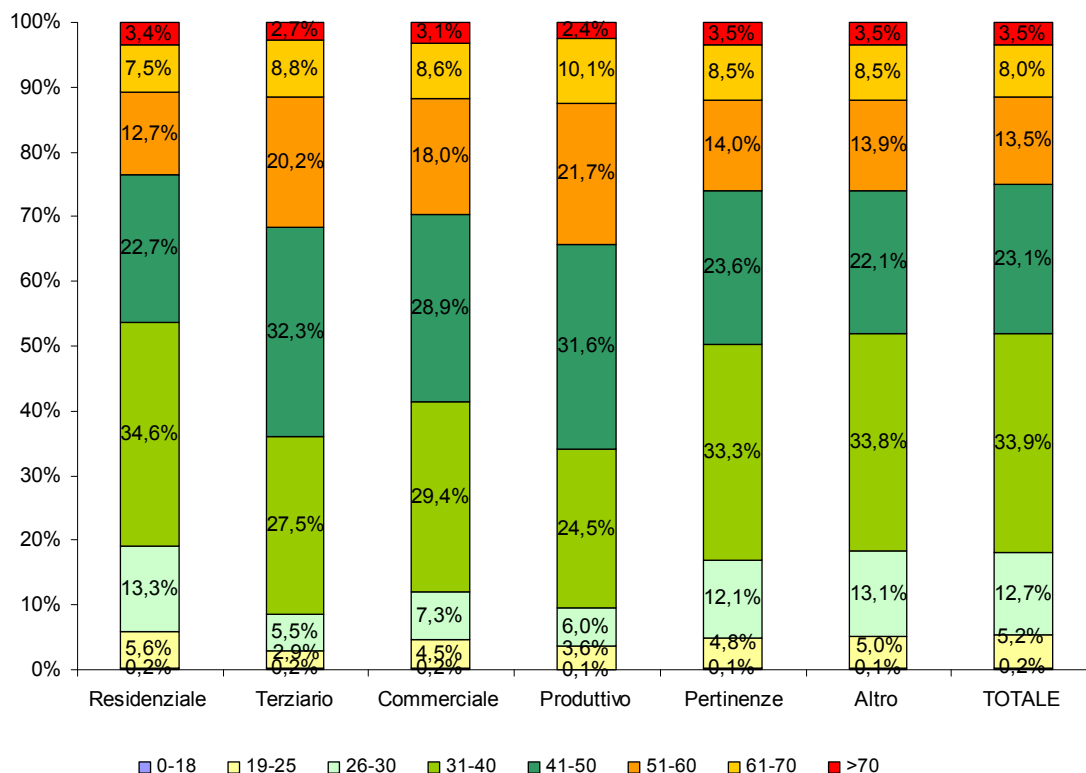
Figura 4-4: Distribuzione NTN per profilo professionale e tipologia immobiliare degli acquirenti per aree geografiche.





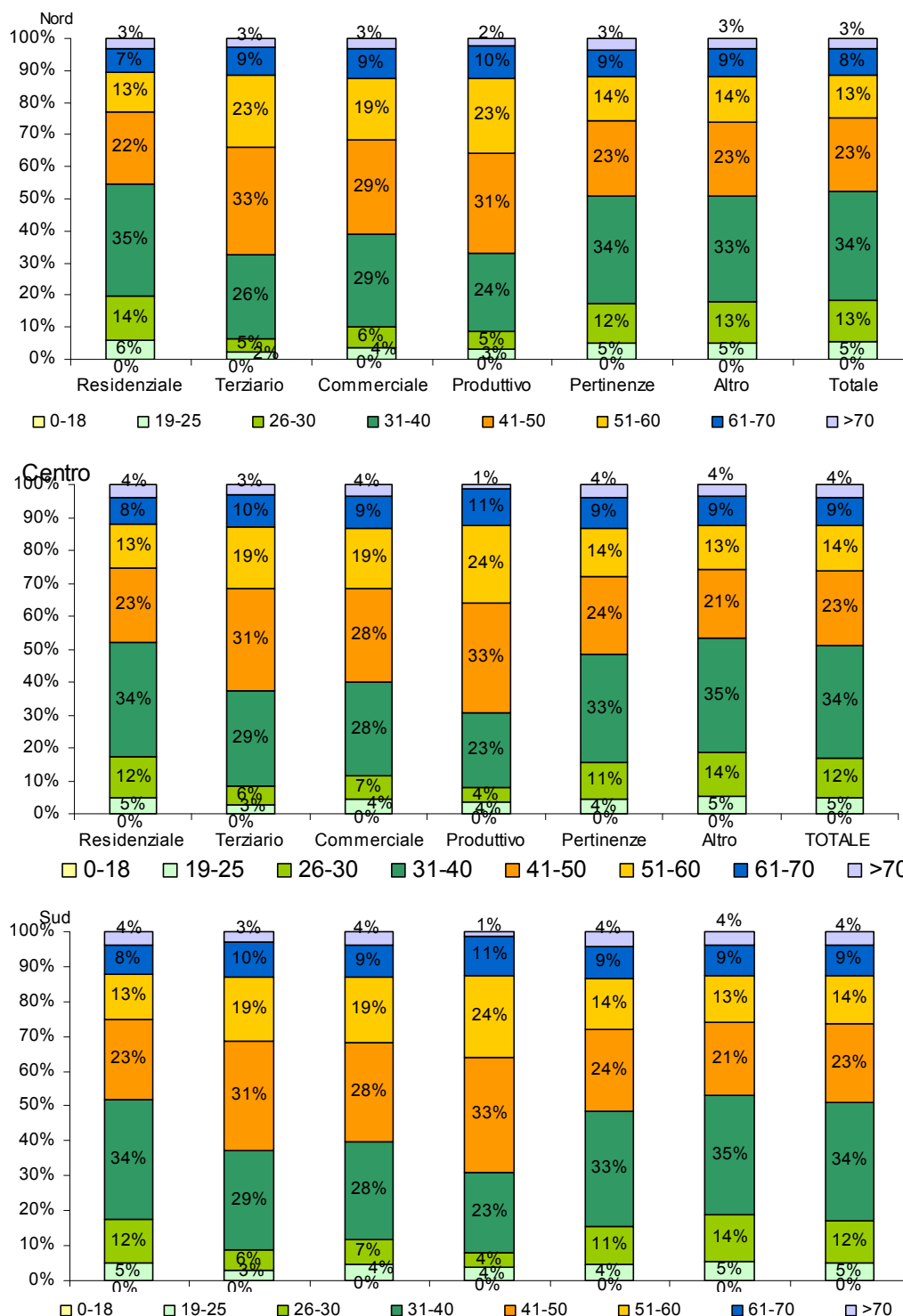
La Figura 4-5 riassume come il NTN si distribuisce rispetto all'età dei soggetti acquirenti. La maggior parte del NTN si può attribuire a soggetti nella classe di età compresa tra i 31 e 40 anni con una percentuale del 33,9%, seguono con il 23,1% i soggetti nella classe immediatamente superiore, da 41 a 50 anni, con percentuali inferiori i soggetti nelle altre classi. Quindi, come atteso, i soggetti in età lavorativa da 31 a 60 anni sono anche quelli più attivi nel mercato immobiliare, rappresentando il 70% del totale del NTN.

Figura 4-5: Distribuzione NTN per età e tipologia immobiliare degli acquirenti



Dai grafici di Figura 4-6, che mostrano la distribuzione per età e tipologia immobiliare per le aree geografiche, non emergono forti diversità.

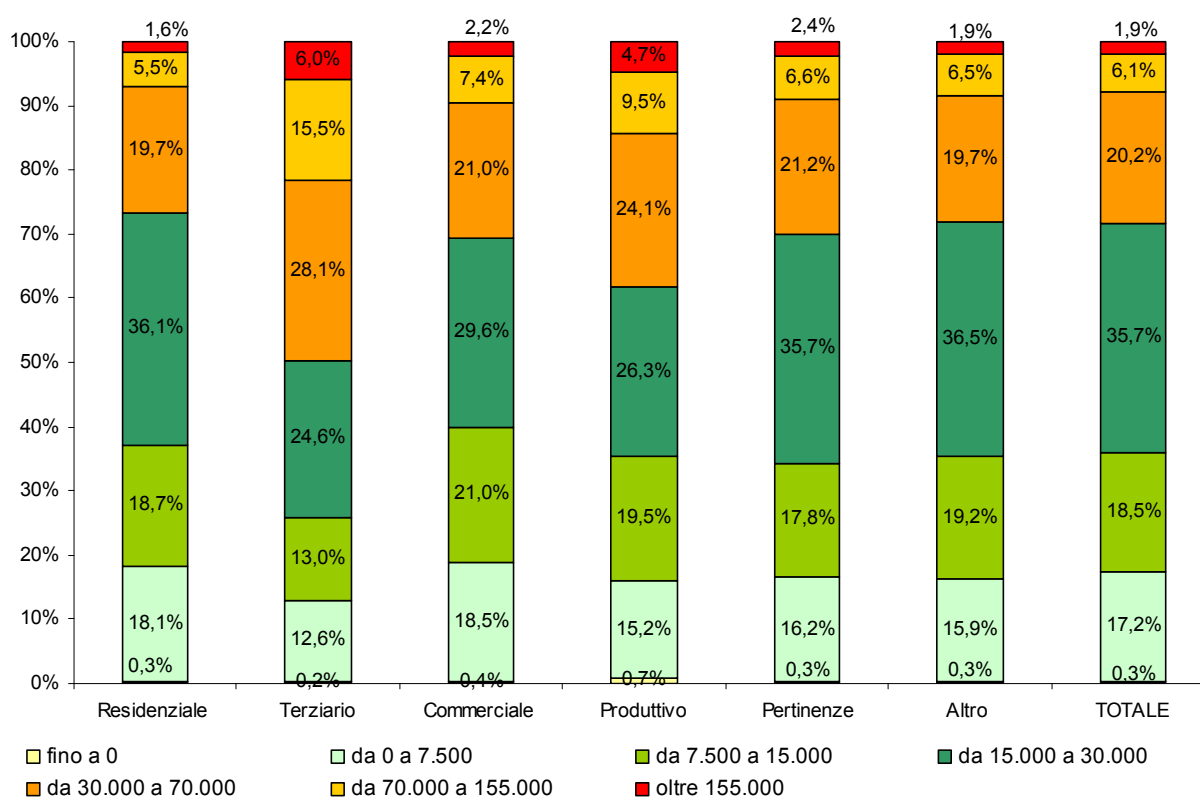
Figura 4-6: Distribuzione NTN età e tipologia immobiliare degli acquirenti per aree geografiche.



5 Le caratteristiche dei venditori "persone fisiche"

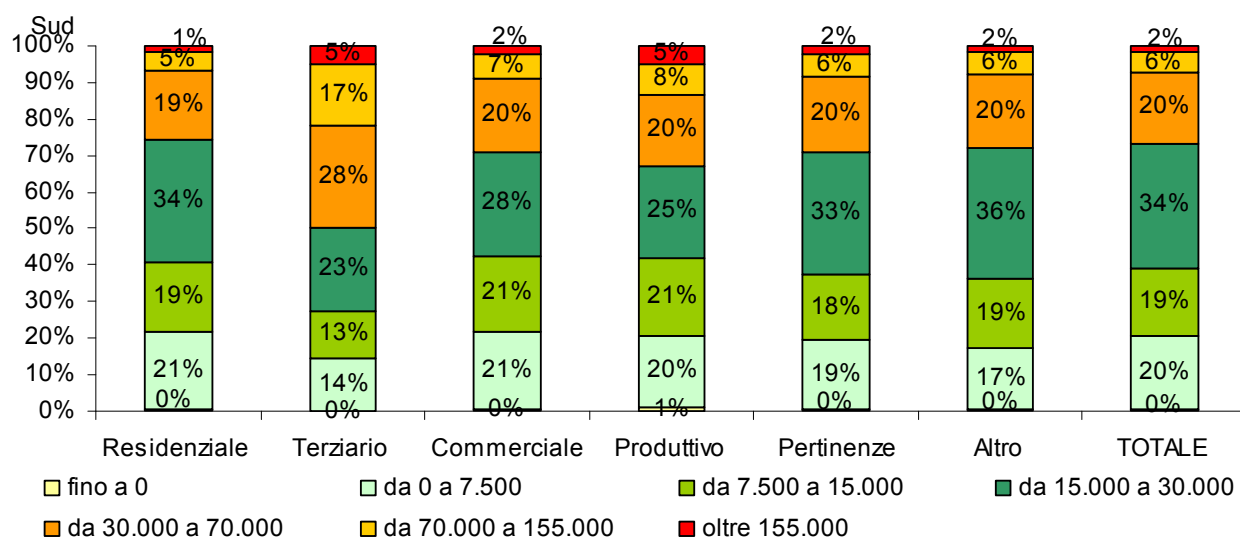
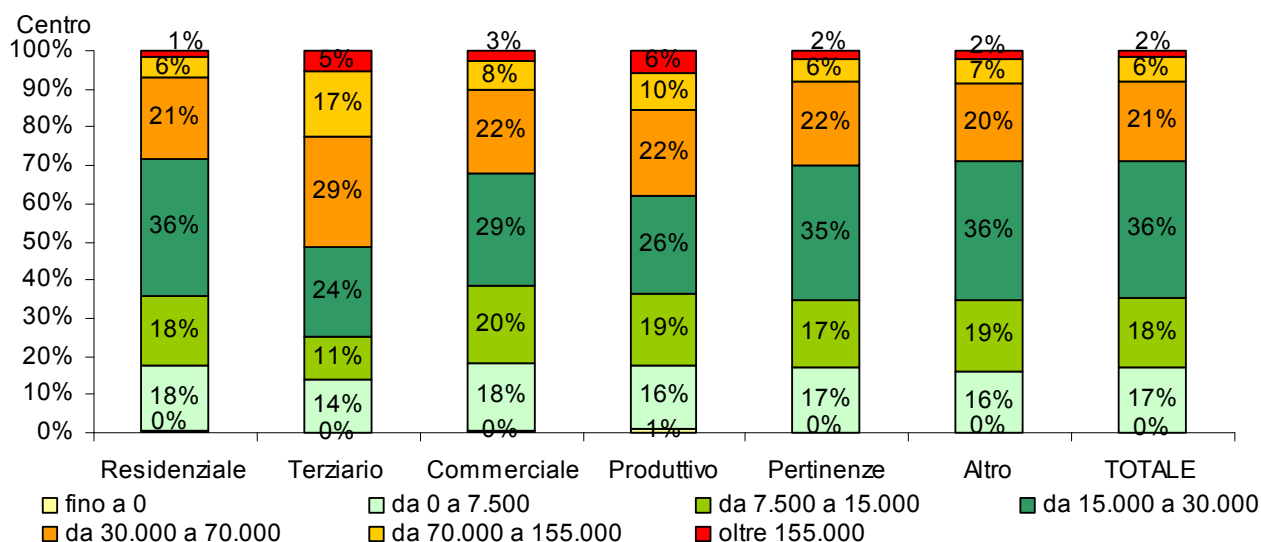
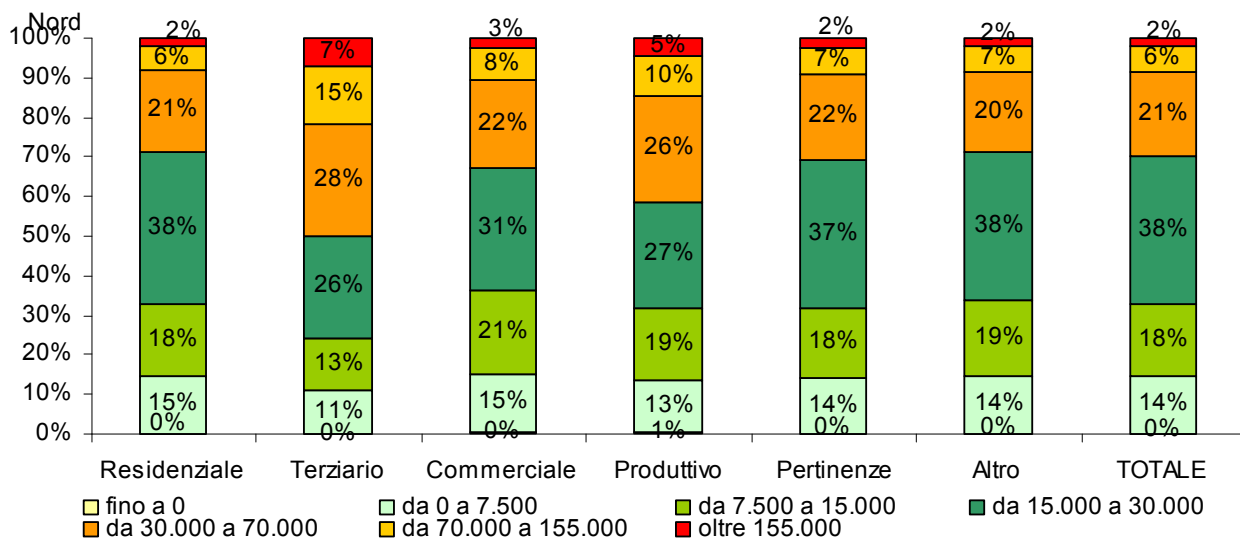
Dopo aver esaminato le caratteristiche degli acquirenti, in questo paragrafo si analizzano le caratteristiche dei soggetti venditori. In relazione alla classe di reddito, come per gli acquirenti, la quota maggiore di NTN è attribuibile ai soggetti nella classe di reddito da 15.000 a 30.000 euro con il 35,7%. Seguono i soggetti nella classe da 30.000 a 70.000 euro, 20,2% e quelli nella classe da 7.500 a 15.000 euro con il 18,5%, una percentuale non trascurabile, 17,2% coinvolge i soggetti nella classe di reddito tra 0 e 7.500 euro. Questa distribuzione generale si riflette in modo molto simile nelle varie tipologie immobiliari ad eccezione del settore terziario dove la quota maggiore di vendite (28,1%) è attribuibile a soggetti con redditi fiscali compresi tra 30.000 e 70.000 euro risultando significative (15,5%) rispetto ad altre tipologie immobiliari, anche la quota di reddito attribuibile alla classe da 70.000 a 155.000.

Figura 5-1: Distribuzione NTN per classi di reddito (migliaia di euro) e tipologia immobiliare dei venditori.



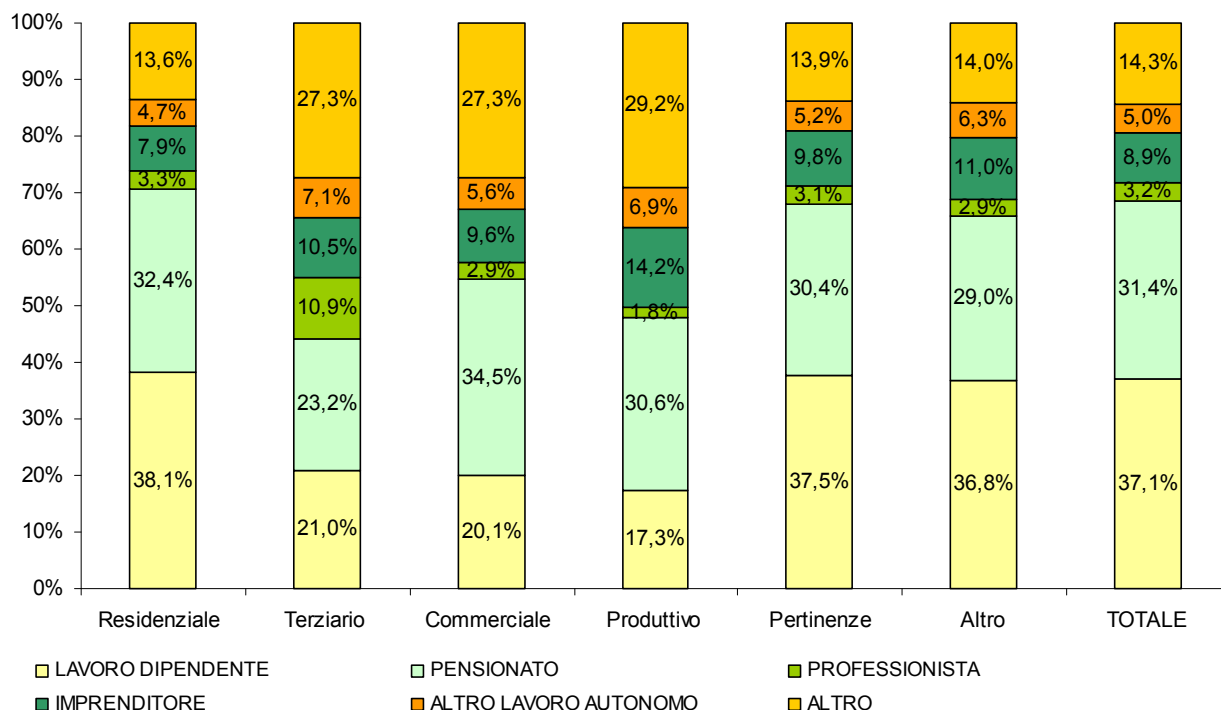
Rispetto a quanto evidenziato per gli acquirenti, l'analisi per singole aree per i venditori mostra differenze di entità minore. Le distribuzioni per ogni area geografica, riportate in Figura 5-2, evidenziano qualche differenza tra Nord e Sud soprattutto nel settore produttivo. Nella classe da 0 a 7.500 euro i venditori salgono dal 13% del Nord al 20% del Sud diversamente nella classe da 30.000 a 70.000 euro sono il 20% al Sud e il 26% al Nord. Anche nel settore residenziale queste due aree mostrano una differenza nella classe da 0 a 7.500 euro, infatti, mentre al Sud si osserva una percentuale del 21% al Nord si scende al 15%.

Figura 5-2: Distribuzione NTN per classi di reddito (migliaia di euro) e tipologia immobiliare dei venditori per aree geografiche.



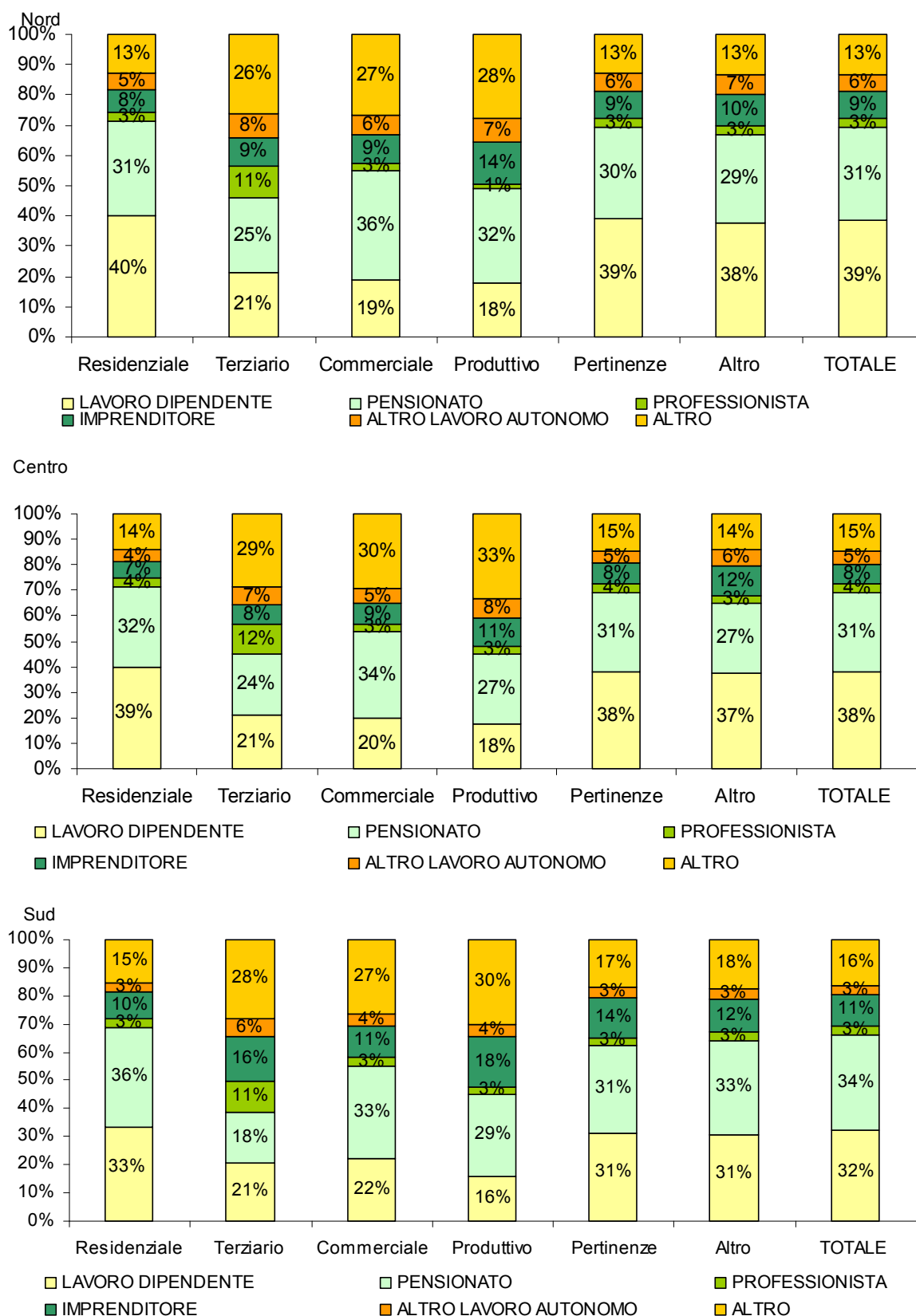
La distribuzione delle vendite in relazione al profilo professionale appare molto diversa da quella evidenziata per gli acquisti. Infatti, diversamente da quanto emerso dall'analisi degli acquirenti, si riscontrano quote elevate di NTN attribuibili ai pensionati. In particolare nei settori produttivo e commerciale le quote dei pensionati sono quelle maggiori con percentuali del 30,6% e del 34,5% rispettivamente. Nel settore residenziale sebbene la quota dei lavoratori dipendenti sia la più elevata, 38,1%, anche la quota attribuibile ai pensionati con il 32,4% risulta simile.

Figura 5-3: Distribuzione NTN per profilo professionale e tipologia immobiliare dei venditori.



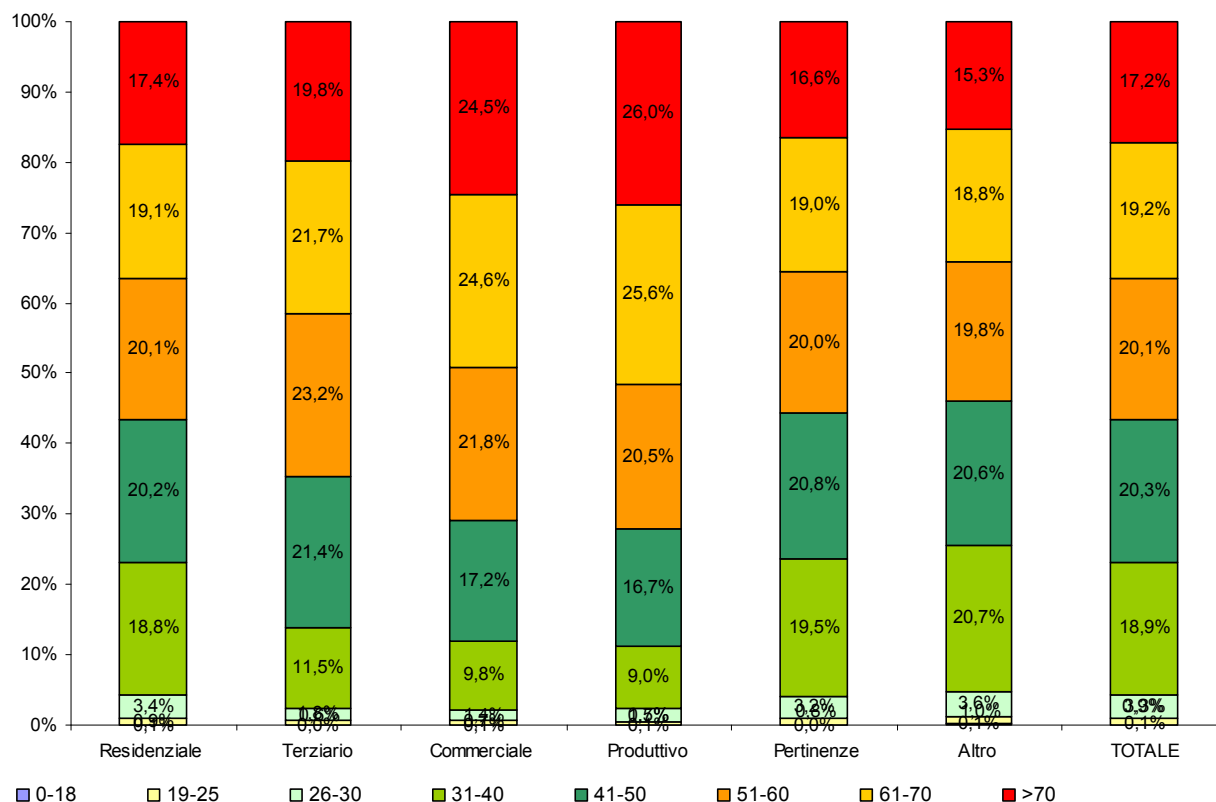
L'analisi per singole aree geografiche mostra alcune differenze per la classe dei lavoratori dipendenti. A questi ultimi, nella categoria del residenziale, si attribuisce il 33% delle vendite al Sud, valore che sale al 40% per il Nord. Analoga risulta la differenza per le pertinenze che vede il Sud con il 31% e il Nord con il 39% di venditori 'lavoratori dipendenti'. Tra Nord e Sud, si osservano differenze anche nel settore Terziario nella classe dei pensionati, 25% al Nord e 18% al Sud e degli imprenditori, 9% al Nord e 16% al Sud. Analoga la differenza per gli imprenditori nel settore terziario tra Centro, 8%, e Sud, 16%.

Figura 5-4: Distribuzione NTN per profilo professionale e tipologia immobiliare dei venditori per aree geografiche.



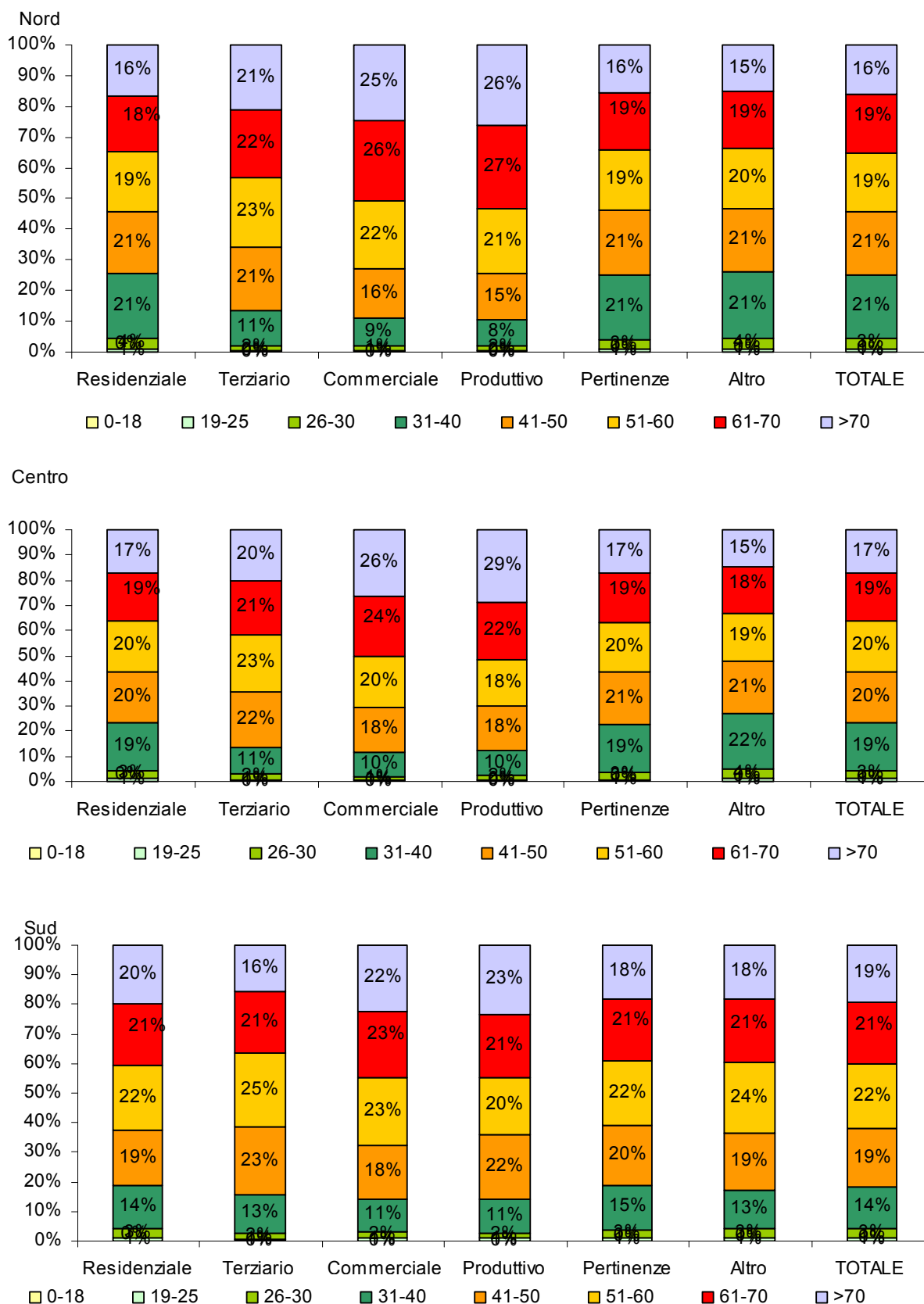
La distribuzione del NTN, in relazione all'età dei soggetti venditori, risulta molto più frammentata rispetto a quella degli acquirenti. Per tutte le tipologie immobiliari, seppure con percentuali diverse, non troviamo quote attribuibili in misura maggiore ad alcune classi di età. Sicuramente trascurabili sono le percentuali di vendita da imputare a soggetti fino a 30 anni, mentre percentuali simili si riscontrano per tutte le altre classi. E' interessante notare come, in questo caso, a differenza che per gli acquisti, percentuali non trascurabili sono imputabili, in tutti i settori, a soggetti ultrasettantenni. Nei settori commerciale e produttivo le vendite che coinvolgono soggetti con età maggiore di settanta sono le maggiori con il 24,5% e il 26%.

Figura 5-5: Distribuzione NTN per età e tipologia immobiliare dei venditori.



La distribuzione del NTN per età e tipologia immobiliare per le singole aree geografiche non mostra particolari differenze. Si sottolineano alcuni scarti percentuali nel settore produttivo tra Nord e Centro nella classe di età tra 61 e 70 (27% Nord e 22% Centro) e nello stesso settore tra Nord e Sud nella classe da 41 a 50 anni (Nord 15% e Sud 22%).

Figura 5-6: Distribuzione NTN per età e tipologia immobiliare dei venditori per il Nord, il Centro e il Sud.



6 Analisi NTN per caratteristiche degli acquirenti e dei venditori e per dimensione delle abitazioni

In questo paragrafo si riporta un'analisi delle caratteristiche di acquirenti e venditori in relazione alle dimensioni delle abitazioni.

Nel grafico di Figura 6-1 si riporta la distribuzione congiunta del reddito degli acquirenti e della quota di NTN per dimensione delle abitazioni. E' evidente che l'abitazione con dimensione media è quella con valori più elevati per tutte le classi di reddito con una percentuale totale del 31%. In relazione alle classi di reddito la sua percentuale è crescente fino 70.000 euro con percentuali dal 29% al 32% per poi decrescere nelle ultime due classi, 29% e 25%. Simili, anche se con percentuali diverse, gli andamenti delle tipologie piccola e medio piccola. Per la piccola si ha un andamento crescente fino a 30.000 euro dal 26% al 30% per poi scendere nelle classi successive. Analogamente la medio piccola mostra percentuali crescenti dal 19% al 22% tra 15.000 e 30.000 euro per poi decrescere fino al 15% nell'ultima classe. I monolocali mostrano percentuali decrescenti all'aumentare del reddito, infatti, la percentuale più elevata si riscontra nella prima classe 14%, percentuale che scende al 9% nella classe fino a 30.000 euro e poi risulta costante al 10% nelle classi successive. All'opposto la tipologia grande risulta crescente all'aumentare del reddito da una percentuale del 12% nella prima classe raggiunge percentuali del 18% e del 24% nelle ultime due classi.

Figura 6-1: Distribuzione NTN per reddito e dimensione delle abitazione per gli acquirenti.

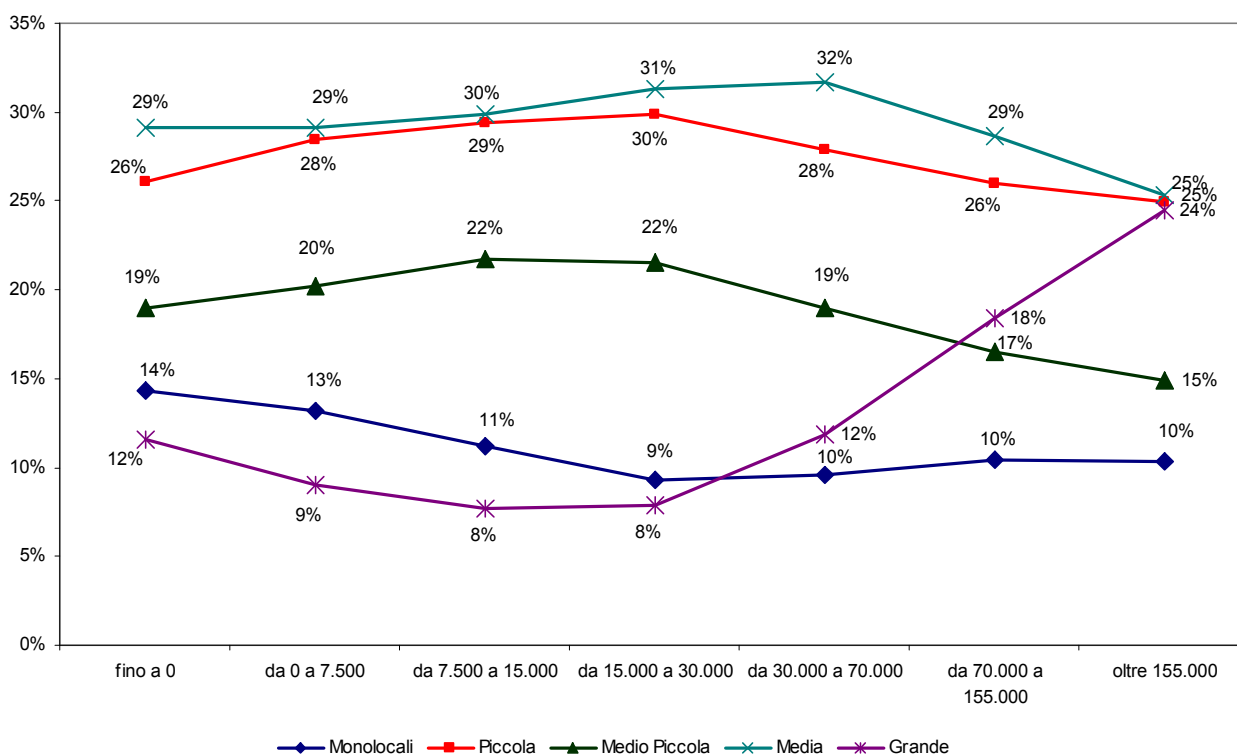
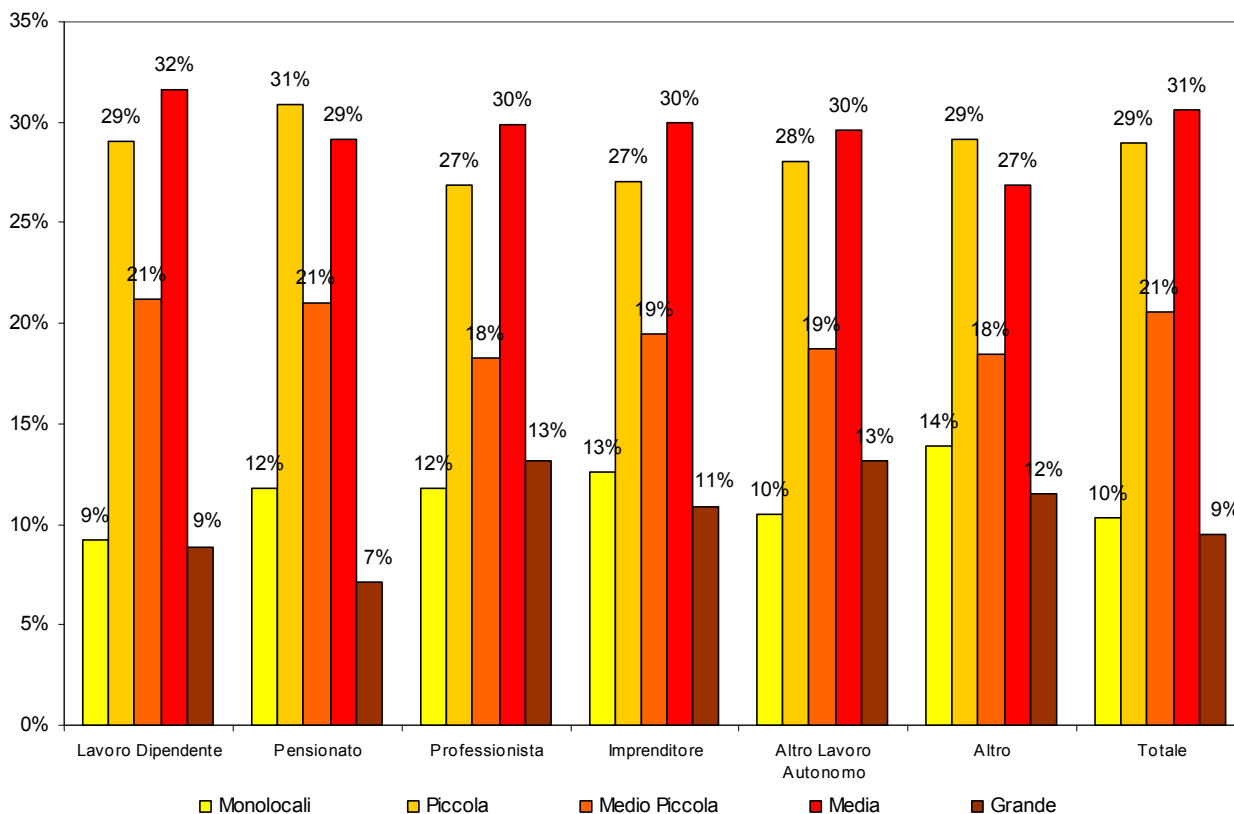


Figura 6-2: Distribuzione NTN per profilo professionale e dimensione delle abitazione per gli acquirenti.



La distribuzione congiunta del profilo professionale degli acquirenti e del NTN per dimensione delle abitazioni riportata nel grafico a barre in Figura 6-2 mostra percentuali elevate della tipologia media per tutte le categorie, 32% per i lavoratori dipendenti, 31% per i pensionati, 29% per professionisti, imprenditori e altri autonomi e 27% per gli altri lavoratori. Seguono le abitazioni piccole maggiormente acquistate da pensionati, 31%. Le abitazioni medio piccole sono acquistate da lavoratori dipendenti e pensionati per il 21% e con percentuali tra il 18% e il 19% dalle altre categorie. I monolocali sono tra il 9% e il 14%. La tipologia grande è acquistata in maggior parte da professionisti e autonomi, 13%.

Figura 6-3: Distribuzione NTN per dimensione delle abitazione e per età degli acquirenti.

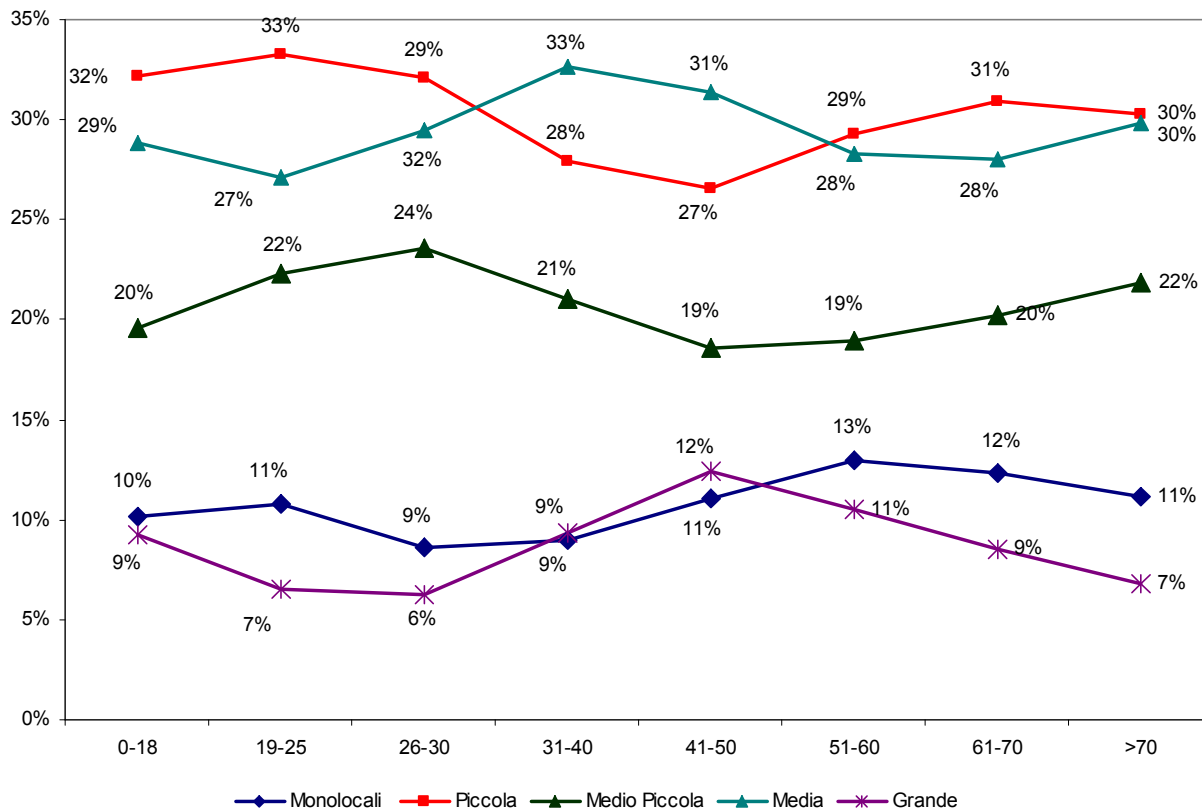
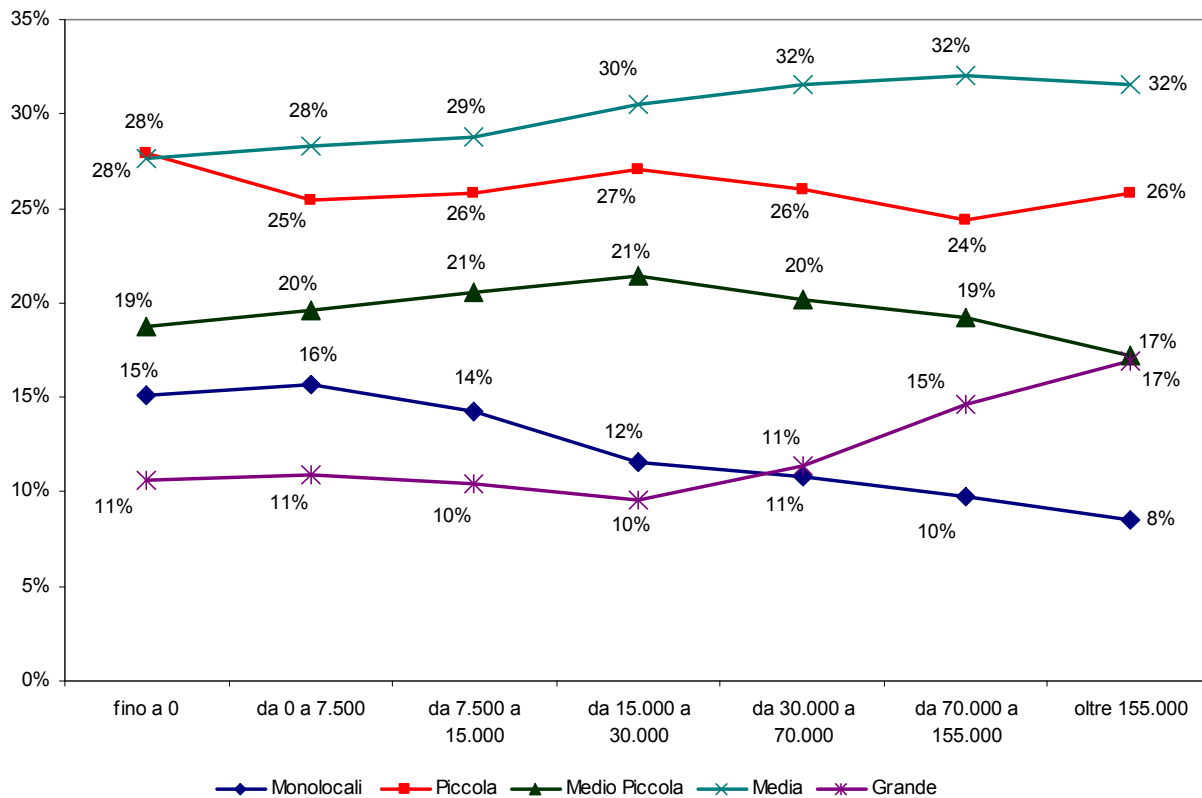


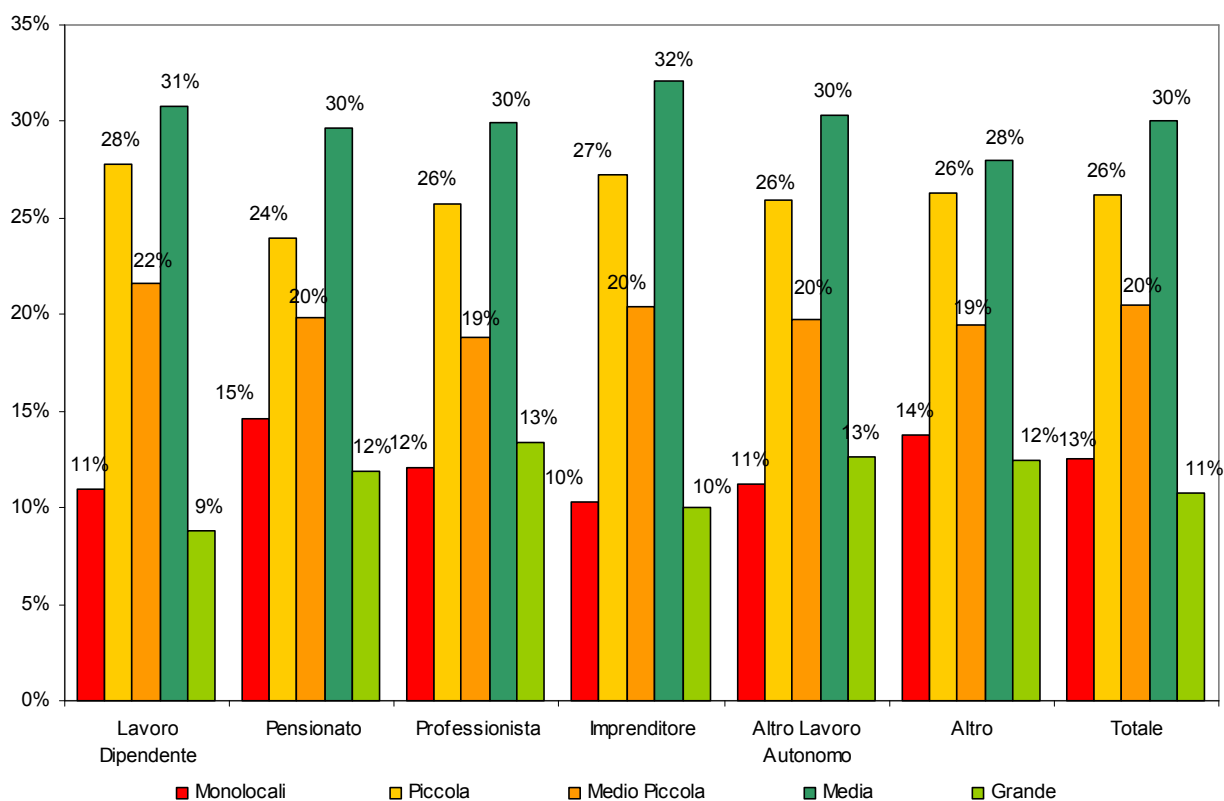
Figura 6-4: Distribuzione NTN per reddito e dimensione delle abitazione per i venditori.



In relazione all'età degli acquirenti dalla Figura 6-3 si nota che fino a 26 anni la tipologia più acquistata è la piccola, intorno al 32%. Per le due classi centrali (31-40 e 41-50) è la tipologia media ad essere la più acquistata, 33% e 31%. La tipologia medio piccola ha valori intorno al 21%, con percentuale minima, 19%, nelle classi tra 41 e 60 anni e massima, 24%, nella classe tra 26 e 30 anni. Con percentuali inferiori si hanno i monocali e la tipologia grande. Per i primi le percentuali maggiori si hanno nelle classi da 61 a 70 anni e oltre i 70. La tipologia grande ha valore più elevato nella classe da 41 a 50, 12%.

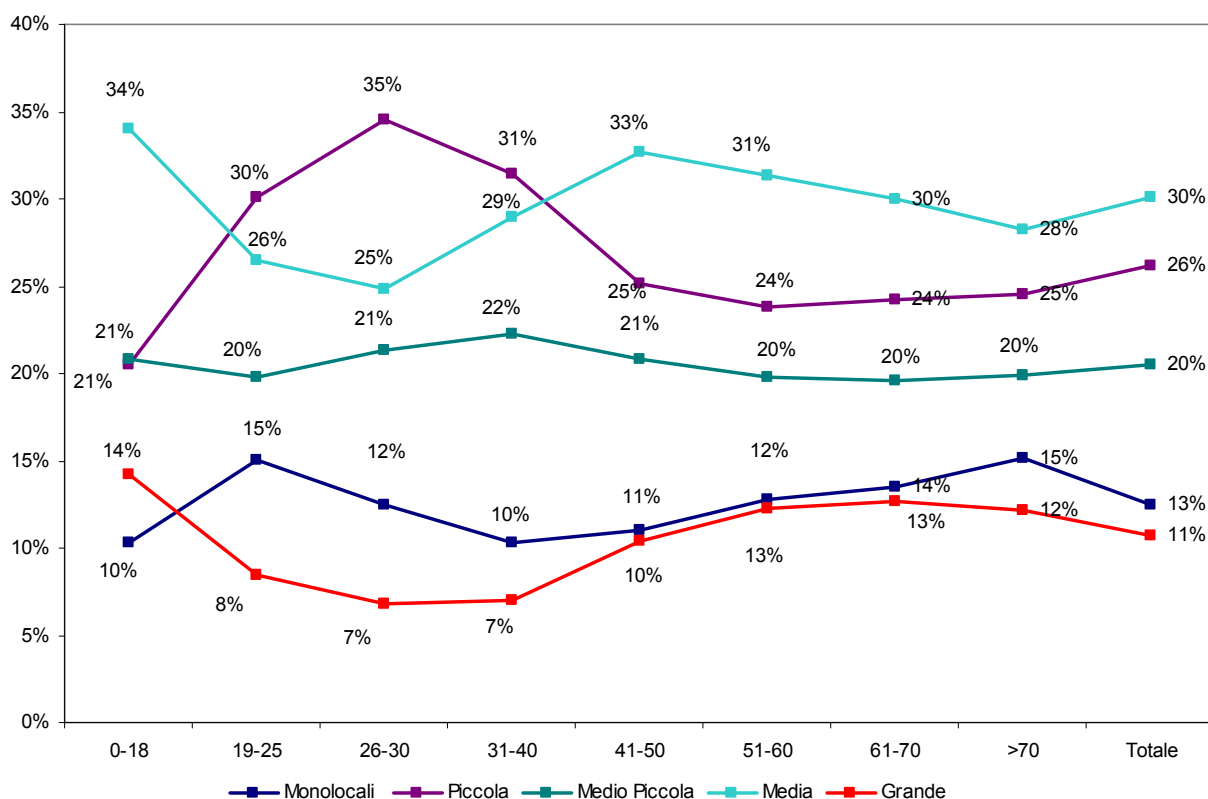
Anche per i venditori la Figura 6-4, che riporta la distribuzione congiunta del reddito dei venditori e del NTN per dimensione delle abitazioni, mostra valori elevati per la tipologia media con percentuale crescente dal 28% per la prima classe fino al 32% dell'ultima classe. La tipologia piccola è maggiormente venduta nelle classi fino a 0 euro, 28% e da 15.000 a 30.000 euro, 27%. Per la tipologia medio piccola le percentuali maggiori si osservano per i redditi intermedi da 7.500 a 30.000 euro. Le percentuali dei monocali decrescono all'aumentare dei redditi e specularmente quelle della tipologia grande crescono all'aumentare dei redditi.

Figura 6-5: Distribuzione NTN per profilo professionale dei venditori e per dimensione delle abitazioni.



In relazione al profilo professionale dei venditori e alla dimensione delle abitazioni la tipologia media mostra percentuali elevate per tutte le categorie, intorno al 30%. Il valore più elevato si osserva per gli imprenditori, 32%. La dimensione piccola è più venduta dai lavoratori dipendenti, 28% e meno dai pensionati, 24%, con percentuali tra il 26% e il 27% per le altre categorie professionali. Per la tipologia medio piccola una percentuale superiore al valore medio del 20% si riscontra per i lavoratori dipendenti, 22%, intorno al 20% le altre categorie. I monocali sono più venduti dai pensionati, 15% mentre la tipologia grande è più venduta dai professionisti e dai lavoratori autonomi, 13%.

Figura 6-6: Distribuzione NTN per età dei venditori e per dimensione delle abitazioni.



In relazione all'età la dimensione piccola le vendite assumono percentuali elevate nelle classi da 19 a 40 anni. In particolare, si osserva il 30% tra 19 e 25 anni, il 35% tra 26 e 30 anni e il 31% tra 31 e 40 anni, percentuali minori nelle altre classi si età. Per la tipologia media la percentuale più elevata si osserva nella classe fino a 18, 34% seguita dalla classe da 41 a 50 anni con il 33%.

7 Le caratteristiche degli acquirenti e dei venditori persone fisiche in relazione all'universo dei contribuenti

Nei paragrafi precedenti si è esaminata la distribuzione di NTN in funzione delle caratteristiche dei soggetti contraenti nel mercato immobiliare. E' utile, tuttavia, anche un confronto tra la composizione, per ciascuna caratteristica (età, reddito, profilo professionale), dei soggetti che agiscono sul mercato immobiliare rispetto al totale dei contribuenti, limitando quest'analisi ai soli contribuenti persone fisiche.

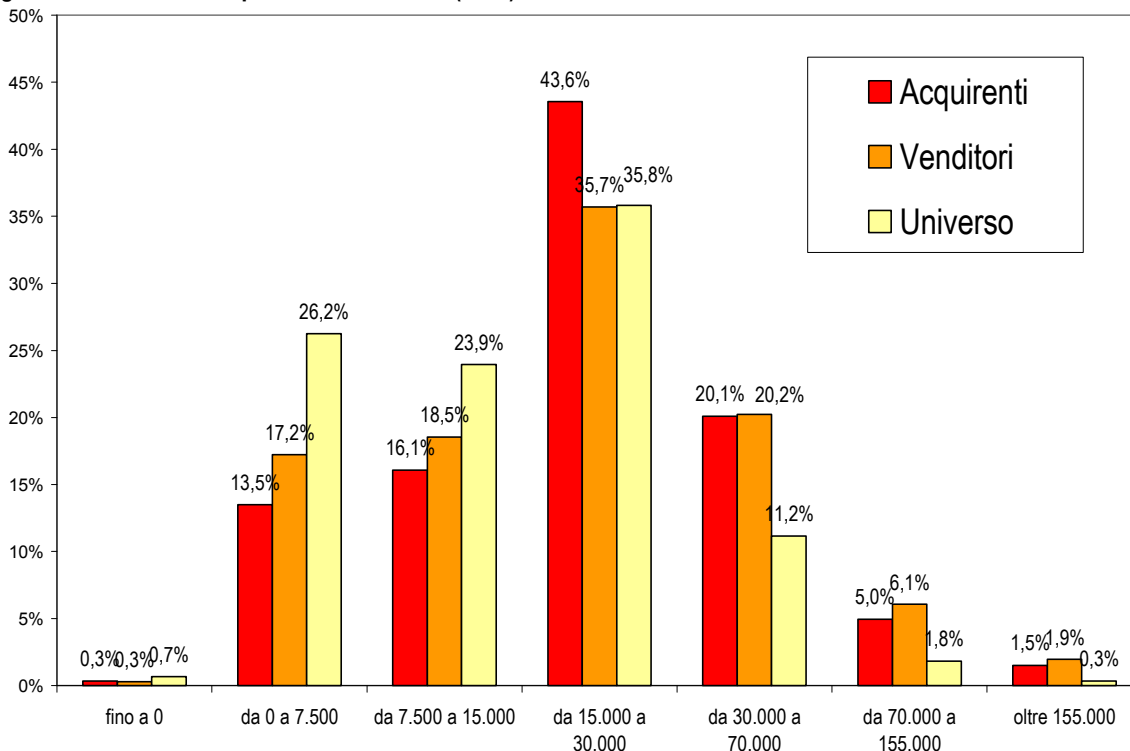
Nei grafici successivi sono riportate le distribuzioni percentuali del numero di soggetti acquirenti, venditori e del totale dei soggetti (persone fisiche) dell'universo di riferimento³ delle dichiarazioni.

Analizzando in primo luogo la distribuzione per classi di reddito, si nota che la classe da 15.000 a 30.000 euro è quella più ampia rappresentando il 35,8% dell'universo dei contribuenti e ben il 43,6% degli Acquirenti, mentre i venditori sono in linea con l'universo. Risulta evidente, inoltre, che gli acquirenti ed i venditori delle tre classi più basse sono in proporzione meno dell'universo dei contribuenti, mentre tale tendenza si inverte per le classi di reddito più elevate dove gli acquirenti e soprattutto i venditori sono maggiormente presenti. In particolare, si

³ Si rammenta che si tratta dell'universo delle dichiarazioni presentate nel 2008- anno d'imposta 2007

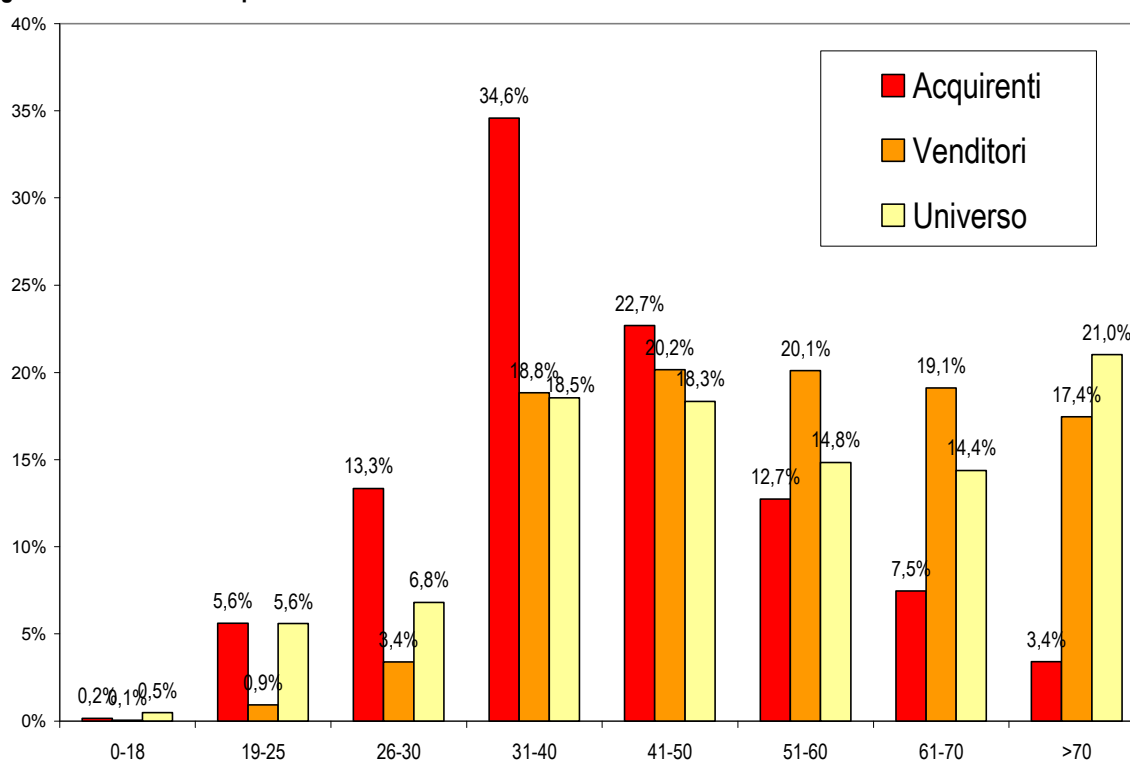
nota che a fronte di una quota molto piccola (0,3%) di contribuenti con reddito superiore ai 155.000 euro, i venditori rappresentano una quota del 1,9%, mentre gli acquirenti rappresentano l'1,5%.

Figura 7-1: distribuzione per classi di reddito (euro)



Si conferma che l'accesso al mercato immobiliare (sia in qualità di acquirente, che a maggior ragione in qualità di venditore) è connesso ai livelli di reddito dei soggetti contraenti.

Figura 7-2: distribuzione per classi di età

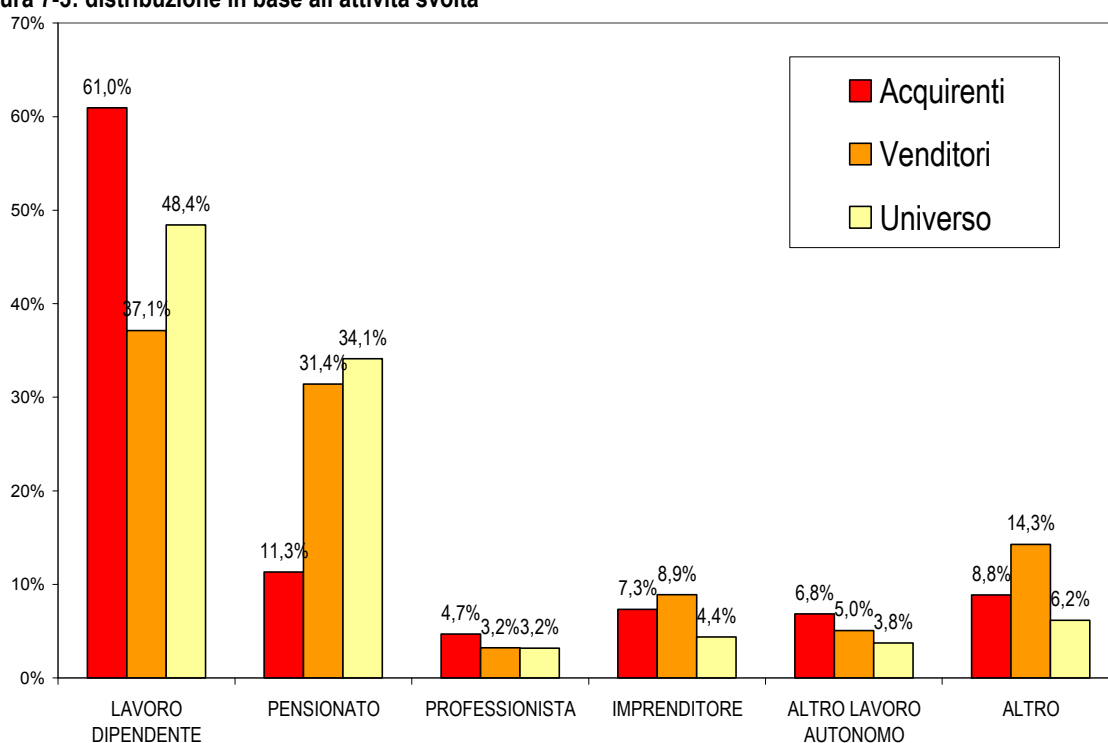


Passando alla distribuzione per età dei soggetti, si nota, in particolare, che mentre il totale dei soggetti presenta una composizione con basse frequenze percentuali nelle classi di età più giovani (fino a 30 anni), con frequenze comprese tra il 18% ed il 14% per le restanti classi di età ed un picco del 21% per i soggetti con più di 70 anni, per gli acquirenti la distribuzione per età è di segno nettamente opposto, con una forte concentrazione, pari al 57,3% nelle due classi centrali (31-40 anni e 41-50 anni) e un peso via via decrescente nelle classi di età superiore: la classe di coloro che hanno più di 70 anni non raggiunge il 3,5% rispetto al 21% riscontrato in precedenza per l'intero universo di riferimento.

Le frequenze percentuali dei soggetti venditori, invece, presentano un andamento per classi di età relativamente meno distante da quello riscontrato nell'universo di riferimento. In questo caso tuttavia risultano inferiori le classi di frequenza delle età giovanili (fino a 30 anni) e si evidenzia un picco nelle classi di età 51-60 anni e 61-70 anni solo parzialmente compensato da un sottodimensionamento relativo rispetto all'universo di riferimento per la classe di coloro con più di 70 anni.

Riguardo, infine, all'attività lavorativa svolta dai soggetti acquirenti, emerge, rispetto alla composizione dell'universo, una maggiore presenza di lavoratori dipendenti ed una minore rilevanza dei pensionati, coerentemente del resto con quanto osservato sulla distribuzione relativa per classi di età (vedi Figura 7-3). Analoga disomogeneità si riscontra anche per i soggetti venditori, che risultano in proporzione meno per i lavoratori dipendenti e per i pensionati, mentre sono più consistenti per gli imprenditori e le altre attività.

Figura 7-3: distribuzione in base all'attività svolta



8 I mercati provinciali per provenienza degli acquirenti

8.1 Introduzione

L'analisi della relazione tra luogo di residenza e ubicazione dell'immobile acquistato permette di evidenziare comportamenti localizzativi nel settore immobiliare. In questo capitolo si intende analizzare i dati con riferimento alla provenienza degli acquirenti e quindi ai mercati che possono emergere.

Anche per l'analisi dei mercati non si sono fatti confronti, infatti, come detto nel primo paragrafo per questa analisi si sono associate i dati relativi di imposta e di compravendite relativi ad uno stesso anno. Nel precedente studio, in particolare, la concordanza tra comune di residenza del soggetto acquirente e comune di ubicazione dell'immobile era intorno al 58% mentre ora è circa il 75%. E', infatti, probabile gli acquisti di abitazioni nello stesso comune di residenza risultassero inferiori perché molti acquisti sono fatti proprio perché ci si trasferisce in quel paese o città. Tale circostanza è confermata dal fatto che associando i dati di NTN 2007 con le informazioni desunte sul periodo di imposta 2006 la concordanza scende al 60%.

Si ricordano le diverse definizioni di mercati.

Per mercato comunale si intende quello relativo alle compravendite che hanno per oggetto immobili ubicati nello stesso comune di residenza del soggetto acquirente.

Per mercato infraprovinciale s'intende quello relativo alle compravendite che hanno per oggetto immobili ubicati in un comune della provincia e acquistati da residenti in un comune diverso dalla provincia stessa.

Per mercato extraprovinciale s'intende quello concernente le compravendite che hanno per oggetto immobili ubicati in un comune della provincia acquistati da residenti in altre province.

8.2 Analisi dei mercati provinciali

Nella Tabella 8-1 si riportano le quote di NTN per tipologia di mercato in relazione alla provenienza degli acquirenti. La stessa tabella evidenzia che il mercato comunale rappresenta una quota molto importante pari al 75,4% a livello nazionale, leggermente superiore per il Nord, 76,6%, e per il Centro, 76,1% e leggermente inferiore per il Sud, 72,1%. Il mercato provinciale, pari al 13,1%, mostra una percentuale lievemente superiore al Nord, 13,5%, a fronte del 13% circa per il Sud del 12,1% per il Centro. Specularmente il mercato extraprovinciale, pari a circa il 12% a livello nazionale, assume percentuali più elevate al Sud, 15% e al Centro, 12% e inferiore al Nord con il 10% circa.

Tabella 8-1: Composizione mercati provinciali per provenienza acquirenti.

Area	Mercato Comunale	Mercato Provinciale	Mercato extraprovinciale	Totale
Nord	76,55%	13,49%	9,96%	100%
Centro	76,08%	12,06%	11,87%	100%
Sud	72,13%	12,96%	14,92%	100%
Italia	75,37%	13,06%	11,58%	100%

Entrando nel dettaglio provinciale in Figura 8-1 si mostra la distribuzione provinciale dell'incidenza percentuale del mercato comunale. Per molte province tale incidenza è molto elevata, per circa la metà di esse, infatti, la percentuale di mercato comunale risulta superiore al 75%, valore medio nazionale. In particolare con un'incidenza superiore all'85% si trovano le province di Enna (89%), Bari (87%), Prato (86%) e Caltanissetta (85%). Le percentuali più basse si riscontrano, invece, nelle province di Imperia e Rieti (49% circa), Sondrio (48%) e Nuoro e Aosta (46%).

La distribuzione percentuale dell'incidenza del mercato provinciale, Figura 8-2, risulta abbastanza bassa mantenendosi per la maggior parte delle province (circa 65) a livelli inferiori al valore medio nazionale del 13%.

Valori elevati si osservano nelle province di Lecce (20%), Brescia, Catania e Napoli (19%) e Verona e Cagliari (18%). Vi sono province dove questa incidenza non supera il 5%: Enna (3%), Livorno (4,6%) e Brindisi 5%. A fronte di un valore medio del 12% circa, il mercato extraprovinciale, rappresentato in Figura 8-3, raggiunge un'incidenza elevata tra il 30% e il 45% in 11 province. Si tratta di province della regione Sardegna, dell'Aquila e di Aosta di cui è nota la loro vocazione turistica. In particolare i valori più elevati si osservano per L'Aquila con il 43%, Imperia e Nuoro con il 42%. Percentuali superiori al dato medio nazionale del 12% si riscontrano però anche in molte altre province soprattutto del Sud. In alcune province mostrano una scarsa attrattività evidenziando percentuali di mercato extraprovinciale inferiori al 5%, si tratta di Bari 3,3%, Torino 3,8%, Napoli 4,8% e Padova 4,9%.

Figura 8-1: Percentuale di mercato comunale.

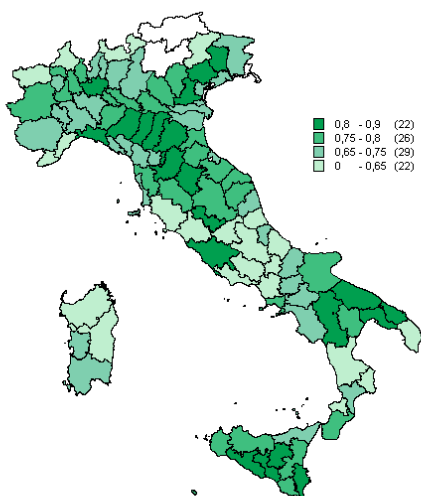


Figura 8-2: Percentuale di mercato provinciale.

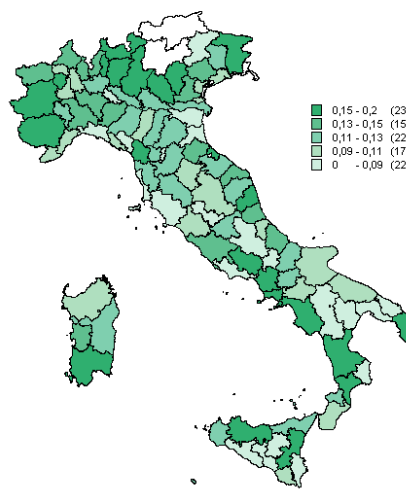
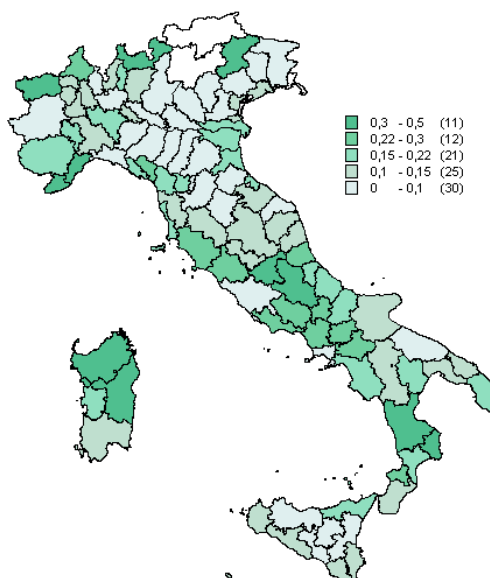


Figura 8-3: Percentuale di mercato extraprovinciale.



9 Un esempio per alcune città

9.1 Introduzione

L'analisi delle caratteristiche del mercato residenziale per le singole città è analogo a quello presentato per il mercato nazionale: si prendono in esame i dati tratti dall'incrocio del luogo di residenza dell'acquirente, distinto tra i comuni della provincia in esame, i comuni delle altre province e del resto d'Italia, con il luogo dove è ubicato l'immobile acquistato, distinto nei comuni della provincia in esame.

Nel seguito si fornirà un approfondimento del tema con riferimento ad alcune città capoluogo evidenziando, inoltre, da chi (in termini di residenza) sono acquistati gli immobili ubicati nelle province studiate e dove i residenti delle stesse province acquistano nel resto d'Italia.

9.2 Venezia

In questo paragrafo si analizzano i mercati comunali, infraprovinciali ed extra-provinciali dei comuni della provincia di Venezia. In Tabella 9-1 si riporta la distribuzione percentuale per macroaree della provincia di Venezia distinta per tipologia di mercato. La quota di mercato comunale della provincia è conforme al dato medio nazionale (75% circa) risultando pari circa al 74,8%. Tuttavia, tale media risulta influenzata da un'incidenza molto bassa che si riscontra nei comuni della macroarea balneare, 39,8%. Quasi tutte le macroaree, infatti, mostrano percentuali di incidenza di acquisto da parte di residenti superiore al livello della provincia, in particolare l'incidenza maggiore si osserva a Venezia con l'85%, segue l'area della cintura veneziana con l'84% e con l'82,5% troviamo il veneto orientale e la zona sud. L'incidenza della zona balneare rappresenta, quindi, un'eccezione imputabile probabilmente alla sua vocazione turistica confermata dall'elevata incidenza di acquisti da parte di residenti nelle altre province venete per il 34,3% e di residenti nel resto d'Italia, 12,6%. Per quanto riguarda il mercato infraprovinciale questo è diretto anche verso l'area del veneto orientale, 12,4% e della cintura veneziana, 11,1% e con percentuali inferiori intorno all'8% verso la zona sud e Venezia. I residenti nelle altre province venete effettuano acquisti in maggior parte, oltre che verso la zona balneare, anche verso la zona sud, 7,4%, e con percentuali inferiori verso le altre aree.

Tabella 9-1: Tipologie di mercati per la provincia di Venezia per provenienza degli acquirenti.

Macro-area	Mercato comunale	Mercato infra-provinciale	Mercato extra-provinciale (province venete)	Mercato extra-provinciale (resto d'Italia)	Totale
Venezia	84,9%	7,7%	3,4%	4,0%	100%
Cintura Veneziana	83,9%	11,1%	3,8%	1,2%	100%
Balneare	39,8%	13,3%	34,3%	12,6%	100%
Veneto Orientale	82,6%	12,4%	2,7%	2,3%	100%
Zona Sud	82,4%	8,4%	7,4%	1,7%	100%
Provincia	74,8%	10,7%	10,0%	4,5%	100%

In Tabella 9-2 si riporta il dettaglio percentuale degli acquisti effettuati in provincia di Venezia da parte dei residenti nel resto delle province venete. La maggior parte degli acquisti viene effettuata da residenti nelle province confinanti: Treviso e Padova che rappresentano insieme quasi l'80% del mercato infraregionale. I residenti nella provincia di Treviso effettuano in maggior parte acquisti nella zona del veneto orientale, 91% e del balneare, 56,5%, mentre i padovani effettuano acquisti soprattutto nella zona sud, 86% e nella cintura veneziana, 67,8%.

Tabella 9-2: Mercato extra-provinciale: acquirenti residenti nelle altre province venete.

Macro-area	Belluno	Padova	Rovigo	Treviso	Vicenza	Verona	Totale
Venezia	6,3%	29,8%	2,1%	41,3%	16,9%	3,6%	100%
Cintura Veneziana	0,6%	67,8%	0,0%	26,8%	2,3%	2,5%	100%
Balneare	3,8%	20,5%	1,0%	56,5%	13,4%	4,8%	100%
Veneto Orientale	1,0%	4,0%	0,0%	91,0%	3,0%	1,0%	100%
Zona Sud	0,0%	85,9%	8,3%	1,2%	2,4%	2,4%	100%
Provincia	3,4%	28,8%	1,2%	50,9%	11,5%	4,2%	100%

In Figura 9-1 si può osservare il dettaglio comunale dell'incidenza percentuale degli acquisti effettuati da residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile. Come già evidenziato dai dati medi riportati in Tabella 9-1 le percentuali più elevate, tra l'80% e il 90%, si rilevano principalmente per i comuni di Venezia e della cintura veneziana, mentre incidenze minori si riscontrano nei comuni dell'area balneare, percentuali particolarmente basse, inferiori al 30%, si hanno nei comuni di Caorle, Jesolo e San Michele al Tagliamento. E' interessante notare come la mappa dell'incidenza degli acquisti dei residenti nelle altre province venete, riportata nella Figura 9-2, sia speculare alla precedente. L'area balneare mostra, infatti, percentuali elevate di incidenza di acquisti, il comune di Caorle è quello che presenta la quota più elevata di mercato extra-provinciale. Tale percentuale è sostenuta soprattutto, come visto, dagli acquisti dei residenti a Treviso e a Padova.

Figura 9-1: Mercato comunale per comune.

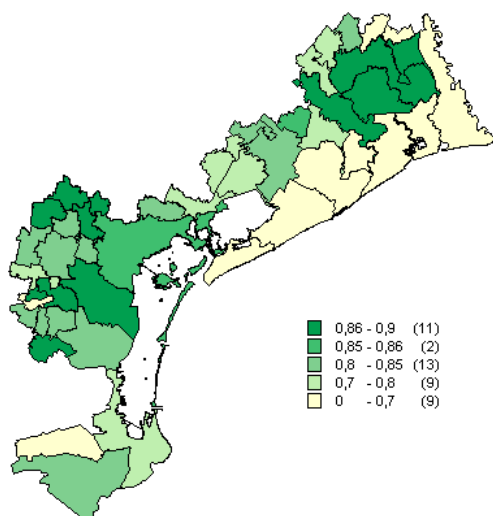
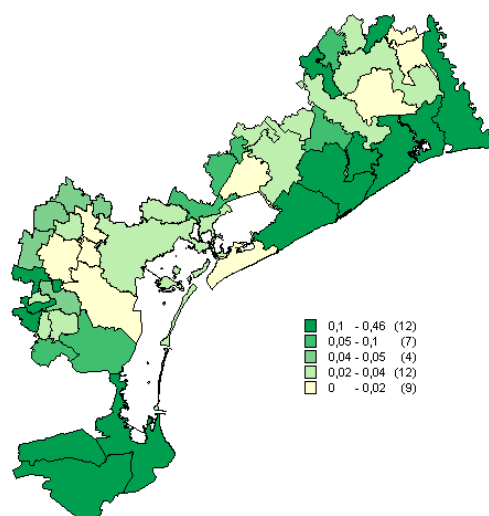
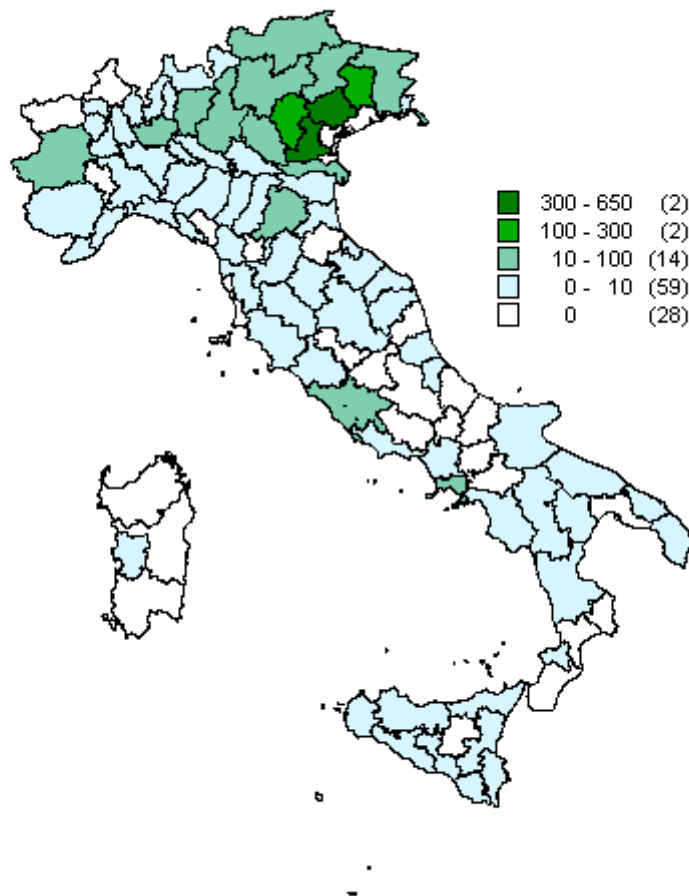


Figura 9-2: Mercato extra-provinciale per comune dei residenti nelle altre province venete.



Il mercato degli acquisti nella provincia veneziana da parte di residenti nel resto d'Italia è sostenuto soprattutto dalle compravendite effettuate dai residenti nella confinante provincia friulana di Pordenone e dai milanesi. In Figura 9-3 si riporta la mappa del numero di immobili acquistati a Venezia da residenti in altre province italiane. Il mercato extraprovinciale coinvolge circa il 15% degli acquisti e di questi la maggior parte, il 10%, è dovuto al mercato infraregionale mentre il restante agli acquisti provenienti dal resto d'Italia di cui il 3,8% dal Nord, lo 0,4% dal Sud e lo 0,3% dal Centro.

Figura 9-3: Acquisti a Venezia da residenti nel resto d'Italia per provenienza degli acquirenti.



Nel seguito del paragrafo si fornisce una breve analisi degli acquisti effettuati dai residenti nella provincia di Venezia. In Tabella 9-3 si riporta la distribuzione percentuale degli acquisti effettuati dai residenti a Venezia e nel resto della provincia per il mercato regionale ed extra regionale. Gli acquisti di immobili ubicati nella province della stessa regione rappresentano una percentuale abbastanza elevata, 68,5%, incidenza leggermente più elevata se si considerano i soli acquisti dei residenti nei comuni del resto della provincia, 70,6% e invece, inferiore se si osservano gli acquisti dei residenti nel capoluogo, 65,1%. I residenti nel capoluogo effettuano una quota leggermente più elevata di acquisti fuori regione, 34,9% a fronte del 29,4% dei non residenti nel capoluogo.

Tabella 9-3: Distribuzione degli acquisti effettuati da residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Venezia.

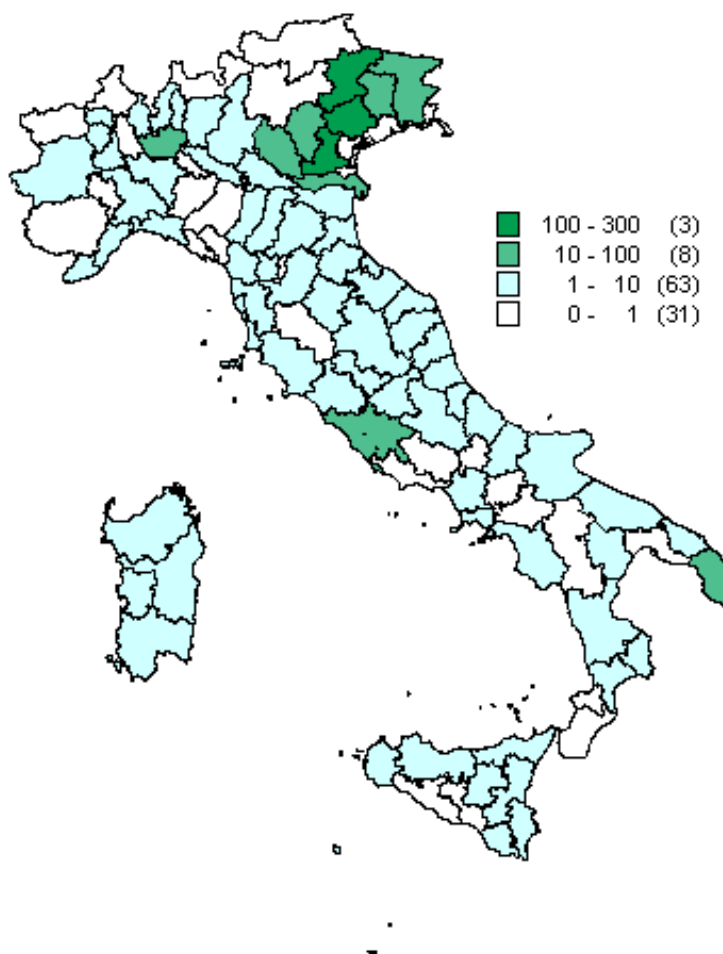
Mercato	% NTN acquistato da residenti nel resto provincia di Venezia	% NTN acquistato da residenti nel capoluogo di Venezia	Totale
Infraregione	70,6%	65,1%	68,5%
Extra-Regione	29,4%	34,9%	31,5%
Provincia	100%	100%	100%

Nella mappa di Figura 9-4, si riporta il numero di acquisti effettuati dai veneziani in tutte le altre province. Se si trascurano i valori elevati delle tre province di Belluno, Padova e Treviso della stessa regione Veneto, si possono osservare acquisti importanti anche verso le confinanti province friulane di Pordenone e Udine. A distanza maggiore si riscontrano acquisti anche a Milano, circa 30 NTN e a Roma e Lecce, circa 15 NTN.

Tabella 9-4: Distribuzione degli acquisti da residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Venezia per area geografica

Area	% NTN acquistato da residenti nel resto provincia di Venezia	% NTN acquistato da residenti nel capoluogo di Venezia	Totale
Nord	67,5%	46,4%	58,7%
Centro	9,5%	20,9%	14,2%
Sud	23,0%	32,7%	27,1%
Totale extra regione	100%	100%	100%

Figura 9-4: Acquisti dei veneziani nelle altre province.



9.3 Milano

In questo paragrafo si analizzano i mercati comunali, infraprovinciali ed extra-provinciali dei comuni della provincia di Milano.

La distribuzione percentuale per macroaree della provincia di Milano si riporta in Tabella 9-5 che evidenzia un'elevata incidenza di quota del mercato comunale pari all'82,7% per l'intera provincia superiore di qualche punto percentuale alla media nazionale del 74,8%. Seppure con livelli lievemente inferiori o superiori in quasi tutte le macroaree, la media provinciale è confermata con la sola eccezione di Milano città in cui la percentuale sale all'87,4%. Per quanto riguarda il mercato infraprovinciale, questo ha un'incidenza del 12,3% leggermente superiore alla media nazionale imputabile in maggior parte agli acquisti effettuati da residenti in altri comuni

della provincia verso le aree dell'Abbatense magentino, 20,4% e dell'Alto Milanese, 17%. Anche per questo mercato Milano rappresenta un'eccezione in quanto risultando l'incidenza del mercato infraprovinciale pari al 4,1% valore molto inferiore al dato medio provinciale e nazionale. Il mercato extraprovinciale riferito alle altre province della Lombardia è piuttosto basso, 1,8%. Tra le aree un interesse maggiore si riscontra per la zona dell'alto milanese, 3%. Il mercato extraregionale ha un'incidenza pari al 3,2% valore dovuto principalmente all'interesse ad acquistare nella zona di Milano di città, 6%.

Tabella 9-5 : Tipologie di mercati per la provincia di Milano per provenienza degli acquirenti.

Macro-area	Mercato comunale	Mercato Infra-provinciale	Mercato extra-provinciale (province lombarde)	Mercato extra-provinciale (resto d'Italia)	Totale
Abbatense Magentino	76,0%	20,4%	1,1%	2,5%	100%
Alto Milanese	79,3%	15,8%	3,0%	1,8%	100%
Cintura Nord	79,9%	17,0%	1,0%	2,1%	100%
Direttrice Est	83,3%	13,7%	1,2%	1,7%	100%
Milano Città	87,4%	4,1%	2,4%	6,1%	100%
Monza e Brianza	82,4%	14,4%	1,8%	1,4%	100%
Sud Milano	78,8%	16,5%	2,3%	2,5%	100%
Provincia	82,7%	12,3%	1,8%	3,2%	100%

La Tabella 9-6 evidenzia il dettaglio percentuale degli acquisti effettuati in provincia di Milano da parte dei residenti nel resto delle province lombarde. Le percentuali di acquisti da parte delle altre province della regione risultano abbastanza frammentate. Tuttavia, le percentuali più elevate sono dovute alle confinanti Varese, 22,8%, Como, 15,5%, Pavia, 14,6%, Bergamo e Lecco con circa il 12%. Queste ultime effettuano acquisti soprattutto nelle zone limitrofe, infatti, per Varese osserviamo un alta percentuale di acquisti, 84,3%, verso i comuni dell'area dell'alto milanese e con percentuali più basse verso la cintura Nord, 33% e l'Abbatense magentino, 22,1%. I residenti a Como e di Lecco effettuano acquisti soprattutto nei comuni dell'area Monza e Brianza, 34,3% e 31,3% rispettivamente. I residenti a Pavia hanno interesse verso la zona dell'Abbatense magentino, 34% e quelli di Bergamo acquistano soprattutto nella zona della direttrice est, 43,6%. La zona di Milano Sud attrae soprattutto i residenti a Lodi e Pavia che effettuano acquisti per circa il 30%. Pur confinando per Cremona si osserva una percentuale bassa, 4,5%, di acquisti verso la provincia Milanese. E' Mantova a mostrare il minor interesse verso gli immobili della provincia di Milano evidenziando una percentuale minima dell'1,4%.

Tabella 9-6: Percentuale di NTN acquistate nelle macro aree da residenti nelle altre province lombarde.

Macro-area	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Lodi	Mantova	Pavia	Sondrio	Varese	Totale
Abbatense Magentino	9,1%	4,0%	14,5%	3,4%	1,0%	4,0%	2,0%	34,0%	6,0%	22,1%	100%
Alto Milanese	5,0%	2,6%	4,8%	0,0%	0,8%	1,3%	0,0%	0,8%	0,4%	84,3%	100%
Cintura Nord	5,3%	10,8%	13,3%	4,6%	13,1%	3,5%	1,1%	13,6%	1,6%	33,0%	100%
Direttrice Est	43,6%	8,5%	2,4%	7,0%	13,4%	7,1%	1,2%	6,9%	4,1%	5,8%	100%
Milano Città	12,2%	6,1%	14,8%	5,5%	9,8%	6,2%	2,4%	19,1%	7,2%	16,7%	100%
Monza e Brianza	10,7%	3,6%	34,3%	0,5%	31,3%	1,2%	0,2%	4,1%	1,2%	13,0%	100%
Sud Milano	6,4%	6,7%	6,3%	11,2%	3,1%	30,4%	1,8%	30,0%	0,0%	4,0%	100%
Provincia	12,3%	5,8%	15,5%	4,5%	12,4%	6,9%	1,4%	14,6%	3,8%	22,8%	100%

In Figura 9-5 si riporta il dettaglio comunale dell'incidenza percentuale degli acquisti effettuati da residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile. Tale mappa mostra che diversamente da quanto evidenziato in Tabella 9-5 Milano città non è il comune con la quota più elevata di mercato comunale. Si nota, infatti che in molte aree vi sono comuni con incidenza elevata e comuni con un'incidenza minore. La mappa del mercato

extraprovinciale degli acquisti effettuati da residenti nelle altre province lombarde, riportata in Figura 9-6, mostra un'incidenza elevata soprattutto per i comuni di confine.

Figura 9-5: Mercato comunale per comune.

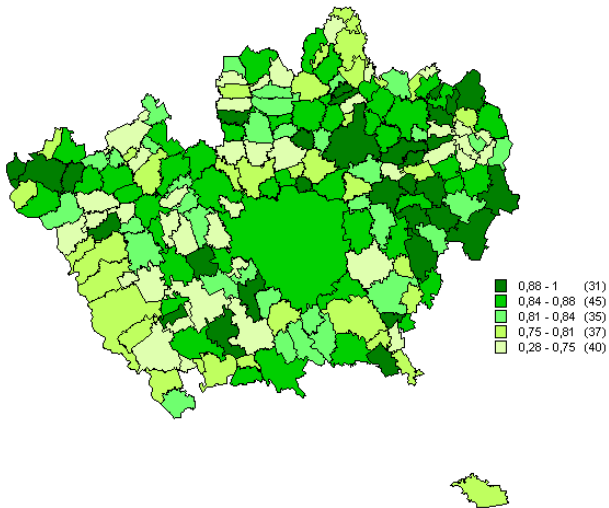
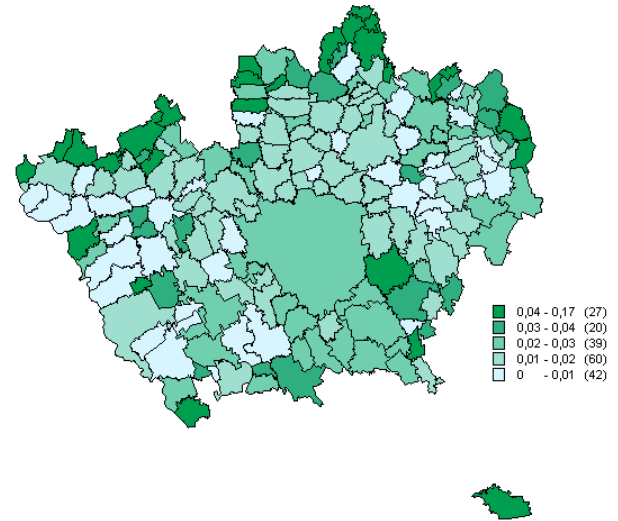
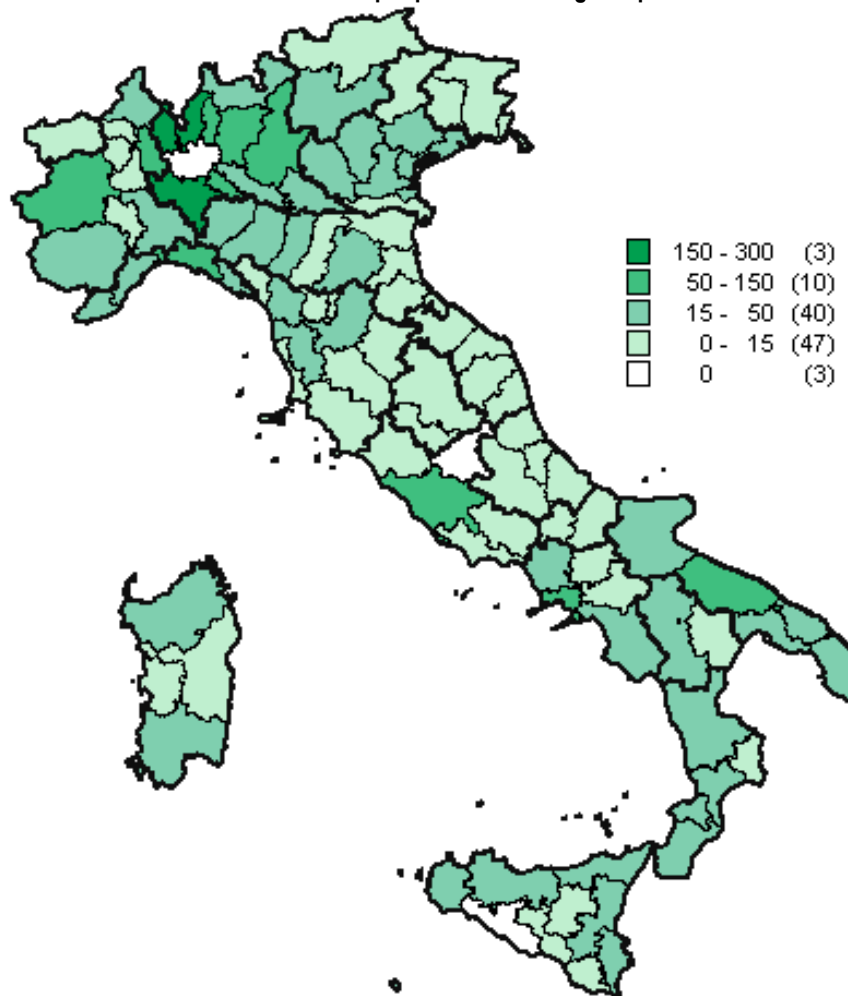


Figura 9-6: Mercato extra-provinciale per comune dei residenti nelle altre lombarde.



Nella mappa di Figura 9-7 si riporta la distribuzione degli acquisti effettuati a Milano da residenti in altre province. Si nota un interesse abbastanza diffuso verso gli immobili milanesi, infatti, questo mercato non è sostenuto solo dalle transazioni dei residenti nelle province della stessa regione o della confinante Varese ma anche da molte altre province del resto d'Italia. Molti acquisti sono effettuati da residenti nella capitale, a Napoli Genova e Bari.

Figura 9-7: Acquisti a Milano da residenti nel resto d'Italia per provenienza degli acquirenti.



Per cogliere particolari preferenze localizzative di coloro che effettuano acquisti da altra provincia verso la provincia di Milano in Figura 9-8, Figura 9-9 e Figura 9-10 si riporta la distribuzione degli acquisti effettuati nella provincia da residenti nel Nord, nel Centro e nel Sud rispettivamente. Emerge in tutti e tre i casi una chiara preferenza ad acquistare a Milano città e nei comuni dell'area direttrice est.

Figura 9-8: NTN acquistate nei comuni della provincia di Milano da residenti nel Nord (esclusa la Lombardia).

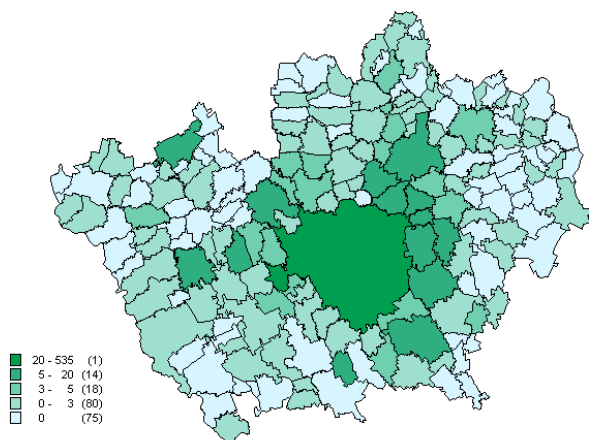


Figura 9-9: NTN acquistate nei comuni della provincia di Milano da residenti nel Centro.

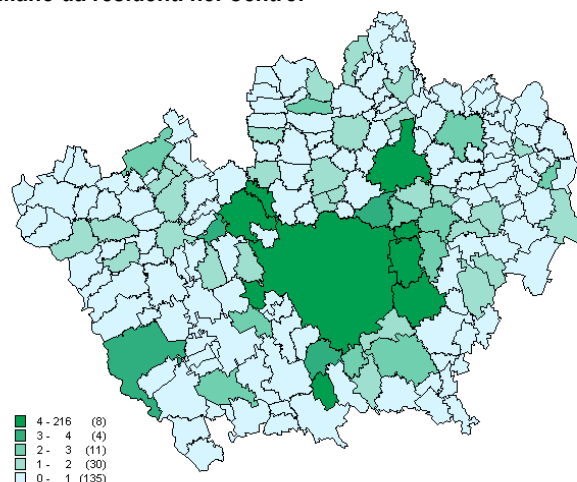
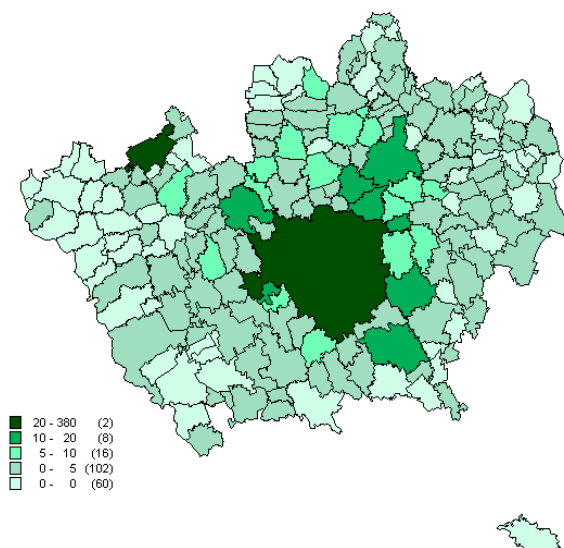


Figura 9-10: NTN acquistate nei comuni della provincia di Milano da residenti nel Sud.



In Tabella 9-7 si riporta la distribuzione percentuale degli acquisti effettuati dai residenti a Milano e nel resto della provincia per i mercati infra ed extra regione. Da questa tabella si può osservare che le due percentuali di acquisto all'interno della regione, 53,2%, e fuori regione, 46,8%, non si discostano. Se scindiamo gli acquisti in considerazione di capoluogo e resto provincia emerge una preferenza dei residenti nel capoluogo ad acquistare fuori regione, 61,2% mentre i residenti nel resto della provincia mostrano una lieve preferenza per gli acquisti all'interno della stessa regione Lombardia, 52%.

Tabella 9-7: Distribuzione degli acquisti effettuati da residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Milano.

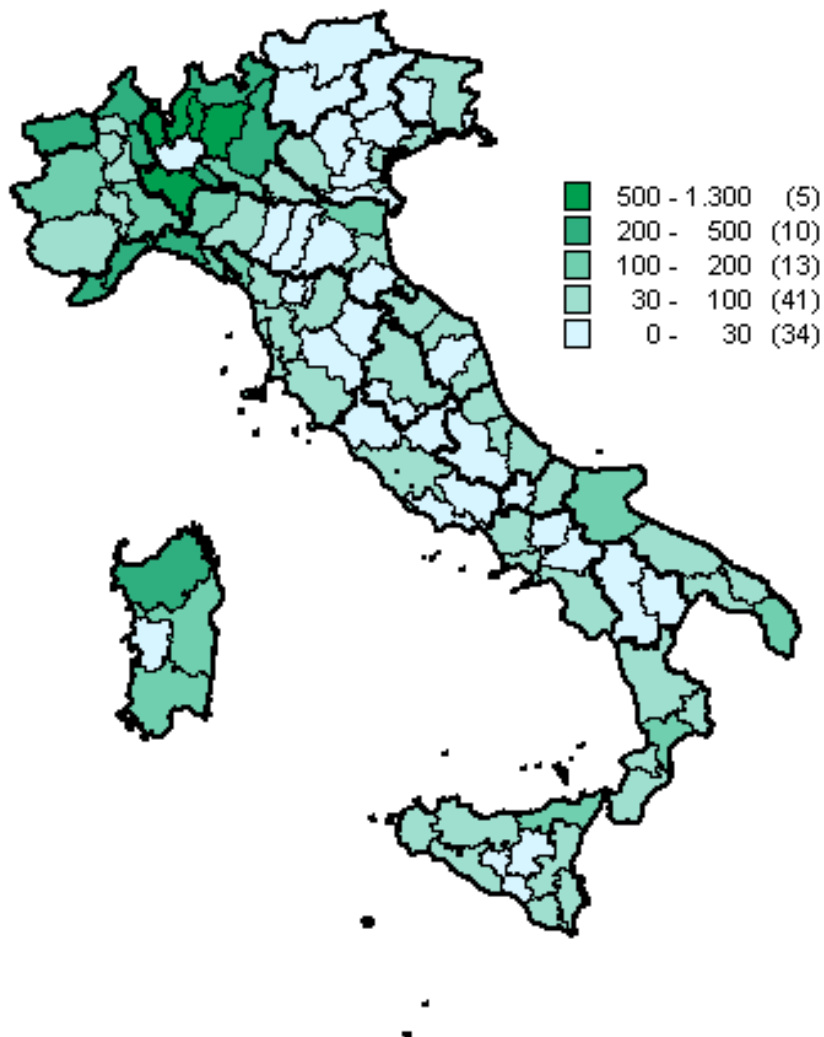
Mercato	Residenti a Milano	Residenti nel resto della provincia di Milano	Totale
Extraregione	61,2%	48,0%	53,2%
Infraregione	38,8%	52,0%	46,8%
Totale	100%	100%	100%

Se si considerano gli acquisti infra ed extraregione in relazione all'area geografica, così come riportati in Tabella 9-6, possiamo notare che oltre un'elevata percentuale per il Nord, 74,9% una quota percentuale del 17,9% viene destinata ad acquisti verso il Sud e solo il 7,2% ad acquisti verso le province del Centro. Tale considerazione è confermata dalla mappa, di Figura 9-11, che mostra un numero abbastanza elevato di compravendite verso la Sardegna e in genere verso le province che affacciano sulla costa.

Tabella 9-8: Distribuzione degli acquisti dei residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Milano per area.

Area	Residenti a Milano	Residenti nel resto della provincia di Milano	Totale
Nord	74,1%	75,5%	74,9%
Centro	8,7%	6,1%	7,2%
Sud	17,2%	18,4%	17,9%
Totale	100%	100%	100%

Figura 9-11: Acquisti dei milanesi nel resto d'Italia.



9.4 Roma

Di seguito si riporta una breve analisi delle tipologie di mercati per i comuni della provincia di Roma. La Tabella 9-9, che mostra la distribuzione percentuale per macroaree della provincia di Roma, evidenzia un'elevata incidenza di quota del mercato comunale pari all'81,3% per l'intera provincia superiore alla media nazionale del 74,8%. Tra le macroaree è Roma a registrare la maggiore incidenza di acquisti nel comune da parte degli stessi residenti con il 92,2%, per contro l'incidenza minore si registra nell'area del litorale Sud, 46,5%. La quota di mercato infraprovinciale pari al 13,3% risulta superiore al livello medio nazionale soprattutto per l'elevata incidenza registrata nell'area del litorale Sud, 47,5%, e del fiume Aniene 43,8%. Molto bassa risulta la quota di mercato infraprovinciale pari all'1,2%. In linea con la media nazionale è, invece, la quota di mercato extraprovinciale, 4,2% diretta soprattutto verso Roma, 4,6%, monti della Tolfa, 4,3% e la zona dei castelli romani, 4%.

Tabella 9-9: Tipologie di mercati per la provincia di Roma per provenienza degli acquirenti.

Macro-area	Mercato Comunale	Mercato Infra-provinciale	Mercato extra-provinciale (province laziali)	Mercato extra-provinciale (resto d'Italia)	Totale
Area Braccianese	74,1%	20,9%	2,0%	3,0%	100%
Area Fiume Aniene	52,8%	43,8%	1,0%	2,4%	100%
Asse Casilina	66,3%	29,6%	1,1%	3,0%	100%
Asse Flaminia	58,7%	35,8%	1,8%	3,7%	100%
Asse Salaria	70,9%	24,5%	1,3%	3,2%	100%
Asse Tiburtina	71,3%	24,5%	0,8%	3,4%	100%
Castelli Romani	60,8%	33,5%	1,7%	4,0%	100%
Litorale Nord	73,5%	23,0%	0,7%	2,9%	100%
Litorale Sud	46,5%	47,5%	2,1%	3,9%	100%
Monti Della Tolfa	78,3%	17,4%	0,0%	4,3%	100%
Roma e Fiumicino	92,2%	2,2%	1,0%	4,6%	100%
Provincia	81,3%	13,3%	1,2%	4,2%	100%

La distribuzione percentuale degli acquisti effettuati in provincia di Roma da parte di residenti nelle altre province laziali è riportata in Tabella 9-10. Sono soprattutto i residenti nella provincia di Latina a mostrare maggiore interesse agli immobili della capitale per il 39,3% e in particolare eseguono acquisti nella zona dei Castelli romani, 71,3%, del litorale sud, 69,2% e del fiume Aniene, 58,6%. Seguono gli acquisti dei residenti nella provincia di Frosinone, 23,2% diretti verso l'area del fiume Aniene, 35% e di Roma, 30,1%. I residenti a Viterbo, con un'incidenza del 20,1%, acquistano soprattutto nell'area Braccianese, 80%, e del litorale Nord, 54,8%. Infine il 17,4% degli acquisti è effettuato da residenti a Rieti che mostrano una preferenza per l'area dell'asse salaria, 44,8%, dell'asse Flaminia, 29,8% e dell'asse tiburtina, 29%.

Tabella 9-10: Mercato extra-provinciale: acquirenti residenti nelle altre province laziali.

Macro-area	Viterbo	Frosinone	Rieti	Latina	Totale
Area Braccianese	80,0%	0,0%	6,7%	13,3%	100%
Area Fiume Aniene	25,0%	35,0%	0,0%	40,0%	100%
Asse Casilina	13,8%	27,6%	0,0%	58,6%	100%
Asse Flaminia	49,9%	8,8%	29,8%	11,6%	100%
Asse Salaria	22,1%	8,3%	44,8%	24,9%	100%
Asse Tiburtina	22,1%	24,9%	29,0%	24,0%	100%
Castelli Romani	4,3%	15,6%	8,8%	71,3%	100%
Litorale Nord	54,8%	6,5%	9,7%	29,0%	100%
Litorale Sud	12,0%	15,8%	3,0%	69,2%	100%
Monti Della Tolfa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0%
Roma e Fiumicino	17,2%	30,1%	21,8%	30,9%	100%
Provincia	20,1%	23,2%	17,4%	39,3%	100%

Il dettaglio comunale dell'incidenza percentuale degli acquisti effettuati da residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile è evidenziato nella mappa di Figura 9-12. Tale mappa mostra, come già evidenziato in Tabella 9-9 che le incidenze più elevate si registrano a Roma, nell'area dei monti della Tolfa, nell'area braccianese, tiburtina e salaria, mentre i comuni con quota di mercato comunale più bassa sono quelli del sud della provincia. La mappa del mercato extraprovinciale degli acquisti effettuati da residenti nelle altre province laziali, riportata in Figura 9-13, mostra un'incidenza elevata oltre che per i comuni dei castelli romani e del litorale sud anche per molti comuni dell'asse flaminia e salaria.

Figura 9-12: Mercato comunale per comune.

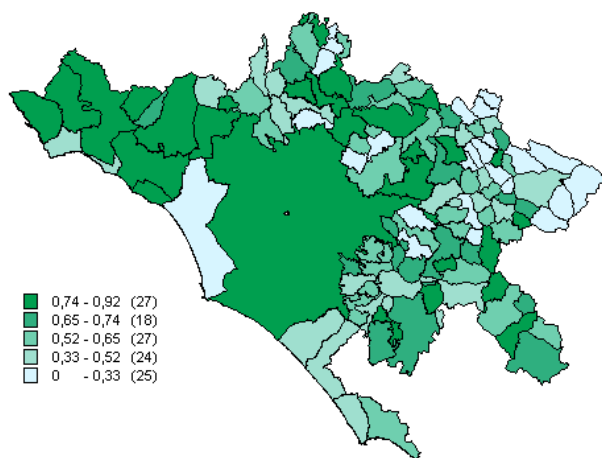
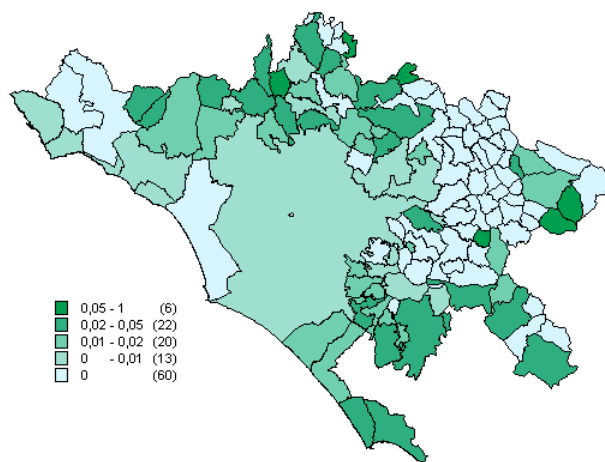
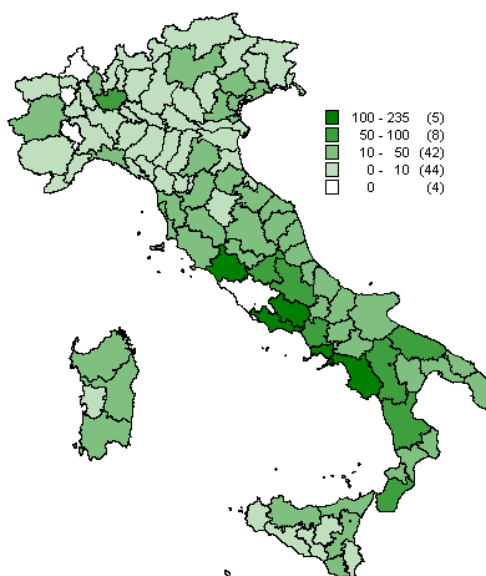


Figura 9-13: Mercato extra-provinciale per comune dei residenti nelle altre province laziali.



Gli acquisti nella provincia di Roma da parte di residenti nel resto d'Italia, mostrati nella mappa di Figura 9-14, sono effettuati seppure con intensità diversa da quasi tutte le altre province. Si registrano livelli particolarmente elevati, oltre che dalle confinanti Latina, Frosinone e Viterbo, anche da alcune province campane: Napoli e Salerno. Dal centro gli acquisti sono effettuati soprattutto da residenti della confinante provincia de L'Aquila, da Nord gli acquisti sono effettuati in maggior parte da Milanesi, mentre da Sud importanti sono il NTN di residenti a Bari e Cosenza.

Figura 9-14: Acquisti a Roma da residenti nel resto d'Italia per provenienza degli acquirenti.



La distribuzione degli acquisti effettuati nella provincia da residenti nel Nord, nel Centro e nel Sud mostrata nelle mappe di Figura 9-15, Figura 9-16 e Figura 9-17 evidenzia una chiara preferenza ad acquistare a Roma e nei comuni molto vicini.

Figura 9-15: NTN acquistate nei comuni della provincia di Roma da residenti nel Nord.

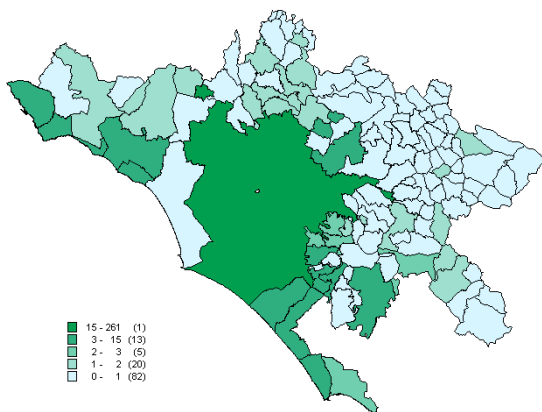


Figura 9-16: NTN acquistate nei comuni della provincia di Roma da residenti nel Centro (esclusa il Lazio).

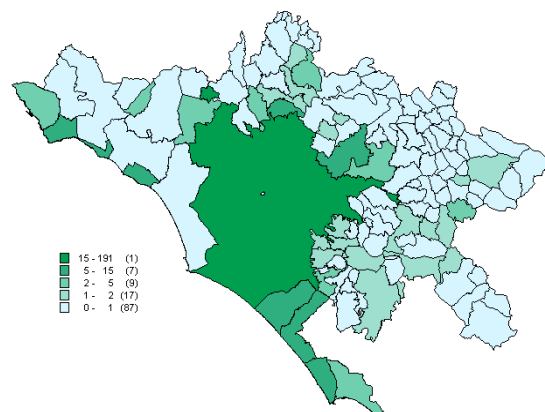
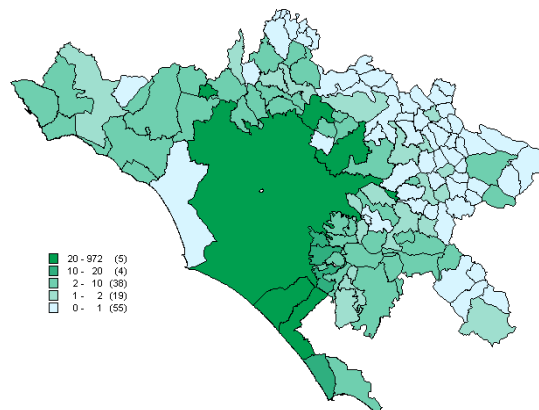


Figura 9-17: NTN acquistate nei comuni della provincia di Roma da residenti nel Sud.



La distribuzione percentuale degli acquisti effettuati dai residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Roma riportata in Tabella 9-11 mostra un'elevata percentuale di acquisti diretti fuori regione, 65,8%, a scapito di quelli verso le altre province della regione Lazio, 34,2%. Analoga è la distribuzione anche considerando separatamente gli acquisti effettuati nella e fuori regione dai soli residenti nel capoluogo e nel resto della provincia.

Tabella 9-11: Distribuzione degli acquisti effettuati da residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Roma.

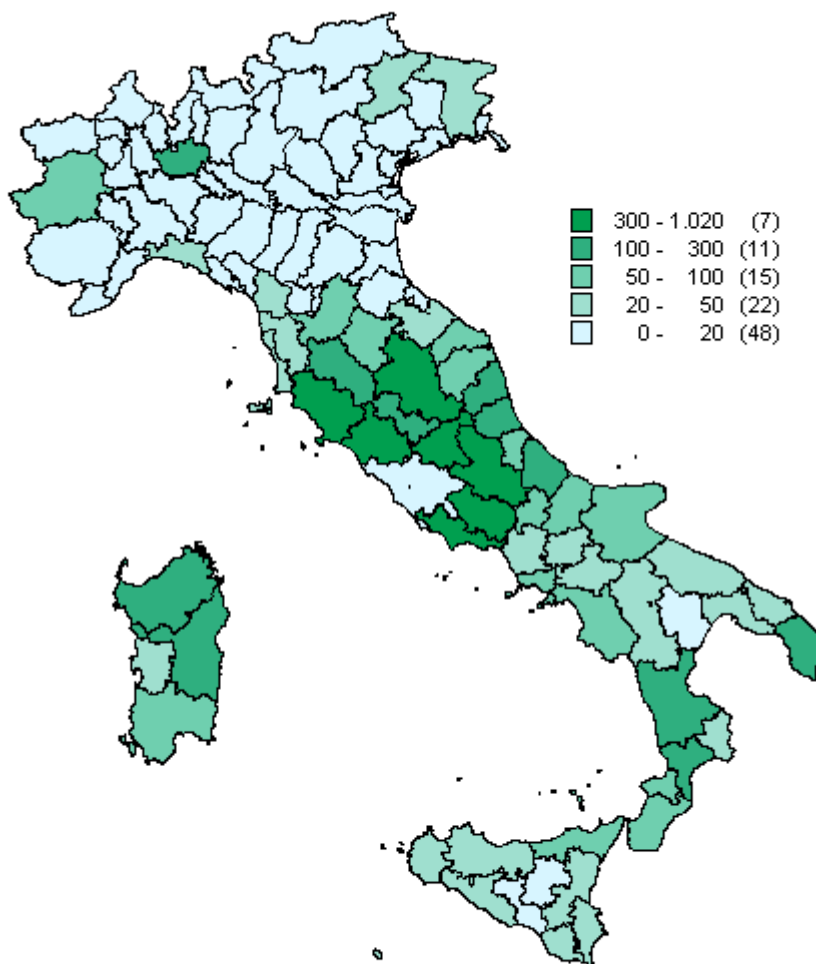
Mercato	Residenti capoluogo di Roma	Residenti resto della provincia di Roma	Totale
Extra regione	66,5%	63,1%	65,8%
Infra regione	33,5%	36,9%	34,2%
Totale	100%	100%	100%

L'analisi degli acquisti dei residenti nel capoluogo e nel resto della provincia in relazione all'area, evidenziata in Tabella 9-12, mostra una scarsa quota di acquisti verso le province del Nord, 7,5%, a favore di quelli verso il Centro, 51,6% e il Sud 40,9%. Situazione maggiormente evidente se si considerano gli acquisti dei soli residenti nel resto della provincia di Roma per cui la quota di acquisti verso il Sud sale al 44,9%. Quanto detto è ben rappresentato nella mappa di Figura 9-18 che mostra un elevato di acquisti nelle province confinanti del centro e verso molte province del Sud con l'unica eccezione degli acquisti nella provincia di Milano.

Tabella 9-12: Distribuzione degli acquisti dei residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Roma per area.

Area	Residenti capoluogo di Roma	Residenti resto della provincia di Roma	Totale
Nord	7,7%	6,7%	7,5%
Centro	52,4%	48,3%	51,6%
Sud	39,9%	44,9%	40,9%
Totale	100%	100%	100%

Figura 9-18: Acquisti dei romani nel resto d'Italia.



9.5 Napoli

Di seguito si riporta una breve analisi dei mercati della provincia di Napoli. L'incidenza del mercato comunale per l'intera provincia pari al 76,6%, riportata in Tabella 9-13, risulta in linea con la media nazionale del 74,8%. Tra le macroaree un'incidenza superiore al dato medio di provincia si riscontra per Napoli città, 86,7% e la zona Vesuviana costiera, 78,3%. Incidenze più basse si hanno per le altre macroaree con il valore minimo del 64,7% nella Penisola sorrentina. Il mercato infraprovinciale risulta molto attivo, con un valore medio di provincia pari al 18,7%, superiore al dato medio nazionale del 13,1%. Tale percentuale è da attribuirsi soprattutto alle elevate incidenze, intorno al 29%, che si riscontrano nelle aree di Flegrea, Penisola sorrentina e Giuglianese. L'incidenza del mercato infraprovinciale risulta molto più bassa a Napoli città, 8,9%. Gli acquisti dei residenti nelle altre province campane incidono per l'1,9% e si dirigono soprattutto verso Napoli città, 3,2%. Gli acquisti provenienti dalle altre province del resto d'Italia sono diretti soprattutto nella Penisola sorrentina, 4,4%, a Napoli Nord, 4% e nel Nolano, 3,9%.

Tabella 9-13: Tipologie di mercati per la provincia di Napoli per provenienza degli acquirenti.

Macro area	Mercato Comunale	Mercato Infra-provinciale	Mercato extra-provinciale (province campane)	Mercato extra-provinciale (resto d'Italia)	Totale
Acerra - Pomigliano	73,5%	22,5%	1,3%	2,6%	100%
Flegrea	65,0%	29,6%	1,5%	3,9%	100%
Giuglianese	67,8%	29,0%	1,2%	2,0%	100%
Napoli Città	86,7%	8,9%	1,9%	2,6%	100%
Napoli Nord	68,4%	24,5%	3,2%	4,0%	100%
Nolano	66,2%	27,6%	2,3%	3,9%	100%
Penisola Sorrentina	64,7%	29,2%	1,8%	4,4%	100%
Vesuviana Costiera	78,3%	16,5%	2,3%	2,9%	100%
Vesuviana Interna	70,9%	24,6%	1,6%	2,9%	100%
Provincia	76,6%	18,7%	1,9%	2,9%	100%

Come evidenziato nella Tabella 9-14, sono soprattutto i residenti nella provincia di Caserta a compiere acquisti nella provincia di Napoli, 44,7% del mercato extra provinciale proveniente dalle altre province campane. I casertani si dirigono soprattutto verso le aree del Giuglianese, 85,4% e di Napoli Nord, 73,7%. Circa il 30% di questo mercato è rappresentato dagli acquisti degli abitanti di Salerno diretti verso la Penisola sorrentina, 67% e le zone Vesuviana interna e costiera con il 65,1% e il 67%. Con percentuale inferiore, 17,8% gli acquisti sono effettuati dai residenti in provincia di Avellino che effettuano acquisti in maggior parte nella zona del Nolano, 77,4%. la percentuale più bassa è rappresentata dagli acquisti dei residenti a Benevento, 7,4% che acquistano in maggior parte nella zona di Acerra-Pomigliano, 14,8%.

Tabella 9-14: Mercato extra-provinciale: acquirenti residenti nelle altre province campane.

Macro area	Avellino	Benevento	Caserta	Salerno	Totale
Acerra - Pomigliano	22,1%	14,8%	43,3%	19,8%	100%
Flegrea	17,5%	7,8%	61,4%	13,3%	100%
Giuglianese	0,0%	4,9%	85,4%	9,7%	100%
Napoli Città	20,4%	10,4%	43,8%	25,4%	100%
Napoli Nord	15,1%	2,8%	73,7%	8,4%	100%
Nolano	77,4%	0,0%	7,0%	15,6%	100%
Penisola Sorrentina	0,2%	0,0%	32,8%	67,0%	100%
Vesuviana Costiera	3,1%	8,1%	27,5%	61,3%	100%
Vesuviana Interna	20,9%	0,0%	14,0%	65,1%	100%
Provincia	17,8%	7,4%	44,7%	30,1%	100%

La mappa di Figura 9-19 mostra il dettaglio comunale dell'incidenza percentuale degli acquisti effettuati da residenti nello stesso comune di ubicazione dell'immobile evidenziando che oltre Napoli vi sono anche molti comuni delle aree vesuviane -costiera e interna- con incidenza di mercato comunale molto elevato, maggiore del 76%. Per contro comuni con un'incidenza di mercato comunale bassa, inferiore al 50% si trovano oltre che nella penisola sorrentina anche nella zona del Nolano e di Flegrea.

Per quanto riguarda il mercato proveniente dalle altre province campane, oltre che a Napoli Nord l'incidenza è elevata anche in alcuni comuni delle zone vesuviane e del Nolano.

Figura 9-19: Mercato comunale per comune

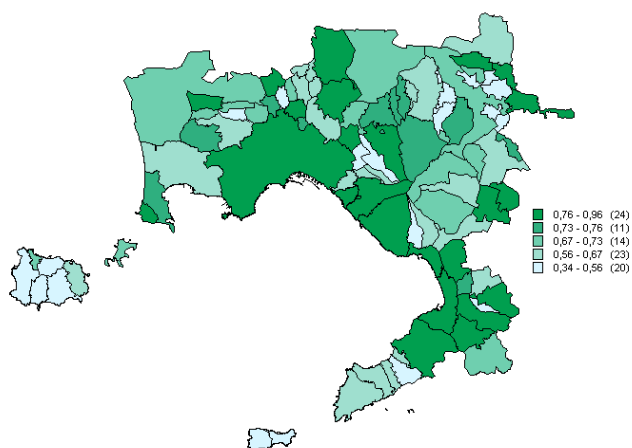


Figura 9-20: Mercato extra provinciale per comune dai residenti nelle altre province campane

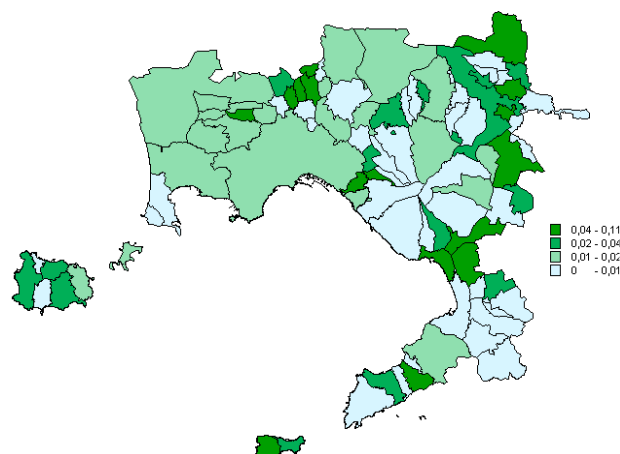
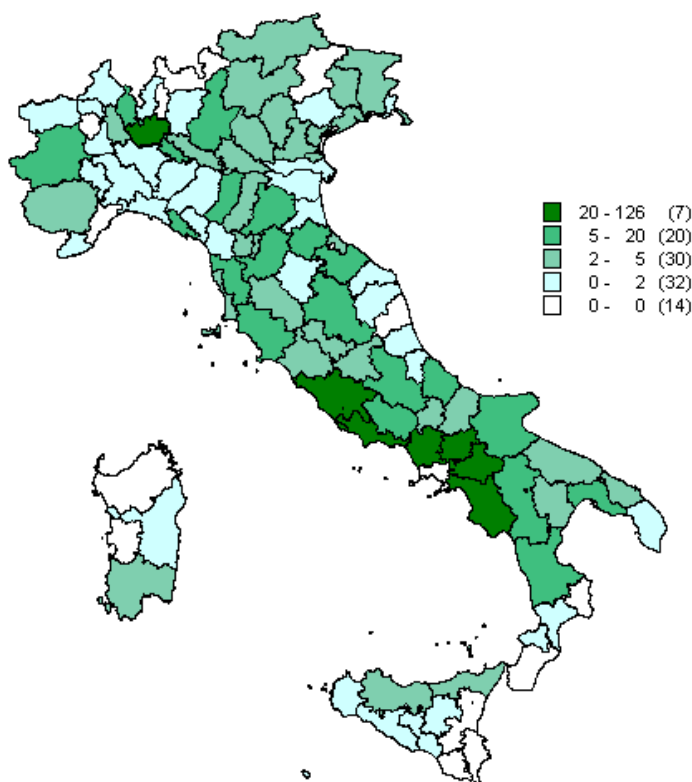


Figura 9-21: Acquisti a Napoli da residenti nel resto d'Italia per provenienza degli acquirenti.



L'analisi provinciale degli acquisti di residenti nelle altre province italiane nella provincia di Napoli, come riportata nella mappa di Figura 9-21, evidenzia un interesse oltre che delle province della stessa regione anche della capitale di Latina e di Milano. In particolare, dopo le 125 e le 85 NTN di Caserta e Salerno si trova Roma con 69 NTN. Con circa 15 NTN si trovano le province del Sud di Cosenza e Potenza mentre dal Centro e dal Nord, con circa 10 compravendite, vi sono le province di Firenze, Bologna e Chieti.

La Tabella 9-15 riporta la distribuzione percentuale degli acquisti effettuati dai residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Napoli nelle altre province della regione e fuori regione. Il 56,4% degli acquisti è effettuato nelle province extra campane e sono soprattutto i residenti nel capoluogo ad acquistare fuori regione, 62% mentre i residenti nel resto della provincia acquistano fuori per il 53%.

Tabella 9-15: Distribuzione degli acquisti effettuati da residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Napoli.

Mercato	Residenti a Napoli	Residenti nel resto della provincia di Napoli	Totale
Extra regione	62,0%	53,0%	56,4%
Infra Regione	38,0%	47,0%	43,6%
Totale	100%	100%	100%

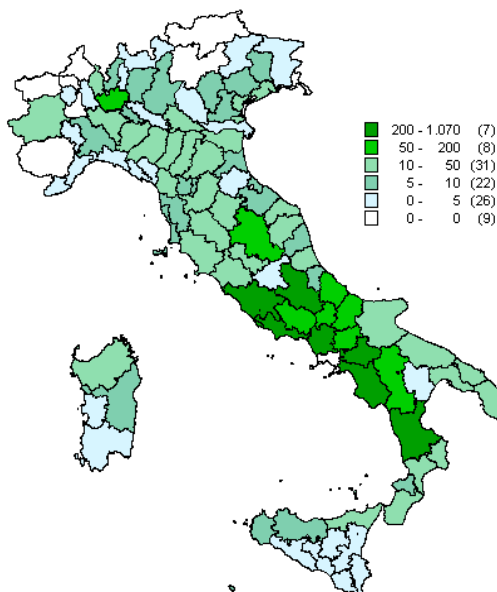
La maggior parte degli acquisti, all'interno e fuori della regione, sono effettuati in province del Sud, 75%, il 18% in province del Centro e il 7% in quelle del Nord come riportato nella Tabella 9-16. La stessa tabella mostra che sono i residenti nel resto della provincia ad acquistare di più al Sud, 77,8%, a fronte del 70,3% dei residenti nel capoluogo. I residenti nel capoluogo comprano di più al Centro, 21,6% e al Nord, 8%.

Tabella 9-16: Distribuzione degli acquisti dei residenti nel capoluogo e nel resto della provincia di Napoli per area.

Area	Residenti a Napoli	Residenti nel resto della provincia di Napoli	Totale
Nord	8,0%	6,4%	7,0%
Centro	21,6%	15,8%	18,0%
Sud	70,3%	77,8%	75,0%
Totale	100%	100%	100%

Il dettaglio degli acquisti effettuati nelle altre province da residenti a Napoli è evidenziato in Figura 9-22. La mappa evidenzia che oltre le province della regione le province di maggiore interesse per i Napoletani sono al Sud, Cosenza e L'Aquila, al Centro Latina e Roma che contano più di 200 NTN. Mentre al Nord troviamo Milano con più di 50 acquisti.

Figura 9-22: Acquisti dei napoletani nel resto d'Italia.



Un modello di analisi di prezzi: un primo esercizio regressivo

di Erika Ghirardo e Caterina Andreussi

Sintesi e conclusioni

In questo paragrafo si riporta una sintesi del lavoro presentato e si discutono brevemente limiti e opportunità del modello applicato.

Ad una prima analisi i prezzi delle abitazioni residenziali di una certa zona risultano distribuiti intorno ad un valore centrale su una scala di valori piuttosto ampia. Ancora se si considerano solo i prezzi medi di una certa zona ad esempio il comune e si confrontano con gli analoghi prezzi medi dei comuni adiacenti o ancora con tutti quelli della regione di appartenenza si può notare un campo di variazione piuttosto ampio.

Alcune differenze sono di facile comprensione: è intuitivo ad esempio che il prezzo medio delle abitazioni di un comune ad esempio Roma sia superiore di un certo numero di volte quello di un altro comune della stessa regione. Meno facili da spiegare sono le differenze, spesso riscontrate nella realtà, tra i prezzi medi di comuni con caratteristiche apparentemente molto simili.

L'obiettivo di questo articolo è quello di elaborare un modello, ad hoc, di tipo microeconomico con l'obiettivo di individuare variabili chiave per la spiegazione dei diversi prezzi tra i vari comuni. Tale scelta nasce dalla considerazione che il mercato immobiliare presenta evoluzioni del tutto peculiari rispetto ad altri fenomeni, essendo caratterizzato da tanti sottomercati rispondenti a logiche non facilmente riassumibili in un unico modello. In questo senso, le differenze di prezzo che si riscontrano tra i diversi comuni non si presentano di agevole lettura. Comuni con caratteristiche apparentemente simili possono presentare determinanti diverse che agiscono in modi molto differenti. Ci si trova di fronte a realtà frammentate che meriterebbero una specifica analisi.

Nell'articolo che segue si è scelto, quindi, di analizzare un territorio relativamente piccolo, i comuni della regione Lazio (370 unità), al fine di cogliere aspetti che sfuggirebbero ad analisi più ampie. Si tratta di un modello regionale che può essere utile per avere indicazioni di massima sulle variabili che influenzano il valore registrato nei diversi comuni e rappresentare una base per riflessioni successive.

Molte sono le variabili potenzialmente influenti nella determinazione del prezzo ma non è ovviamente possibile inserirle tutte nell'analisi. In questo lavoro tra tutte quelle ritenute potenzialmente esplicative si è compiuta una scelta anche riguardo alla disponibilità delle stesse a livello comunale.

Per tener conto delle diverse disponibilità economiche si è considerato il pil pro-capite del singolo comune. In linea generale ci si attende che a valori più elevati di pil pro-capite si osservino prezzi medi delle abitazioni più elevati. Le differenti dimensioni tra i comuni sono tenute in considerazione attraverso l'introduzione delle variabili superficie territoriale e popolazione. Per tali variabili l'attesa è rappresentata da una relazione non univoca rispetto a variazioni dei prezzi medi. Infatti, se è vero che in comuni di dimensioni maggiori, rappresentando realtà più grandi e più importanti, si osservano prezzi medi più elevati è frequente che in realtà piccole ma con particolari caratteristiche, ad esempio di natura turistica, si riscontrino prezzi molto elevati. La relazione positiva o negativa è quindi fortemente dipendente dal territorio in analisi. Le caratteristiche economiche delle diverse realtà sono considerate attraverso alcune variabili che intendono cogliere aspetti del mercato del lavoro e quindi delle capacità di una certa realtà di essere polo di attrazione. In particolare in tal senso si considerano gli occupati nei diversi settori dell'economia quali agricoltura, industria e servizi e gli spostamenti giornalieri fuori dal comune. Rispetto all'occupazione ci si attende che comuni con una maggiore vocazione nel terziario presentano valori più elevati rispetto a realtà tipicamente agricole o industriali. Comuni con un elevato numero di spostamenti fuori dal comune possono indicare scarse opportunità di lavoro e quindi scarsa attrattività che possono dar luogo in genere a prezzi delle abitazioni piuttosto bassi. Tuttavia spesso comuni con alto numero di spostamenti possono essere anche comuni che gravitano su centri importanti e

vedere così aumentata la loro importanza in ragione di vantaggi posizionali. Di non minore importanza per cogliere differenze di prezzo sono le connotazioni turistiche di un certo comune. Tale caratteristica è tenuta in conto attraverso la valutazione del numero di strutture alberghiere presenti nel comune. In genere comuni con un'elevata vocazione turistica presentano anche prezzi medi delle abitazioni più elevati tuttavia tale relazione non è riscontrata ovunque. Si verifica, infatti, una relazione positiva tra la vocazione turistica di una località e i prezzi medi delle abitazioni nei casi in cui il luogo sia ambito come residenza in particolare ove si riscontri anche un'elevata richiesta di case "vacanza". Oltre queste variabili che intendono cogliere aspetti socio-economici saranno inserite variabili tipiche del mercato immobiliare quali il rapporto tra il numero di compravendite di abitazioni residenziali e lo stock presente delle stesse (IMI). Una maggiore percentuale di stock compravenduto indica in genere una maggiore importanza del comune e quindi un livello di prezzi medi più elevati. Il rapporto tra lo stock e la popolazione presente in un comune indica la disponibilità di abitazioni per abitante rappresentando in un certo senso l'offerta. Ci si attende a valori più elevati di tale indice corrispondano prezzi medi più bassi. Tuttavia, spesso tale rapporto è elevato anche in comuni in via di spopolamento e quindi può indicare uno scarso interesse ad acquistare in queste zone.

L'effetto di queste variabili di loro trasformazioni o adattamenti, dopo opportune analisi esplorative, è valutato attraverso la stima di un modello regressivo di tipo lineare. In linea con le attese risultano significative e con il segno aspettato le variabili del pil pro-capite, della popolazione, della ricettività turistica, del rapporto compravendite e stock, gli occupati nell'industria e nell'agricoltura. Non significative le variabili superficie e rapporto tra stock e popolazione.

Oltre che queste conclusioni l'analisi del modello e dei risultati ha evidenziato la peculiarità delle isole laziali (Ponza e Ventotene) che presentano caratteristiche diverse dal resto dei comuni della terraferma e della località termale di Fiumicino che nonostante la vocazione turistica non emerge come località di interesse per l'acquisto di un'abitazione "vacanza". Senza sorpresa è emersa l'importanza di Roma, centro attrattore, dal quale molti dei comuni limitrofi ma anche molti dei comuni della regione in genere dipendono. Questo è in particolare un aspetto che meriterebbe un'indagine particolare in grado di cogliere le variazioni di prezzo in termini di distanza sia in termini geografici ma soprattutto in termini di tempi impiegati per raggiungere la capitale da un certo comune.

L'articolo è organizzato come segue: nel secondo si riporta una presentazione delle variabili disponibili e distintamente un'analisi esplorativa della variabile prezzo con l'intento di cogliere anche le dinamiche di transizione e per le variabili potenzialmente esplicative. Nel paragrafo 3 si espone il modello di regressione applicato si riportano i risultati della stima e di seguito si commentano e si sottopongono a diagnosi le stime ottenute. Infine nell'ultimo paragrafo si riportano le conclusioni.

1 Presentazione delle variabili

Le differenze di prezzo medio che si riscontrano tra diversi agglomerati, nel nostro caso i comuni del Lazio, possono attribuirsi ad una molteplicità di fattori. E' intuitivo ad esempio che i prezzi medi che si riscontrano in un centro urbano di grandi dimensioni sono più elevati di quelli che si possono osservare in centri urbani più piccoli situati in periferia. Quello che si immagina di dover cogliere sono, quindi, aspetti legati al territorio quali la grandezza del comune o la sua caratterizzazione come industriale piuttosto che agricolo, aspetti inerenti la popolazione e ancora aspetti di carattere immobiliare quali il numero di abitazioni e di nuove costruzioni presenti in una certa zona. Influenzando le dinamiche della domanda e dell'offerta tali fattori dovrebbero risultare connessi al prezzo e di conseguenza determinare i differenziali che si possono generalmente osservare tra comuni diversi.

Un'analisi completa in grado di cogliere e quantificare tutte le potenziali variabili discriminanti è pressoché impossibile. Più in generale si può cercare di individuare quelle variabili, tra quelle disponibili, che si ritiene essere più influenti e verificare il loro effettivo effetto sul prezzo.

Nel seguito del paragrafo, dopo un breve esame della variabile prezzo, si riporta un'analisi descrittiva delle variabili ritenute potenzialmente importanti nella spiegazione del prezzo medio osservato nei comuni del Lazio.

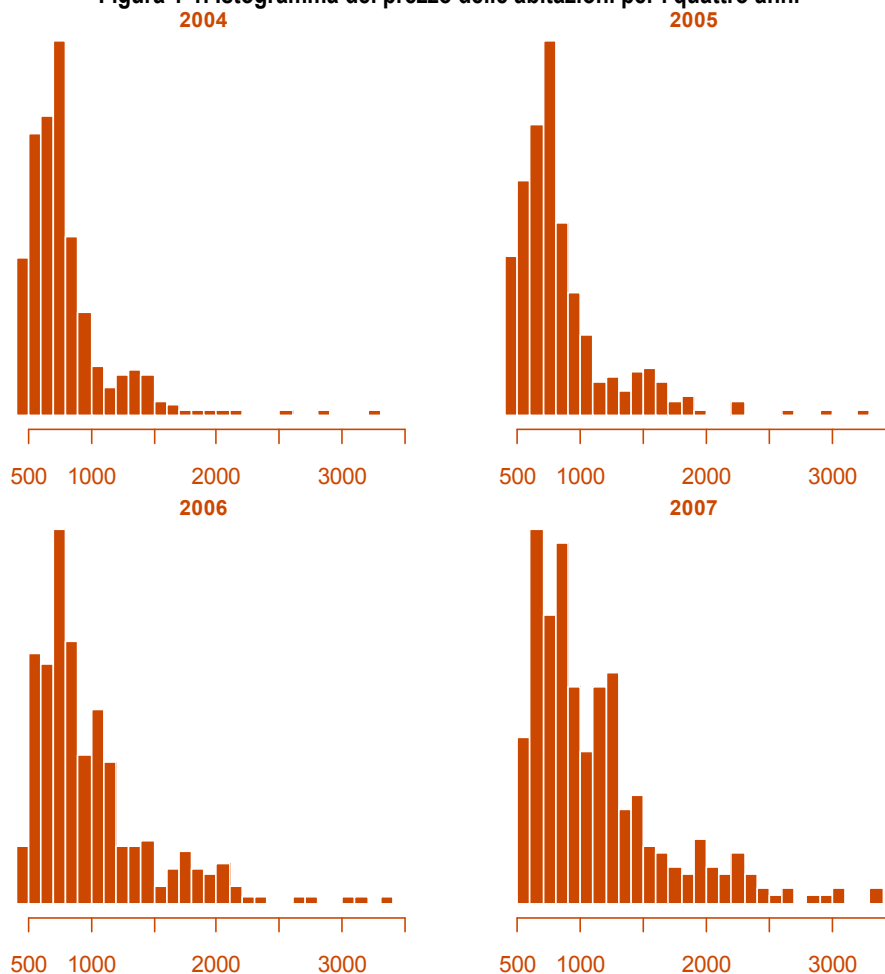
1.1 Analisi della variabile prezzo

Il prezzo medio¹ osservato per ogni comune del Lazio, 370 osservazioni complessive, rappresenta il punto di partenza dell'analisi essendo il prezzo quello che ci proponiamo di spiegare. In questo paragrafo si riporta un'analisi esplorativa al fine di comprendere l'informazione in esso contenuta.

Al fine di avere un'informazione più ampia e completa si sono considerati i prezzi medi delle abitazioni residenziali di ogni comune riferiti agli anni dal 2004 al 2007. L'analisi dell'evoluzione nel tempo della distribuzione dei prezzi medi comunali risulta di notevole interesse.

In Figura 1-1 gli istogrammi dei prezzi per gli anni 2004, 2005, 2006 e 2007 di mostrano soprattutto per i primi due anni una lunga coda destra: la distribuzione è caratterizzata da un primo importante addensamento intorno al valore medio, da un secondo gruppo di valori più elevati e infine da valori molto elevati per alcuni comuni. Nel corso degli ultimi due anni l'aumento dei prezzi di molti comuni, ha spostato la media verso un valore più elevato facendo scomparire quella che inizialmente era solo una piccola moda e dando luogo ad una distribuzione asimmetrica a destra. Le distribuzioni dei singoli anni sono, quindi, piuttosto asimmetriche e multimodali.

Figura 1-1. Istogramma del prezzo delle abitazioni per i quattro anni



¹ Il prezzo medio comunale disponibile è dato dalla media delle quotazioni di ogni zona OMI della regione Lazio. Per un approfondimento sulle zone OMI e la formazione delle quotazioni si può consultare il sito web www.agenziaterritorio.it.

Le variazioni della distribuzione dei prezzi in questi quattro anni meritano una particolare riflessione. Uno strumento molto adatto all'analisi della dinamica di transizione è l'highest density regions (HDR) plot sviluppato da Hyndman et al. (1996). Un HDR è la regione più piccola dello spazio campionario che contiene una fissata probabilità. Le HDR permettono di rappresentare graficamente le caratteristiche della funzione di densità. In particolare ogni banda verticale è la proiezione sul piano xy della densità condizionata di x su y. Inoltre, in ogni banda sono riportate le regioni a più alta densità 25% di probabilità (grigio scuro) nonché al 50%, 75% e 90% (regioni in grigio più chiaro). Se la diagonale a 45 gradi attraversa tutte le HDR al 25%, si può dire che la maggior parte degli elementi della distribuzione permangono nella loro posizione di partenza, si ha quindi un fenomeno di persistenza. Nella nostra analisi è di interesse indagare come il prezzo sia variato dal 2004 al 2007, presi quindi i prezzi di ogni comune in questi due anni si costruisce un HDR così come riportato in Figura 1-2. Si può notare che valori piuttosto bassi e piuttosto alti sono rimasti in una posizione simile, mentre sono stati soprattutto i valori intermedi a variare. Tali ultimi valori hanno subito, infatti, variazioni in aumento. A conferma di quanto evidenziato in Tabella 1-1 si riporta la distribuzione di frequenza del prezzo negli anni 2004 e 2007 che evidenzia come nel 2007 la frequenza delle classi tra 800 e 2500 sia notevolmente aumentata.

Figura 1-2: Highest density regions plot delle variabili prezzo al 2004 e al 2007.

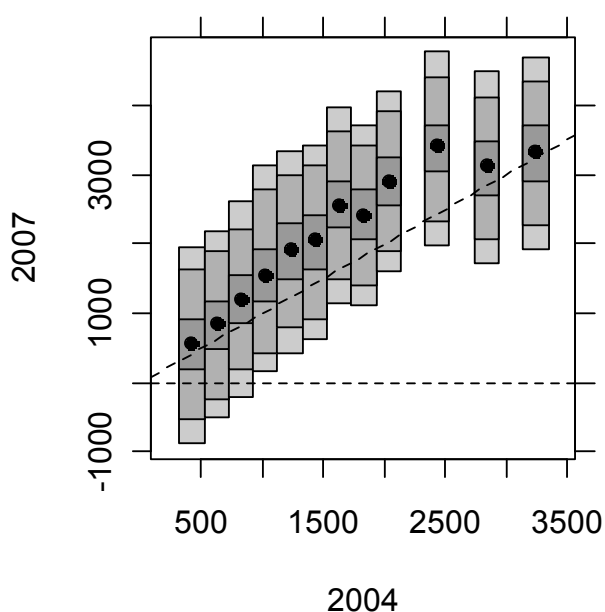


Tabella 1-1: Distribuzione di frequenza del prezzo nel 2004 e nel 2007.

Classe	Frequenza 2004	Frequenza 2007
<= 550	67	10
550 - 650	58	40
650 - 800	124	65
800 - 1000	63	80
1000 - 1200	17	51
1200 - 1500	28	60
1500 - 1700	5	15
1700 - 2000	3	18
2000 - 2500	2	22
2500 - 3400	3	9
Totale	370	370

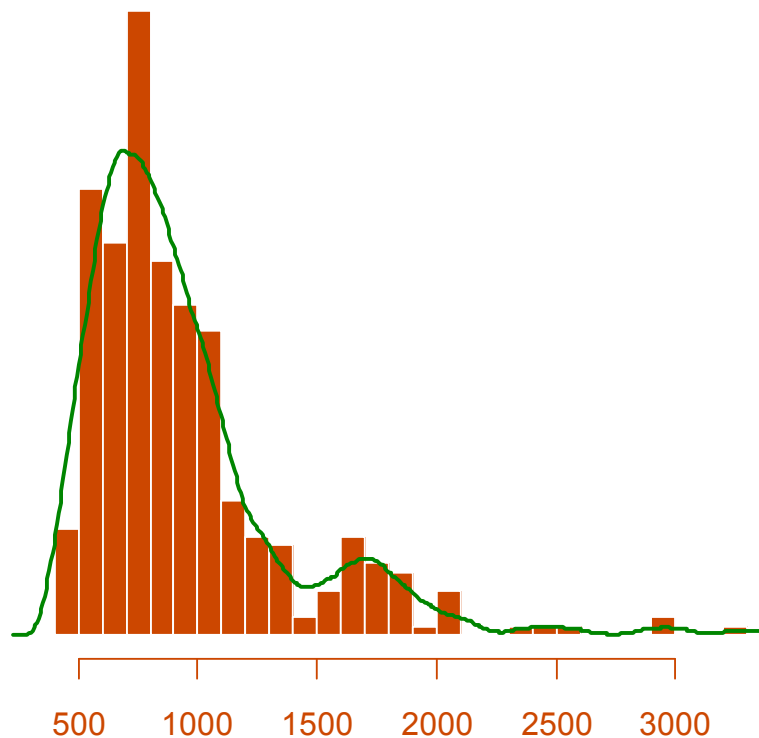
Alla luce dell'analisi sull'andamento dei prezzi e come già detto, per utilizzare la maggiore informazione possibile si è scelto di non soffermarsi sul prezzo di un singolo anno ma di sfruttare la disponibilità dei dati di tutti e quattro gli anni. La variabile prezzo che si utilizza nel seguito è quindi definita come media dei prezzi medi comunali degli anni dal 2004 al 2007 e la indicheremo con y.

L'istogramma del prezzo medio così ora definito è riportato in riportata in Figura 1-3 e mostra come gli andamenti evidenziati per i singoli anni si ripercuotono sulla variabile y. Per meglio comprendere la distribuzione in quest'ultimo grafico all'istogramma si è sovrapposta una densità non parametrica che evidenzia la bimodalità della distribuzione. Tali considerazioni sono supportate dalle principali statistiche di posizione della variabile y riportate in Tabella 1-2.

Tabella 1-2: Statistiche descrittive della variabile prezzo.

Minimo	Primo Quartile	Mediana	Media	Terzo Quartile	Massimo
463,50	667,90	818,00	942,70	1.055,00	3.283,00

Figura 1-3: Istogramma del prezzo medio 2004 - 07.



1.2 Analisi delle variabili esplicative

Di seguito si presentano le variabili ritenute potenziali buoni predittori.

Si considera il pil pro-capite al 2000 (elaborazione Censis, 2003).

Dalla banca dati OMI si utilizzano le seguenti variabili:

- il numero di transazioni normalizzato (NTN) registrato per ogni comune dal 2004 al 2007;
- lo stock residenziale di ogni comune dal 2004 al 2007;
- il numero di nuove costruzioni negli anni 2006 e 2007.

Di queste variabili si utilizzeranno delle trasformazioni. In particolare merita attenzione l'indicatore IMI dato dal rapporto tra NTN e stock di unità immobiliari. Quest'ultimo consente di evidenziare la vivacità del mercato in termini relativi, ovvero indipendentemente dallo stock.

Molte delle variabili sono state prese dall'atlante statistico dei comuni messo a disposizione dall'Istat. Dalla matrice del pendolarismo al 2001 si sono considerati:

- spostamenti giornalieri fuori dal comune;
- spostamenti all'interno del comune;
- spostamenti totali.

Delle variabili riferite al territorio e alla popolazione si prendono in esame:

- superficie territoriale al 2001, ovvero l'area su cui si estende il territorio;
- popolazione presente in ogni comune nel 2001 ovvero le persone presenti nel Comune alla data del censimento ed aventi in esso dimora abituale, nonché di quelle presenti nel comune alla stessa data ma aventi dimora abituale in altro comune o all'estero.

Si estrae, inoltre, il grado di urbanizzazione nel 2001, che si basa sulla densità di popolazione e sulla contiguità fra aree e classifica il territorio in tre tipologie di area. Un'area è costituita da un gruppo di aree locali contigue. Avremo quindi comuni a bassa urbanizzazione (categoria 1), ad urbanizzazione intermedia (2) e infine molto urbanizzati (3).

Per l'occupazione si sono considerati gli occupati totali al 2001 distinti nei settori agricoltura, industria e altro. In particolare:

- occupati in agricoltura (popolazione con più di 15 anni);
- occupati in industria (popolazione con più di 15 anni);
- occupati negli altri settori (popolazione con più di 15).

Come variabile legata al turismo si considerano il numero di strutture alberghiere al 2003.

Le variabili che si considerano di seguito per la costruzione del modello sono quindi:

- il pil pro-capite;
- la percentuale di spostamenti fuori dal comune sul totale degli spostamenti (% spostamenti);
- la superficie;
- la popolazione
- la percentuale di occupati nei tre settori agricoltura, industria e altro;
- il rapporto tra numero di alberghi e la superficie (indice alberghi);
- il rapporto tra il NTN e lo stock (IMI);
- il rapporto tra lo stock e la popolazione (densab);
- il rapporto tra il numero di nuove costruzioni e il NTN (indice nuove costruzioni).

In Tabella 1-3 si riportano le principali statistiche descrittive riferite a queste variabili.

Tabella 1-3: Statistiche descrittive dei potenziali predittori

Variabili	Minimo	Primo Quartile	Mediana	Media	Terzo Quartile	Massimo
pil pro-capite	5,08	9,58	11,87	12,99	15,29	62,22
% Spostamenti fuori comune	0,00	0,48	0,56	0,54	0,63	0,89
Superficie	1,54	17,27	28,21	45,58	46,98	1.285,00
Popolazione	131	1.046	2.534	13.790	6.590	2.624.000
% Occupati agricoltura	0,00	0,03	0,05	0,07	0,10	0,35
% Occupati industria	0,08	0,23	0,28	0,30	0,36	0,58
% Occupati altro	0,40	0,56	0,63	0,63	0,70	0,85
Indice alberghi	0,00	0,00	0,01	0,08	0,06	5,87
IMI	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03	0,09
Densab	0,33	0,51	0,65	0,79	0,85	5,57
Indice nuove costruzioni	0,00	0,26	0,43	0,53	0,66	3,54

Il pil pro-capite ha un valore medio pari a 12,99 (migliaia di euro) e mostra un valore molto elevato, che rappresenta anche il valore massimo della distribuzione, in corrispondenza di un comune della provincia di Frosinone. Il resto dei comuni presenta invece valori piuttosto bassi abbastanza concentrati intorno al valore medio con alcune eccezioni. E' importante evidenziare che il 40% dei comuni della provincia di Rieti e di Frosinone hanno un valore del pil pro-capite inferiore a 10. Percentuale che scende al 25% per la provincia di Roma e al 15% per Latina. Come si può notare dalla mappa in Figura 1-4 si tratta in prevalenza di comuni "piccoli" con meno di 5.000 abitanti situati nelle zone della collina interna. Valori abbastanza elevati si hanno anche per molti dei comuni che confinano con Roma.

Figura 1-4: Mappa comunale del pil pro-capite

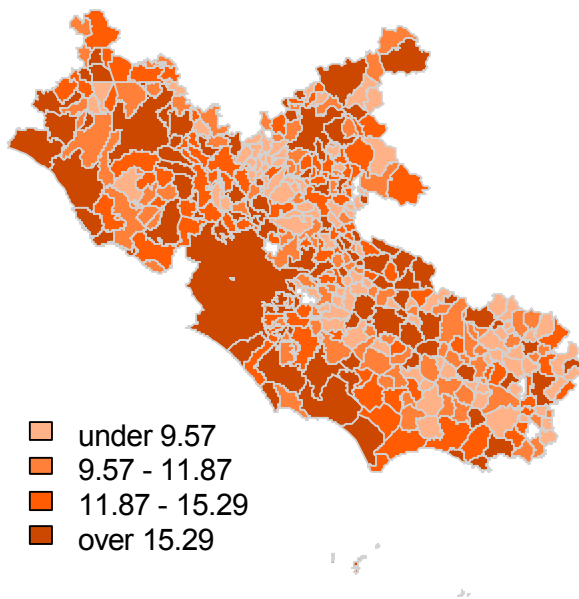
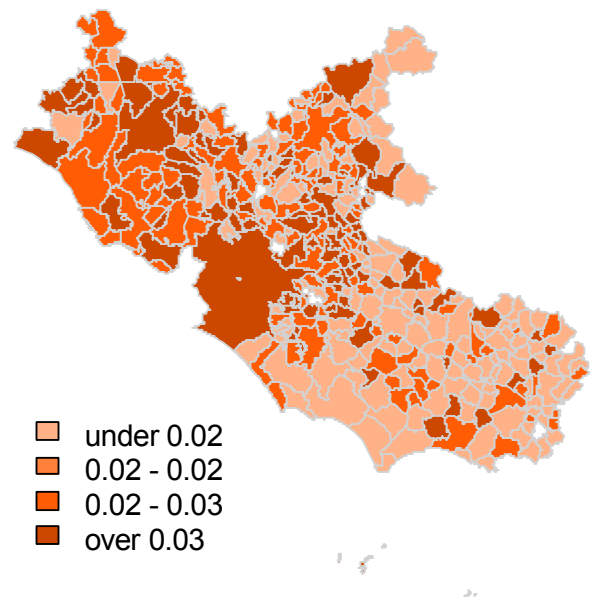


Figura 1-5: Mappa comunale dell'IMI

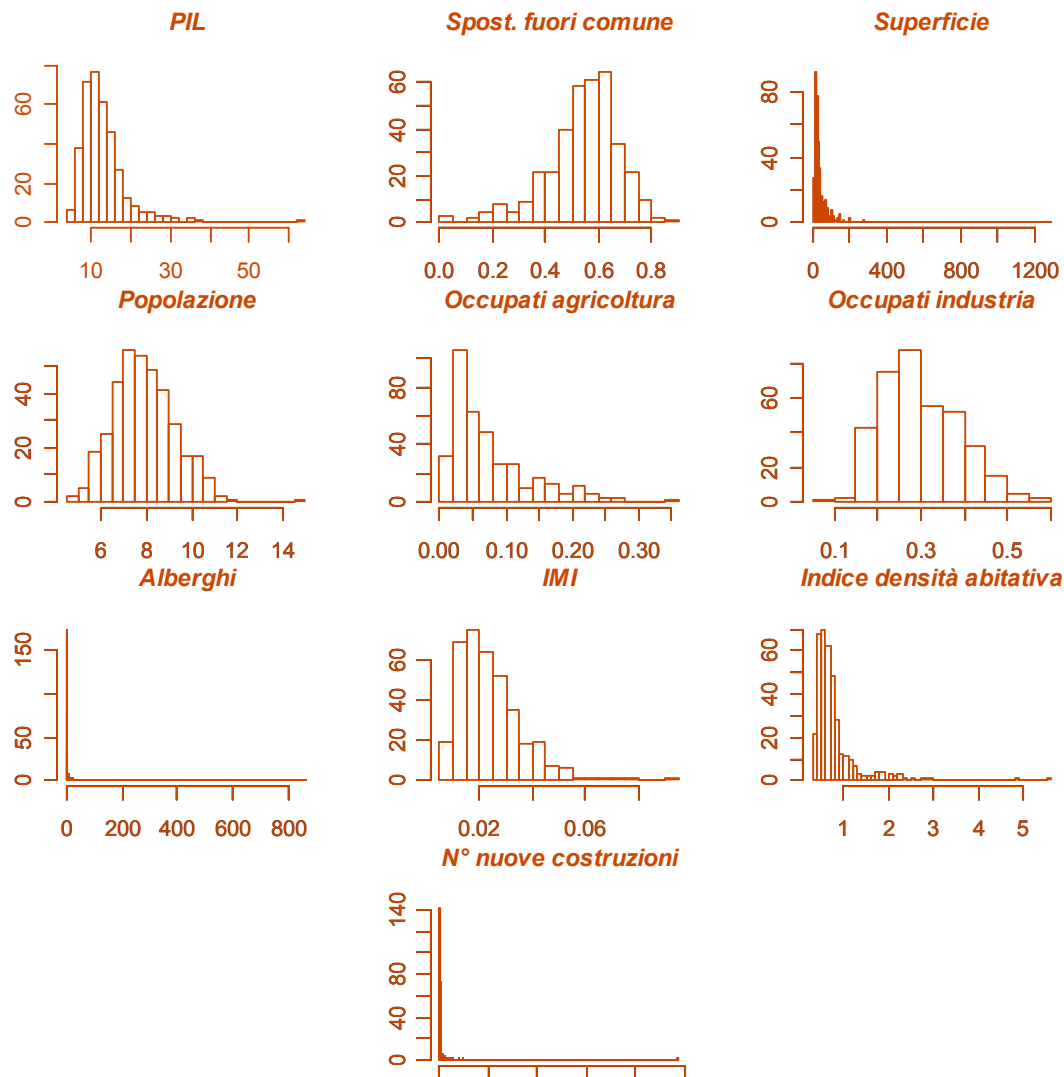


In termini di percentuale la popolazione che si sposta giornalmente fuori dal comune assume valori alti (maggiori di 0,7) per circa 35 comuni.

Per quanto riguarda la percentuale di occupati in agricoltura questa si distribuisce in modo non uniforme sul territorio. Le province che si caratterizzano come prevalentemente agricole risultano essere Viterbo e Latina. Per Viterbo infatti il 60% dei comuni risulta avere più del 10% (terzo quartile della distribuzione) di addetti in agricoltura mentre per Latina abbiamo circa il 45% dei comuni. La provincia di Roma ha invece un 6% di comuni con più del 10% di addetti in agricoltura. La distribuzione degli occupati nell'industria ha invece una distribuzione abbastanza regolare con un valore medio pari a 0,29 e il terzo quartile pari a 0,36. La provincia di Frosinone risulta essere a carattere prevalentemente industriale con il 70% dei comuni che presenta più del 36% di occupati nell'industria. Per quanto concerne invece il tasso di occupati in altri settori questo non presenta valori anomali. I valori più elevati si hanno per Roma e comuni confinanti. La provincia di Roma ha infatti il 50% circa dei comuni che hanno più del 70% di occupati in altri settori.

Per quanto riguarda il numero di strutture alberghiere presenti in un comune per 175 comuni (circa il 47%) questa variabile assume valore nullo. La sua distribuzione risulta fortemente asimmetrica, come evidente anche dall'istogramma in Figura 1-6, il valore medio è pari a 4,77, il terzo quartile è assunto in 2,00 mentre il massimo si ha a 863,00 rappresentato dal comune di Roma. Essendo la caratterizzazione di una zona come turistica importante per la variabile prezzo si è scelto di dividere il numero di strutture alberghiere per la superficie in modo da avere un valore relativo. In questo modo si riescono ad evidenziare quei comuni con un numero elevato indice di ricettività alberghiera. Inoltre, all'interno del modello sarà inserita una variabile per cogliere l'interazione tra il numero di alberghi e la superficie.

Figura 1-6: Istogrammi delle potenziali esplicative.



2 Modello

Il modello base dal quale si parte è un modello di regressione lineare classico in cui si ipotizza una relazione tra y e un certo numero di regressori X che si suppone possano influenzare y ovvero un modello del tipo:

$$Y = f(X; \beta) + \varepsilon.$$

Assumendo una forma funzionale di tipo lineare consideriamo un modello espresso come:

$$y_i = \beta_0 + \sum \beta_k x_{ki} + \varepsilon_i$$

dove $y_i = 1, \dots, N$ sono le osservazioni della variabile dipendente y , β_k ($k=1, \dots, M$) sono i coefficienti di regressione, x_{ki} è il valore i -esimo della variabile x_k e infine ε_i sono errori che godono delle proprietà ipotizzate nel modello di regressione classico.

Le variabili che entrano nel modello possono essere così riassunte:

- con y indichiamo il valore medio 2004 - 2007 calcolato come descritto sopra di cui si considera il logaritmo;
- con x_1 indichiamo il PIL pro-capite per ogni comune al 2000 e con x_2 il suo valore al quadrato x_1^2 . Tale relazione quadratica intende cogliere una possibile relazione non lineare tra il PIL e il valore medio evidenziatasi in fase esplorativa;

- con x_3 ci riferiamo alla percentuale di spostamenti giornalieri fuori comune calcolati come rapporto tra il numero di spostamenti fuori dal comune e il totale degli spostamenti;
- con x_4 indichiamo la superficie territoriale al 2001;
- con x_5 indichiamo il logaritmo della popolazione presente al 2001;
- la variabile grado di urbanizzazione assume solo le tre modalità 1, 2 e 3, scegliamo come base la modalità 1 e indichiamo con x_6 e x_7 il grado di urbanizzazione relativo alla modalità 2 e 3 rispettivamente;
- con x_8 ci riferiamo alla percentuale di occupati in agricoltura;
- con x_9 indichiamo la percentuale di occupati nell'industria;
- con x_{10} ci riferiamo ad un indice di ricettività alberghiera calcolato come rapporto tra la variabile numero di esercizi turistici come indicato nell'introduzione e superficie;
- x_{11} è l'imi medio ovvero il rapporto tra il NTN medio e lo stock medio (media del periodo 2004 - 2007);
- x_{12} rappresenta invece una variabile binaria che assume la modalità 1 se il comune i confine con la capitale e 0 altrimenti. Tale dummy intende cogliere gli effetti che subiscono i prezzi nei comuni immediatamente limitrofi alla capitale;
- con x_{13} si indica il rapporto tra lo stock medio e la popolazione presente;
- con x_{14} ci si riferisce al rapporto tra il numero medio di nuove costruzioni (media del numero di nuove costruzioni per comune del 2004 e 2005) e il NTN medio relativo agli stessi anni;
- da ultimo si considera un fattore di interazione tra la ricettività alberghiera x_{10} e la superficie x_4 . Tale interazione intende cogliere le differenze di prezzo che possono generarsi tra due zone caratterizzate da grado simile di attrattività turistica ma di superficie diversa. Vi sono, infatti, zone a carattere prevalentemente turistico ma in cui non vi è un interesse ad acquistare casa con la conseguenza che il prezzo non subisce nessun effetto dal carattere turistico. La superficie risulta quindi sfruttata in prevalenza per ospitare strutture alberghiere. Con x_{15} consideriamo l'interazione $x_{10} \cdot x_4$.

In conclusione, il modello in forma estesa è il seguente:

$$\log(y) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \beta_8 x_8 + \beta_9 x_9 + \beta_{10} x_{10} + \beta_{11} x_{11} + \beta_{12} x_{12} + \beta_{13} x_{13} + \beta_{14} x_{14} + \beta_{15} x_{15} + \varepsilon$$

3 Stima

Applicando il metodo dei minimi quadrati ordinari (OLS), si sono ottenute le stime dei parametri β incogniti del modello sopra esposto. In Tabella 3-1 si riportano, per ogni coefficiente, oltre le stime anche gli errori standard (std. error), la statistica t e i p -value² associati.

Guardando al valore dei p -value, non risultano significativi i parametri associati al numero di spostamenti fuori dal comune, alla superficie territoriale, al grado di urbanizzazione associato alla modalità 2 e alla densità abitativa. Per tali parametri saranno effettuati test di significatività congiunta per stabilire se essi debbano essere o meno mantenuti nel modello. Sono invece molto significativi tutti gli altri parametri.

Per quanto riguarda l'interpretazione dei parametri del modello vanno fatte alcune precisazioni. La variabile dipendente è espressa in logaritmi quindi i coefficienti associati alle esplicative in livelli, vanno moltiplicati per 100 e possono essere interpretati, come variazione percentuali in y per una variazione percentuale unitaria in x^3 , in altri termini rappresentano delle elasticità.

Per le variabili esplicative di tipo politomiche ordinate, nel nostro caso la variabile x_7 che assume solo tre modalità (1, 2 e 3), i coefficienti associati vanno interpretati al modo seguente: avendo scelto come base il valore di $x_7 = 1$, il coefficiente β_7 associato alla modalità 2 rappresenta la differenza in y a parità di tutti gli altri

² Il p -value fornisce indicazione sulla significatività dei coefficienti.

³ L'interpretazione dei singoli parametri che sarà fornita nel seguito va sempre intesa come a parità di altre condizioni. I singoli β vanno interpretati sempre tenendo fissi tutti gli altri coefficienti del modello.

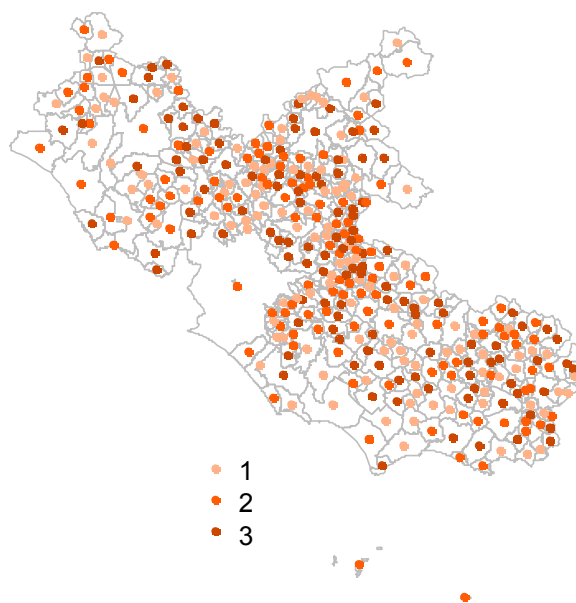
fattori tra un comune con grado di urbanizzazione 2 e uno con grado di urbanizzazione 3. Essendo, inoltre, y espressa in logaritmi un comune con grado di urbanizzazione 2 comporta un aumento dello 0,85% in più rispetto ad un comune con grado di urbanizzazione 1, così un comune con grado di urbanizzazione 3 comporta un aumento del 35,4% circa in più rispetto ad un comune con grado di urbanizzazione 1. Tale risultato è giustificato dalla distribuzione territoriale della variabile x_7 , infatti, come si può notare dalla mappa simbolica in, il valore 3 viene assunto da pochi comuni (circa 20) situati quasi tutti intorno alla capitale.

Tabella 3-1: Stime OLS

Parametri	Stime	Std. error	Statistica t	Pr(> t)
β_0	6,25	0,14	43,78	0,00
β_1 pil	0,02	0,01	3,49	0,00
β_2 pil ²	0,00	0,00	-2,32	0,02
β_3 spostamenti fuori	-0,19	0,13	-1,38	0,17
β_4 superficie	0,00	0,00	-0,66	0,51
β_5 log(popolazione)	0,11	0,02	5,77	0,00
β_6 urbanizzazione grado 2	0,00	0,03	0,02	0,99
β_7 urbanizzazione grado 3	0,19	0,07	2,68	0,01
β_8 occupati agricoltura	-0,69	0,21	-3,27	0,00
β_9 occupati industria	-1,83	0,14	-12,94	0,00
β_{10} indice alberghi	-0,25	0,07	-3,47	0,00
β_{11} IMI	4,59	1,11	4,12	0,00
β_{12} confina Roma	0,17	0,05	3,31	0,00
β_{13} densab	0,01	0,03	0,22	0,83
β_{14} indice NC	-0,06	0,03	-2,13	0,03
β_{15} alberghi*superficie	0,51	0,09	5,90	0,00

Per le variabili esplicative di tipo politomiche ordinate, nel nostro caso la variabile x_7 che assume solo tre modalità (1, 2 e 3), i coefficienti associati vanno interpretati al modo seguente: avendo scelto come base il valore di $x_7 = 1$, il coefficiente β_7 associato alla modalità 2 rappresenta la differenza in y a parità di tutti gli altri fattori tra un comune con grado di urbanizzazione 2 e uno con grado di urbanizzazione 3. Essendo, inoltre, y espressa in logaritmi un comune con grado di urbanizzazione 2 comporta un aumento dello 0,85% in più rispetto ad un comune con grado di urbanizzazione 1, così un comune con grado di urbanizzazione 3 comporta un aumento del 35,4% circa in più rispetto ad un comune con grado di urbanizzazione 1.

Figura 3-1: Mappa simbolica della variabile "grado di urbanizzazione"



Tale risultato è giustificato dalla distribuzione territoriale della variabile x_7 , infatti, come si può notare dalla mappa simbolica in, il valore 3 viene assunto da pochi comuni (circa 20) situati quasi tutti intorno alla capitale. Il coefficiente β_6 associato alla variabile x_6 che è espressa in logaritmi va interpretato come variazione % di y per una variazione percentuale in x , in questo caso una variazione % di x causa una variazione di circa lo 0,096% in y . Allo stesso modo vanno interpretati gli altri coefficienti del modello. Il coefficiente β_6 associato alla variabile x_6 che è espressa in logaritmi va interpretato come variazione % di y per una variazione percentuale in x , in questo caso una variazione % di x causa una variazione di circa lo 0,096% in y . Allo stesso modo vanno interpretati gli altri coefficienti del modello. Il valore del coefficiente di determinazione raggiunge un buon livello essendo circa 0,70, il suo valore corretto è invece pari a 0,71. Il valore della statistica F pari a 77,98 ci conduce a rifiutare l'ipotesi nulla di coefficienti congiuntamente nulli, anche se tale valore va considerato valido solo se verificata l'ipotesi di normalità dei residui.

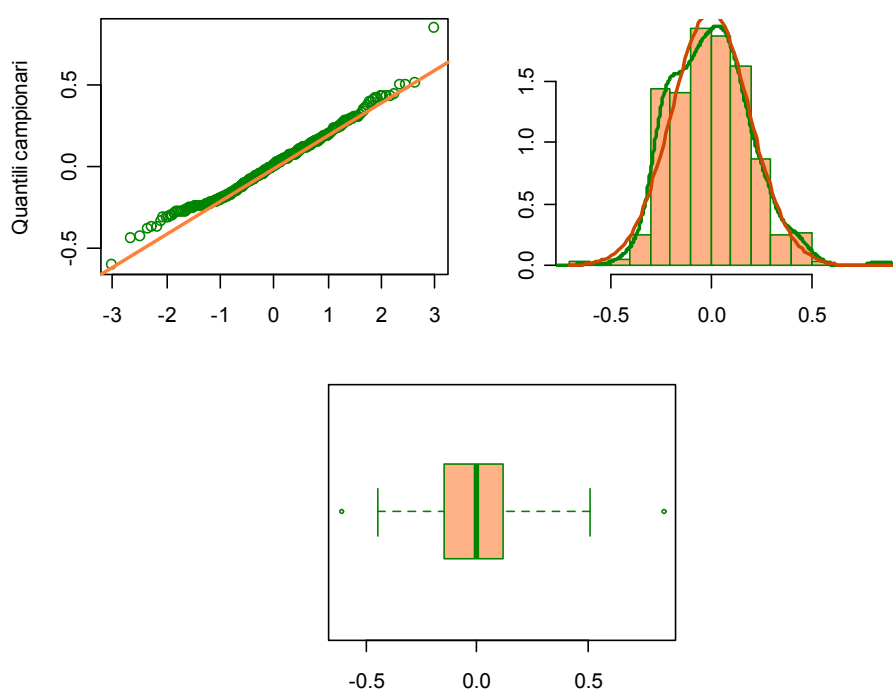
3.1 Diagnostiche

Dopo aver ottenuto le stime del modello, la fase successiva è quella di controllo della coerenza tra le ipotesi alla base della metodologia statistica utilizzata e quanto osservato dai dati. In altre parole si tratta di effettuare le cosiddette diagnostiche del modello.

L'adeguatezza della forma funzionale scelta, è stata verificata attraverso il test RESET, suggerito da Ramsey (1969), che restituisce un p -value quasi nullo, ad indicazione del fatto che la forma del modello potrebbe non essere correttamente specificata. Tuttavia il test non fornisce indicazioni sulla direzione da seguire per superare il problema.

Per la verifica dell'ipotesi di normalità dei residui si è condotta una prima analisi grafica. In Figura 3-2 si riporta il qq-plot e l'istogramma a cui è stata adattata la curva parametrica della distribuzione normale e infine il box-plot dei residui stimati. Da questi grafici si nota un valore molto elevato di un residuo e la presenza di un pattern. Più formalmente il test di normalità di Jarque e Bera nella nostra analisi riporta un p -value pari a 0,006 portando al rifiuto dell'ipotesi nulla di normalità. Come si avrà modo di verificare la non normalità va attribuita principalmente alla presenza di valori anomali.

Figura 3-2: qq-plot, istogramma e boxplot dei residui del modello OLS

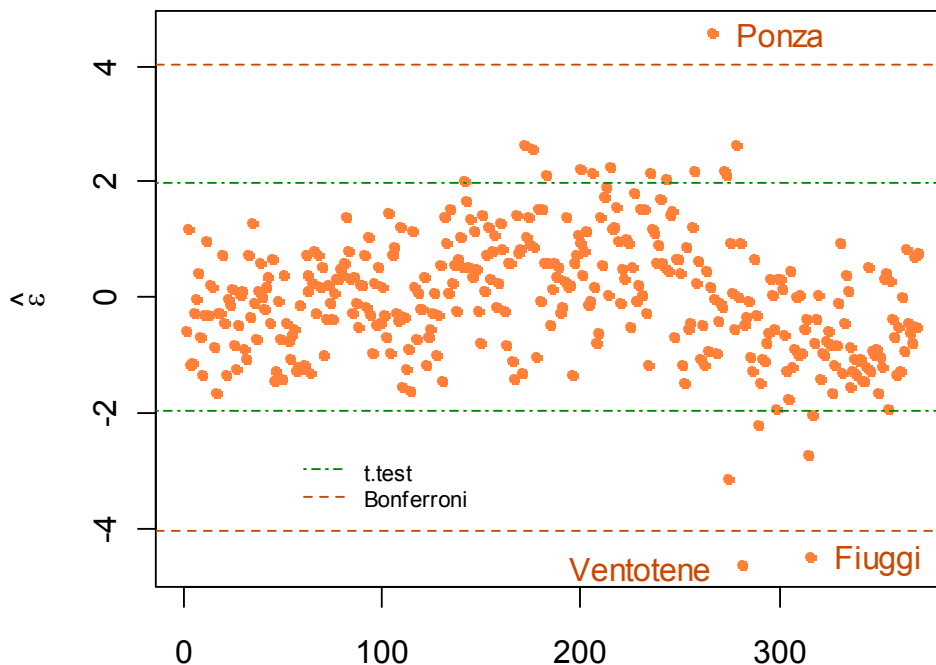


L'assenza di multicollinearità è stata verificata con il $VIF = 1 / (1 - R^2)$ suggerito da alcuni autori (Fox e Monette, 1992).

La presenza di eteroschedasticità è stata indagata con il test proposto da White (1980) di cui si è utilizzata una versione semplificata⁴. Nel nostro caso il test riporta un p-value pari a 0,156 che ci conduce ad accettare l'ipotesi nulla di omoschedasticità.

I residui, come detto, mostrano dei valori estremi. Per verificare se si tratta effettivamente di outlier e decidere, eventualmente, di escluderli dall'analisi è utile effettuare un test apportando la correzione di Bonferroni. Il p-value associato all'osservazione più estrema che per la nostra base dati è rappresentato dal comune di Fiuggi risulta quasi nullo; possiamo quindi sostenere che tale valore sia un outlier. In Figura 3-3 si riporta il grafico dei residui riportante gli estremi individuati dal test t con e senza correzione di Bonferroni. Si nota che vi sono tre osservazioni che cadono al di fuori delle bande rosse del test effettuato apportando la correzione del Bonferroni. Considerato che i prezzi medi di tutti e tre i comuni sono dovuti a particolari caratteristiche territoriali si sceglie di non eliminarle dal modello ma di inserire delle opportune variabili dicotomiche.

Figura 3-3: Test t e di Bonferroni sui residui del modello OLS



A questo punto ripetiamo l'analisi inserendo nel modello due variabili dummy: una prima che tenga conto di Fiuggi che indicheremo con d_{Fiuggi} e una seconda che indicheremo con d_{isole} che tiene conto delle peculiarità dei comuni di Ponza e Ventotene. Le stime di questo secondo modello si riportano nella Tabella 3-2. Per questo secondo modello non risultano significativi i parametri associati alla superficie, al grado di urbanizzazione per entrambe le modalità (1 e 2) e al densab. Sono invece significativi tutti gli altri anche se con livelli α differenti. A differenza della precedente stima risultano ora significativi, anche se a livello $\alpha = 0,1$, i β associati agli spostamenti fuori dal comune e alla densità abitativa, anche se con segni contrari alle aspettative. Controllando i valori anomali, il test di Jarque e Bera fornisce un p-value pari a 0,6152 permettendo di accettare l'ipotesi di normalità.

Per la verifica dell'omoschedasticità, verificata ora l'ipotesi di normalità, possiamo applicare il test di Breusch e Pagan, che ci fornisce però un p-value basso che ci fa rifiutare la nulla. Mentre il test di White ci permette di

⁴ Si effettua la regressione ausiliaria del modello:

$$\varepsilon^2 = \delta_0 + \delta_1 y^* + \delta_2 y^{*2} + u,$$

e si verifica la significatività congiunta di nullità dei parametri δ_1 e δ_2 .

concludere per l'omoschedasticità. La divergenza può essere attribuita alla presenza di qualche pattern spaziale presente nei residui che meriterebbe un particolare approfondimento.

Tabella 3-2: Stime OLS modello con dummy

Parametri	Stime	Std, Error	Statistica t	Pr(> t)
β_0	5,905	0,226	26,178	0,000
β_1 pil	0,017	0,005	3,427	0,001
β_2 pil ²	0,000	0,000	-2,453	0,015
β_3 spostamenti fuori	0,246	0,133	1,848	0,065
β_4 superficie	0,000	0,000	-0,950	0,343
β_5 log(popolazione)	0,116	0,019	5,976	0,000
β_6 urbanizzazione grado 2	0,000	0,028	0,017	0,987
β_7 urbanizzazione grado 3	0,095	0,074	1,286	0,199
β_8 occupati industria	-1,664	0,141	-11,770	0,000
β_9 occupati agricoltura	-0,553	0,204	-2,705	0,007
β_{10} indice alberghi	0,819	0,260	3,150	0,002
β_{11} IMI	5,633	1,100	5,122	0,000
β_{12} confina Roma	0,154	0,050	3,100	0,002
β_{13} densab	0,045	0,027	1,667	0,096
β_{14} indice NC	-0,049	0,026	-1,849	0,065
β_{15} alberghi * superficie	-0,550	0,234	-2,352	0,019
β_{16} d_fuggi	-3,057	0,832	-3,676	0,000
β_{17} d_isole	0,707	0,247	2,863	0,004

Sottoponiamo a verifica l'ipotesi che i coefficienti delle variabili superficie e grado di urbanizzazione siano congiuntamente non significativi ($H_0: \beta_4 = \beta_6 = \beta_7 = 0$). Confrontiamo la somma dei quadrati dei residui del modello non vincolato con il modello ristretto, ovvero quello in cui non inseriamo le variabili da sottoporre a verifica, attraverso un test F. Otteniamo un p-value pari a 0,34 che ci permette di accettare l'ipotesi nulla. Possiamo stimare nuovamente il modello togliendo le variabili non significative.

Tabella 3-3: Stime OLS modello con dummy senza variabili non significative

Parametri	Stime	Std Error	t value	Pr(> t)
β_0	5,865	0,205	28,580	0,000
β_1 pil	0,017	0,005	3,360	0,001
β_2 pil ²	0,000	0,000	-2,420	0,016
β_3 spostamenti fuori	0,286	0,129	2,210	0,028
β_5 log(popolazione)	0,116	0,015	7,580	0,000
β_8 occupati agricoltura	-0,559	0,202	-2,760	0,006
β_9 occupati industria	-1,644	0,141	-11,680	0,000
β_{10} indice alberghi	0,936	0,239	3,920	0,000
β_{11} IMI	5,712	1,093	5,230	0,000
β_{12} confina Roma	0,194	0,045	4,350	0,000
β_{13} densab	0,049	0,026	1,900	0,058
β_{14} indice NC	-0,050	0,026	-1,900	0,058
β_{15} alberghi * superficie	-0,643	0,218	-2,950	0,003
β_{16} d_fuggi	-3,426	0,763	-4,490	0,000
β_{17} d_isole	0,696	0,245	2,840	0,005

Il modello di Tabella 3-3 ottenuto con la stima ordinaria è quello che sembra più adeguato a spiegare le quotazioni medie osservate nei comuni del Lazio. Possiamo concludere che, controllando attraverso le dummy i comuni con valori particolari, le variabili più influenti sono il pil, la popolazione, gli occupati nell'industria e nell'agricoltura, la presenza di strutture alberghiere, l'intensità del mercato rappresentata dall'IMI e la vicinanza a Roma.

4 Conclusioni

Il lavoro qui presentato rappresenta un primo approccio all'analisi delle differenze che si riscontrano, nel territorio, tra i prezzi delle abitazioni di comuni diversi. In questa prima fase l'obiettivo principale è stato quello di cercare capire l'esistenza di legami tra la variabile prezzo e una serie di variabili ritenute potenziali predittori, allo scopo di validare alcune semplici supposizioni. Si tratta, quindi, di un lavoro in itinere che si inserisce nel contesto più ampio dello studio del mercato immobiliare.

Indubbiamente sono emersi alcuni interessanti spunti di riflessione: le variabili che influenzano il prezzo sono tante e non sempre con un effetto univoco. Ad esempio la caratterizzazione della zona come turistica ha effetti positivi sul prezzo delle abitazioni solo se alimenta un particolare tipo di domanda, quelle delle seconde case. Il tipo di mercato del lavoro dominante in una certa zona la rende più o meno attrattiva, infatti, zone prevalentemente agricole e industriali sembrano influenzare negativamente il valore delle abitazioni a favore di zone con maggiore presenza di occupazione nel settore dei servizi.

Il modello applicato fornisce solo alcune indicazioni mettendo in luce le difficoltà che si incontrano quando in questo contesto si vogliono applicare ipotesi teoriche allo scopo di generalizzare ed espandere conclusioni. E', infatti, doveroso ricordare che questi studi non hanno pretesa di generalità e inoltre che i risultati finali vanno letti tenendo sempre in considerazione che la loro validità si fonda sulle ipotesi del modello applicato.

5 Bibliografia

BREUSCH, T. V. & PAGAN, A. R. (1979). A simple test for heteroskedasticity and random coefficient variation. *Econometrica* 47, 1287-1294.

HYNDMAN, R. J., BASHTANNYK, D. & GRUNWALD, G. (1996). Estimating and visualizing conditional densities. *Journal of Computational and Graphical Statistics* 5, 315-336.

FOX, J. & MONETTE, G. (1992). Generalized collinearity diagnostics. *Journal of the American Statistical Association* 87, 178-183.

JARQUE, C. M. & BERA, A. K. (1980). Efficient tests for normality, homoscedasticity and serial independence of regression residuals. *Economics Letters* 6, 255-259.

RAMSEY, J. B. (1969). Tests for specification errors in classical linear least-squares regression analysis. *Journal of the Royal Statistical Society* 31, 350-371. Series B (Methodological).

WHITE, H. (1980). A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica* 48, 817-38.

Valore delle abitazioni: differenze regionali*

di Erika Ghirardo, Gennaro Chirola e Caterina Andreussi

1 Introduzione

Quando si parla di “disparità” residenziale, generalmente si fa riferimento alle differenze che esistono nella qualità delle abitazioni (Sen, 2004). Seguendo la definizione di povertà, espressa dallo stesso Sen (Sen, 2000), come “la privazione delle capacità di base” la disuguaglianza residenziale è particolarmente rilevante in tutte le discussioni sulla povertà.

La qualità degli alloggi è un fattore che determina se condizioni di vita desiderabili sono immediatamente disponibili. Se si ipotizza che il prezzo¹ medio delle abitazioni sia correlato con il tenore dei servizi o in altri termini sia rappresentativo di quelle condizioni di vita desiderabili, a cui si è fatto cenno, indagare le differenze di prezzo vuol dire esprimere una misura della disuguaglianza.

A tal fine risulta indispensabile, come in molti altri settori dell'economia, tenere elevato il livello di trasparenza del mercato immobiliare. Negli ultimi anni l'Osservatorio del Mercato Immobiliare² (OMI) dell'Agenzia del Territorio è divenuto un importante punto di riferimento per gli operatori del mercato immobiliare e per quanti hanno interesse a queste informazioni. I dati resi disponibili dall'OMI sono divenuti una fonte ufficiale sempre più completa, puntuale e più facilmente comparabile. In questo senso si prestano a molteplici analisi e studi che permettono di migliorare l'interpretazione dei fenomeni territoriali. In particolare l'OMI pubblica dati sulle quotazioni immobiliari a livello di aggregazione territoriale sub-comunale.

Con l'obiettivo di evidenziare le differenze che si riscontrano tra le regioni nei prezzi delle abitazioni questo lavoro propone uno studio prendendo a riferimento le quotazioni immobiliari rese disponibili dall'OMI. Il dettaglio minimo di riferimento è rappresentato dalla zona OMI³ che rappresenta il punto di partenza per la formazione delle quotazioni e per ognuna è calcolato un intervallo di quotazioni, a partire da indagini puntuali sul territorio.

E' bene premettere che le regioni sono entità amministrative che non necessariamente corrispondono ad aree omogenee del mercato immobiliare residenziale. Tuttavia, questa distinzione artificiale è di notevole interesse in quanto importante dal punto di vista politico. E', infatti, alla ripartizione regionale che il legislatore rivolge sempre più spesso la sua attenzione per attuare leve di politica economica. Inoltre, la distinzione regionale permette studi di confronto con le altre regioni dell'Unione Europea.

L'articolo presenta spunti di originalità per il pregio della base dati che viene considerata e per la tecnica con cui è indagata la variabilità tra le ripartizioni territoriali. I dati di partenza, riferendosi a porzioni minime del territorio sono molto dettagliati e puntuali, mentre le differenze tra le medie sono testate attraverso una procedura non parametrica che supera i limiti posti dal rispetto degli assunti richiesti nei modelli classici.

Nel secondo paragrafo sarà presentata la base dati, nel terzo è spiegata la procedura statistica non parametrica che è utilizzata ai fini dell'analisi. I risultati dei test statistici applicati per testare la significatività delle differenze tra le quotazioni medie delle regioni sono discussi nel quarto paragrafo. Nel quinto si riportano

*Relazione presentata alla XXXII Conferenza italiana di scienze regionali. Analisi ed elaborazioni su dati dell'Agenzia del territorio;

¹ Nel seguito dello studio i termini prezzo, valore e quotazione saranno utilizzati indistintamente come sinonimi.

² L'Agenzia del Territorio è stata istituita a seguito della riforma del Ministero dell'Economia e delle Finanze, ed è operativa dal 1 gennaio 2001. E' un ente pubblico dotato di personalità giuridica e ampia autonomia regolamentare, amministrativa, patrimoniale, organizzativa, contabile e finanziaria. Tra i suoi compiti istituzionali vi è la gestione dell'Osservatorio del Mercato Immobiliare che cura la rilevazione e l'elaborazione delle informazioni di carattere tecnico-economico relative ai valori immobiliari, al mercato degli affitti ed ai tassi di rendita, nonché la pubblicazione e la diffusione di studi ed elaborazioni e la valorizzazione statistica degli archivi dell'Agenzia del Territorio.

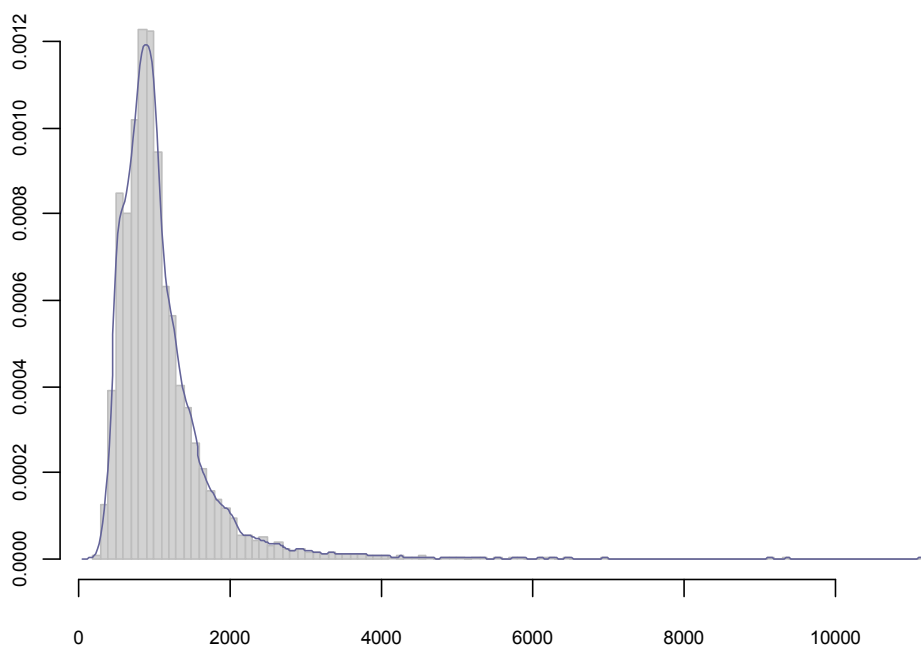
³ Può essere definita come “una porzione continua del territorio comunale che riflette un comparto omogeneo del mercato immobiliare locale, nel quale si registra uniformità di apprezzamento per condizioni economiche e socio-ambientali” (Agenzia del Territorio, 2008).

gli esiti di un'indagine mirata a valutare possibili similitudini nei prezzi medi delle regioni. Infine, l'ultimo paragrafo dell'elaborato è dedicato alle conclusioni evidenziando criticità e possibili successivi sviluppi.

2 Presentazione della base dati

Nel 2010, nel mercato delle abitazioni, sono state rilevate circa 80.000 schede relative a prezzi di compravendita, offerte o valori⁴ riferiti alle zone OMI di circa 1.300 comuni scelti tra quelli con maggiore dinamica di mercato. Per ogni comune si è calcolata la quotazione media sulla base delle quotazioni relative a tutte le tipologie immobiliari. Le medie così ottenute sono state utilizzate per calcolare la quotazione media comunale che rappresenta la base dati di partenza di questa elaborazione. Si tratta, quindi, di una *cross-section* di 8.096 quotazioni medie del settore residenziale riferite a ciascun comune per l'anno 2010.

Figura I: Distribuzione delle quotazioni medie comunali



La distribuzione complessiva delle quotazioni, rappresentata attraverso l'istogramma e la curva della densità non parametrica stimata (Figura I), mostra una coda destra accentuata e valori molto concentrati intorno ai 1500 €/mq. Le quotazioni assumono valore minimo a 224 €/mq e massimo pari a 11.130 €/mq. La mediana risulta uguale a 952 €/mq mentre la media a 1.079 €/mq.

Entrando nel dettaglio regionale la Figura II mostra la distribuzione delle quotazioni di ciascuna regione. La rappresentazione grafica evidenzia forti differenze in termini di mediane, di campi di variazione e di presenza di valori estremi. Pur rappresentando un primo approccio, questo grafico rappresenta il punto di partenza dello

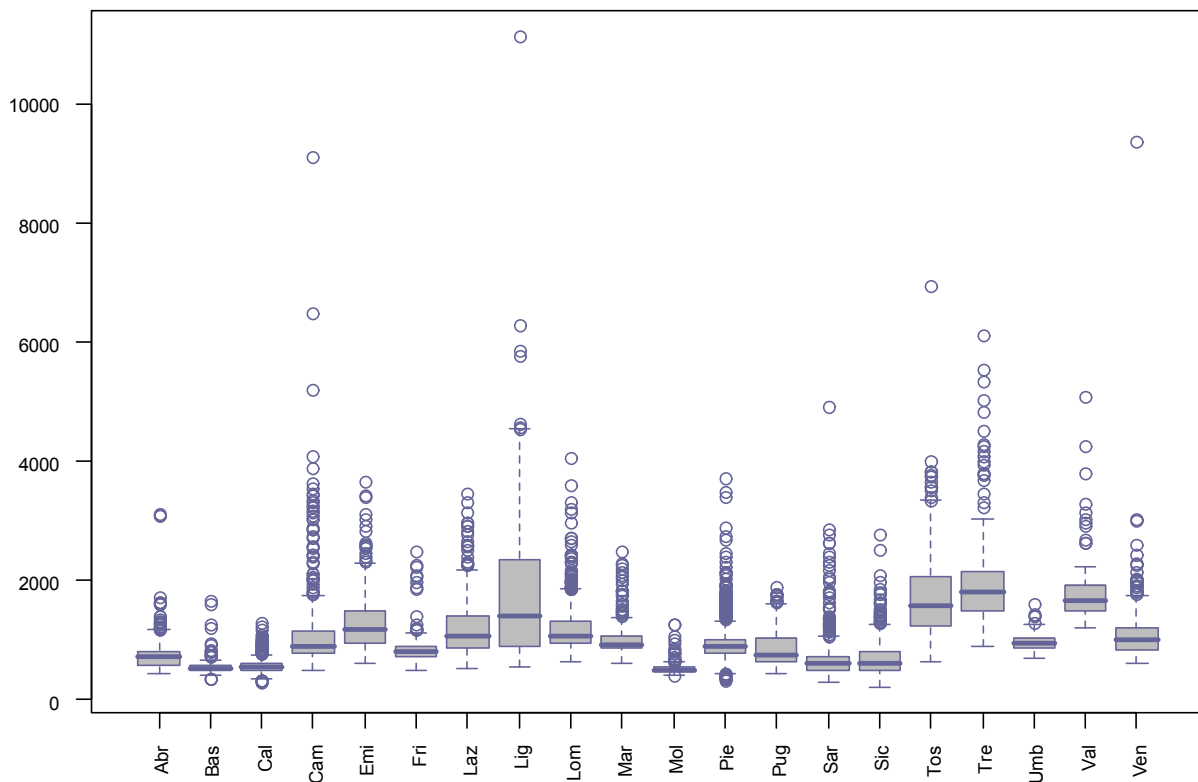
⁴ Per la formazione delle quotazioni immobiliari l'OMI svolge semestralmente un'indagine del mercato immobiliare avvalendosi di diverse fonti tra cui le principali sono rappresentate da:

- offerte provenienti da agenti immobiliari. A supporto del processo di rilevazione sono stati sottoscritti rapporti di collaborazioni con le maggiori associazioni di agenti immobiliari FIAIP, FIMAA, AICI;
- prezzi dedotti dagli atti di compravendita (il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223 rafforzando il comma 497 della finanziaria 2006 obbliga le parti contraenti ad indicare nell'atto il corrispettivo pattuito);
- valori ottenuti da stime immobiliari.

Per un approfondimento sulla formazione delle quotazioni immobiliari si può consultare il Manuale della banca dati dell'osservatorio del mercato immobiliare (Agenzia del Territorio, 2008).

studio in quanto fornisce una misura, seppure solo visiva, dell'entità delle differenze che si riscontrano tra i raggruppamenti territoriali considerati.

Figura II: Boxplot della distribuzione dei valori comunali di ciascuna regione

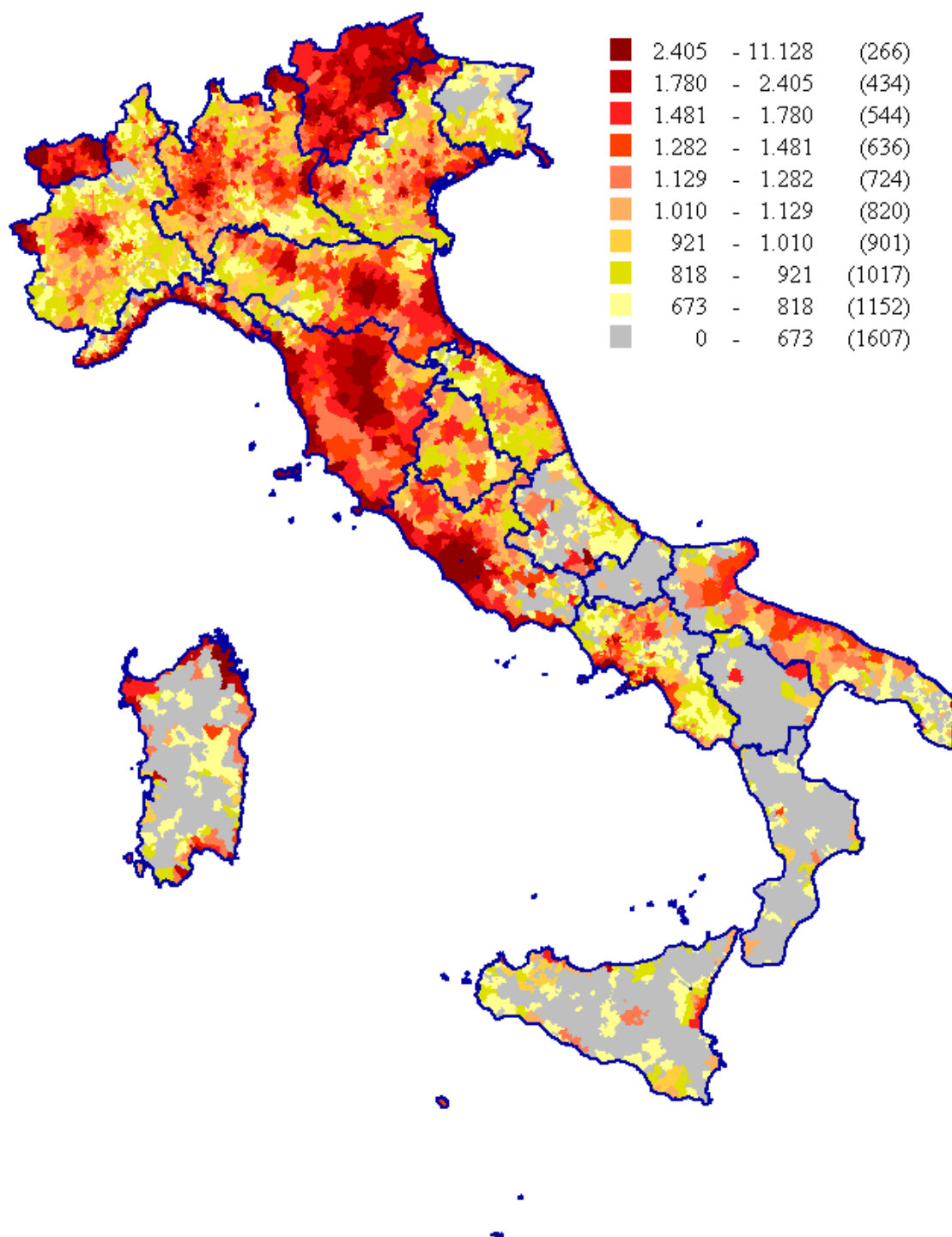


Le quotazioni medie regionali e alcune statistiche di sintesi sono mostrate in *Tabella I*. E' evidente già in questa fase che i prezzi medi sono molto diversi tra le regioni si passa, infatti, dal minimo del Molise, 554 € al metro quadro per arrivare a 1.954 € al metro quadro del Trentino Alto Adige. Anche la deviazione standard delle quotazioni per ciascuna regione risulta piuttosto elevata con un picco per la regione Liguria dove è pari a 1.310. Ciò è imputabile al fatto che per tale regione il range dei valori assunti risulta piuttosto ampio essendo pari a 553 €/m² la quotazione minima e a 11.128 €/m² la quotazione massima.

All'interno di ciascuna regione si trovano comuni molto diversi tra loro con la conseguenza che anche le quotazioni medie che in essi si rilevano risultano molto eterogenee. Un approfondimento delle distribuzioni delle quotazioni interne a ciascuna regione è fornito dalla mappa dei prezzi medi comunali (*Figura III*). Appare evidente una diversità tra regioni del Sud e del Nord, tuttavia, una lettura più attenta rileva differenze tra le stesse regioni del Sud e le stesse regioni del Nord. Al Sud la Puglia palesa una distribuzione delle quotazioni diversa dalle confinanti Basilicata e Molise, così come la Campania che esibisce sfumature più simili a qualche regione del Centro piuttosto che del Sud. Mentre al Nord il Friuli Venezia Giulia mostra maggiore similarità con qualche regione del Sud piuttosto che del Nord.

Questa prima analisi esplorativa evidenzia come i comuni presentino caratteristiche eterogenee che rendono difficile la definizione di un modello unico in grado di ricomprendere e spiegare tutte le relazioni di causa ed effetto che concorrono nella formazione dei prezzi. I comuni con prezzi medi molto superiori rispetto al resto della regione sono probabilmente turistici. Tuttavia, all'interno della distribuzione si trovano altri comuni turistici che non hanno quotazioni così elevate. Inoltre, a differenza di quanto ci si può attendere, non tutti i capoluoghi di provincia hanno valori che spiccano rispetto ad altri comuni minori.

Figura III: Mappa delle quotazioni medie comunali 2010



3 Procedura di test

Dal punto di vista statistico è importante verificare se le differenze osservate a livello empirico siano significative. Il confronto tra due o più gruppi viene solitamente effettuato attraverso la tecnica inferenziale nota come analisi della varianza (ANOVA).

L'ANOVA, attraverso la scomposizione della varianza nelle componenti *within* e *between*, permette infatti se il gruppo di appartenenza delle osservazioni influisce sul valore medio delle stesse.

Si ipotizzi il seguente modello per i prezzi rilevati

$$p_{ij} = \mu_j + \varepsilon_{ij}$$

dove p_{ij} indica la quotazione media dell' i -esimo comune, che fa parte di una generica j -esima regione, μ_j è la quotazione media regionale e ε_{ij} sono gli errori. Il sistema di ipotesi alla base del test ha come ipotesi nulla l'uguaglianza delle medie μ_j , mentre l'alternativa prevede che almeno una di esse sia diversa. Le ipotesi alla base della procedura ANOVA sono:

indipendenza delle osservazioni: la quotazione media di un comune non influenza le quotazioni degli altri;

gli errori sono normalmente distribuiti con media pari a zero, e quindi le osservazioni sono normalmente distribuite intorno alla media regionale;

le varianze all'interno dei diversi gruppi sono omogenee.

Nel nostro caso come evidente dal grafico dei boxplot (Figura II) i dati di partenza confermano l'implausibilità di questi assunti: sarebbe complicato giustificare l'assunto di indipendenza; inoltre, le osservazioni sembrano molto lontane dall'essere normalmente distribuite e con la stessa varianza.

Tuttavia a maggior conferma le ipotesi di normalità e omoschedasticità sono state testate utilizzando test formali. L'ipotesi di normalità è stata testata in ciascun gruppo attraverso il test di Jarque e Bera e i p -value conducono sempre al rifiuto dell'ipotesi di normalità. L'ipotesi di omogeneità delle varianze è testata applicando il test Fligner-Killeen (William & all., 1981) che è un test non parametrico molto robusto anche quando i gruppi non seguono una distribuzione normale. Il test ha restituito un p -value pressoché nullo e quindi si rifiuta l'ipotesi di omogeneità delle varianze.

Al fine di testare lo stesso sistema di ipotesi dell'ANOVA, si applica un metodo non parametrico che non richiede particolari assunti circa la distribuzione dei dati.

Si è scelto di applicare un test di permutazione che nel seguito si indica sinteticamente come *permanova* del tipo suggerito da Anderson (2001).

Questo test condivide molte similarità con il suo omologo parametrico, ad esempio è possibile mantenere la stessa specificazione della statistica test, anche se potenzialmente è possibile usare statistiche basate su diverse definizioni di distanza. La differenza principale risiede nel fatto che la distribuzione di tale statistica non è standard, e viene approssimata tramite un metodo di simulazione.

Questa simulazione è disegnata per verificare se il valore della statistica test dipende dalla particolare assegnazione dei comuni alle diverse regioni o se piuttosto, immaginando una serie di assegnazioni casuale, tale statistica assumerebbe valori significativamente diversi.

La procedura è iterativa e prevede, ad ogni iterazione, l'estrazione casuale di variabili di assegnazione dei singoli comuni alle diverse regioni. Sulla base della nuova assegnazione si calcola il nuovo valore della statistica test.

Alla fine delle iterazioni, avremo un campione di valori della statistica test che possono essere messi a paragone con il valore originale, cioè quello ottenuto con l'assegnazione reale. Ad esempio, il p -value associato al test viene approssimato come la frequenza dei valori simulati che eccedono il valore osservato.

L'idea è quella di creare un set di dati basati sul "rimescolamento" di quelli realmente osservati, calcolare la statistica di riferimento e confrontarla con una statistica calcolata sul campione originale. Più in particolare si seguono i seguenti passi:

- si definisce un'ipotesi nulla H_0 ;
- si definisce una statistica test;
- si crea un set di dati basati sul "rimescolamento" di quelli realmente osservati (la modalità di "rimescolamento" viene definita in funzione dell'ipotesi nulla);
- si ricalcola la statistica di riferimento e si compara il valore con quello osservato. Si ripetono gli ultimi due punti molte volte (es. 100.000 volte);
- se la statistica osservata è maggiore del limite ottenuto nel 95% dei casi basati sul "rimescolamento", si rigetta H_0 .

Nel caso in esame si calcola la statistica F sul campione originale, si spostano casualmente le osservazioni tra i diversi gruppi, si ricalcola la statistica sulla nuova base e si ripete la procedura per un numero elevato di volte. La distribuzione del test ottenuta al termine del ciclo non è più una distribuzione nota i cui quantili sono tabulati ma è una distribuzione che possiamo confrontare con il valore della statistica ottenuto sulla base originale.

4 Analisi dei risultati

Le differenze regionali nelle quotazioni medie sono molto evidenti, e qualsiasi tecnica statistica applicata a questo tipo di dati confermerà l'esistenza di questo fenomeno. Considerando i dati relativi a tutte le regioni, qualsiasi tipo di verifica di ipotesi rifiuterà l'ipotesi nulla di uguaglianza delle medie. Tale conclusione appare corretta, anche alla luce della sintesi fornita dal grafico di Figura II e dalla mappa di Figura III.

L'importanza della correttezza della tecnica risulta più evidente per sottoinsiemi di dati in cui le differenze tra le quotazioni medie sono meno evidenti. In tali sottoinsiemi, i differenti insiemi di assunti possono condurre a conclusioni diverse.

L'esistenza di differenze significative nelle quotazioni medie delle regioni è indagata, come detto, attraverso la tecnica del *permanova* applicata oltre che all'intero campione anche a diversi sottoinsiemi della base dati complessiva di partenza. Si vuole, infatti, indagare se le diversità riscontrate a livello empirico e confermate dal test sull'intero campione siano imputabili ad una o più variabili che influenzano le quotazioni. Più in particolare si può ritenere che le differenze siano dovute alle eterogeneità nei comuni di ciascuna regione. Lo studio è condotto cercando di confrontare le regioni considerando gruppi di comuni simili secondo una qualche variabile di interesse.

Nel seguito sono discussi in dettaglio i risultati analitici per il caso del campione complessivo mentre i dettagli per tutte le altre ipotesi sono riportati in appendice.

Utilizzando la base dati complessiva si ottiene un valore della statistica F pari a 210,67. Un test ANOVA condurrebbe ad un netto rifiuto, come detto però tale analisi non può considerarsi valida in questo contesto in quanto le ipotesi del modello non sono rispettate.

Si procede quindi con il *permanova*, impostando 50.000 iterazioni si ottiene il campione della distribuzione della statistica test F rappresentato in *Figura IV*. Si può notare che il valore originario della statistica test è molto distante dall'intervallo dei valori simulati conducendo al rifiuto dell'ipotesi nulla.

Le differenze di quotazione visualizzate nella *Tabella I* sono quindi estremamente significative.

4.1 Analisi per classi di prezzo

Dopo aver analizzato l'intera distribuzione dei prezzi e aver ottenuto differenze significative al fine di approfondire l'indagine si procede con la creazione di una variabile che dipende solo dal prezzo. Un metodo automatico per definire una stratificazione è quello di effettuare una *cluster analysis* in modo tale da ottenere gruppi di quotazioni medie comunali omogenei sui quali effettuare separatamente il test.

La partizione della variabile quotazioni è stata ottenuta attraverso un algoritmo *k-medie*. Il numero dei cluster fornito all'algoritmo è pari a sette ed è stato scelto in base al criterio di informazione BIC (Schwarz, 1978) e confermato dall'*elbow method* (Thorndike, 1953).

Le distribuzioni per regione dei sette gruppi ottenuti sono visualizzate in *Figura V*. E' evidente che non si è fatto altro che dividere l'intervallo delle quotazioni in sottointervalli, nell'ipotesi che il confronto tra prezzi medi appartenenti ad un range omogeneo evidenzia qualche similitudine tra le regioni. Applicando separatamente il test a ciascun gruppo si ottengono sempre p -value che portano al rifiuto dell'ipotesi nulla e quindi alla conclusione che le differenze regionali sono significative. Se ne deduce che considerare solo comuni con quotazioni che cadono in uno stesso intervallo non rende simili le distribuzioni regionali.

4.2 Analisi per classi di popolazione

Nel paragrafo precedente si è cercata una variabile che definisse un gruppo di comuni simili sulla base di uno stesso livello di prezzi medi giungendo a conclusione che permangono significative differenze tra le regioni italiane. La variabile prezzo sembra non essere sufficientemente informativa pertanto potrebbe essere utile condurre l'analisi considerando ulteriori variabili potenzialmente influenti nella formazione delle quotazioni. Marginalizzando rispetto a tali fattori i divari riscontrati tra le regioni potrebbero attenuarsi.

Un primo naturale raggruppamento che a priori si può ritenere discriminante nella determinazione dei prezzi è la grandezza del comune misurata in termini di popolazione residente. In comuni di dimensioni simili si dovrebbe assistere ad un andamento dei prezzi comparabile. Considerando quindi all'interno di ciascuna regione solo comuni di classi dimensionali analoghe le quotazioni dovrebbero essere indipendenti dalla regione di appartenenza con la conseguenza che le medie dovrebbero risultare non significativamente diverse. Sulla base della popolazione residente nel 2008 (dati ISTAT) si sono formati tre gruppi di comuni: quelli con popolazione inferiore ai 5.000 abitanti, quelli con popolazione compresa tra i 5.000 e i 25.000 e quelli con popolazione superiore ai 25.000. In *Tabella II* si riportano in dettaglio il numero di comuni per ciascuna regione, le quotazioni medie e i differenziali di quotazione rispetto al livello medio nazionale per le tre classi di comuni.

Considerando separatamente i tre campioni il test ha evidenziato in tutti i casi differenze significative tra le regioni. Comuni appartenenti ad una stessa classe demografica forniscono distribuzioni regionali dei prezzi medi diverse. Se si torna alla mappa di *Figura III* si può considerare che pur prendendo per ciascuna regione sottoinsiemi di comuni, ad esempio, solo i comuni con meno di 5.000 abitanti le differenze cromatiche continuano a sussistere. Per chiarire, nessun sottogruppo di comuni dalla regione Trentino Alto Adige è analogo ad un qualsiasi gruppo di comuni della regione Calabria. Conferma si ottiene dalle mappe riportate in *Figura VII* che evidenziano le distribuzioni delle quotazioni per ogni classe di popolazione.

In questo contesto, è di interesse riportare quanto emerso da un'analisi effettuata sulla posizione relativa di ciascuna regione rispetto alle quotazioni medie. Calcolando per ciascuna regione le quotazioni medie e assegnandone il rango⁵ discendente, si ottiene una graduatoria ordinata delle regioni. Tale graduatoria è stata calcolata sia sulla base dati originale sia nei tre gruppi di comuni. Sebbene le quotazioni medie di ciascuna regione siano diverse nei quattro casi il rango di ogni regione nel caso generale e nei casi di comuni con meno di 5.000 abitanti, con abitanti tra 5.000 e 25.000 e con più di 25.000 abitanti non subisce variazioni tali da rendere meno significative le differenze tra le ripartizioni regionali. Quanto detto è evidenziato nei grafici di *Figura VI* che mostrano la posizione di ciascuna regione considerando il campione complessivo, posizione iniziale, e la posizione con le diverse ripartizioni dei comuni, posizione finale. In particolare, in ascissa si riporta il rango nella graduatoria iniziale della regione mentre in ordinata si riporta il rango che la regione occupa calcolando le quotazioni medie sul sottoinsieme di comuni. Quanto più i punti sono vicini alla bisettrice tanto più la posizione relativa iniziale e la posizione nel raggruppamento esaminato sono simili. L'analisi mostra che soprattutto nel caso di comuni piccoli, con meno di 5.000 abitanti, le differenze riscontrate sono minime. Sono, infatti, probabilmente i comuni minori a contribuire maggiormente alla formazione dei prezzi medi essendo anche il gruppo più numeroso. Piccoli scostamenti di posizione sono evidenziati tra i comuni di grandi dimensioni. Spicca la situazione della Basilicata che vede dimezzata la sua posizione in graduatoria in considerazione del fatto che i comuni della regione con più di 25.000 abitanti coincidono con i capoluoghi di provincia. Questa analisi dimostra, rafforzando quanto già emerso, un'indipendenza delle quotazioni medie regionali dal fattore classe di popolazione del comune.

Al termine del paragrafo si può concludere che anche considerando la variabile popolazione le differenze riscontrate non sono di entità tale da modificare l'assetto di fondo che si evidenzia nel caso più generale dell'intera base dati.

⁵ Il rango della variabile quotazione media regionale è stato calcolato come l'intero corrispondente alla posizione che la variabile occupa quando si passa dal campione (X_1, X_2, \dots, X_n) al campione ordinato in senso decrescente $(X(n), X(n-1), \dots, X(1))$.

4.3 Analisi per soli capoluoghi di provincia

Nella realtà coesistono dimensioni urbane diverse a cui corrispondono anche funzioni economiche differenti. In genere si rileva che i centri maggiori accolgono funzioni più rare e specializzate in cui compaiono più rilevanti economie di scala (Camagni, 1993).

I centri più grandi coincidono per la maggior parte delle regioni con i capoluoghi di provincia che rappresentano un polo di attrazione rispetto alle città minori. E', quindi, di interesse verificare se considerando solo i capoluoghi di provincia si riscontrano o meno differenze tra le quotazioni medie delle regioni.

Applicando il test al campione composto dai soli capoluoghi di provincia le differenze tra regioni continuano ad essere significative.

Il numero di capoluoghi, le quotazioni medie e il differenziale rispetto al valore medio nazionale sono riportati in Tabella III. Anche per il sottoinsieme di comuni composto dai soli capoluoghi si è effettuata l'analisi dei ranghi rappresentata nell'ultimo grafico di *Figura VI*. E' evidente che anche in tal caso il ranking delle regioni rimane sostanzialmente invariato rispetto al campione originale. Piccole variazioni si notano per la regione Basilicata che guadagna posizioni anche se in misura inferiore rispetto al caso dei comuni con più di 25.000 abitanti. Tale risultato va imputato al fatto che i comuni grandi delle altre regioni non comprendono i soli capoluoghi. A guadagnare posizione è anche la regione Sardegna evidenziando la maggiore influenza dei suoi capoluoghi di provincia. Di contro la regione Valle d'Aosta perde posizioni. Per quest'ultima va considerato che nella graduatoria originale beneficia del fatto di essere formata da una sola provincia.

I livelli medi delle quotazioni delle regioni sono significativamente diversi anche considerando la variabile capoluogo.

4.4 Analisi del campione senza valori estremi

Le distribuzioni delle quotazioni di ciascuna regione mostrano dei valori estremi, essenzialmente anche se non esclusivamente dovuti alla presenza di comuni turistici, nei quali si rilevano quotazioni molto distanti dalla media di regione. E' ragionevole ritenere che questi valori, influenzando la media, determinino differenze tra i raggruppamenti regionali che altrimenti non emergerebbero. In altri termini, si vuole verificare se si ottengono risultati diversi escludendo dall'analisi i valori che risultano estremi rispetto al resto dei valori della propria regione.

I valori estremi sono stati individuati usando la *boxplot rule* (Iglewicz & Hoaglin, 1993), ovvero considerando estreme, per ogni regione, le osservazioni che eccedono il valore dato da $Q_3 + 1,5 \cdot (Q_3 - Q_1)$, con Q_i che indica l'*i*-esimo quartile.

Si tratta di 521 comuni le cui quotazioni medie sono riportate in *Tabella IV*.

Il test, effettuato sul campione depurato di queste osservazioni, ha evidenziato comunque significative differenze tra le regioni. Anche eliminando dalle rispettive regioni quelle città che presentano valori molto elevati, le differenze regionali permangono, a significare che non sono solo i valori estremi ad influenzare l'analisi. Solo a titolo di esempio è possibile affermare che i risultati non cambiano se si toglie Portofino alla Liguria o Capri alla Campania.

4.5 Analisi delle quotazioni medie pesate

La media aritmetica semplice si mostra spesso inadeguata a rappresentare realtà ampie e complesse quali quelle immobiliari. E' utile attribuire ad ogni osservazione un peso specifico che ne aumenta o diminuisce l'incidenza nel calcolo al fine di fornire una statistica di sintesi più affidabile. Buone variabili di ponderazione per le quotazioni immobiliari sono rappresentate dallo stock⁶ di abitazioni e dalla superficie⁷ abitativa.

⁶ Lo stock immobiliare è il numero di unità immobiliari censite negli archivi catastali, distinto per tipologia catastale. Ai fini di questo elaborato sono considerate solo le abitazioni ovvero le unità censite nelle categorie da A1 ad A11 escluse le A10 (per un approfondimento si può consultare la pubblicazione "Statistiche Catastali", 2009).

In questo paragrafo si commentano confronti tra le quotazioni medie regionali calcolate come medie semplici e come medie ponderate utilizzando come variabili lo stock e le superfici residenziali nel 2010.

Le quotazioni medie e i differenziali rispetto alla quotazione media nazionale⁸ si riportano in *Tabella V*.

In questo caso non si è applicata la procedura di test *permanova* ma si è svolta solo l'analisi dei ranghi che comunque permette di concludere che la graduatoria tra le regioni non subisce variazioni significative al variare della procedura di calcolo e di ponderazione. In *Figura VIII* si riportano i confronti tra le posizioni delle regioni nel caso di medie calcolate come semplici medie aritmetiche delle quotazioni e calcolate come medie ponderate per lo stock e per la superficie.

5 Similitudini

Dopo avere testato l'esistenza di significative differenze tra le quotazioni medie delle regioni sia sul complesso dei comuni che per sottogruppi scelti in relazione ad alcune variabili ritenute potenzialmente discriminanti si vogliono analizzare le similarità tra regioni.

Dalla mappa di *Figura III* risulta evidente indagare le differenze tra tutte le regioni simultaneamente, in qualunque modo siano presi i comuni all'interno di ciascuna regione, conduce sempre alla conclusione che le diversità osservate sono significative. Se, tuttavia, si vuole effettuare un'indagine mirata a valutare anche le similarità si possono considerare sottogruppi di regioni.

Partendo da un'ispezione grafica della mappa (*Figura III*) e dei boxplot (*Figura I*) si sono effettuati diversi confronti tra le distribuzioni delle quotazioni medie comunali delle regioni. Effettuando test a coppie tra le regioni con la tecnica del *permanova* si sono ottenuti risultati in cui non si è potuto rifiutare l'ipotesi nulla e quindi si è concluso per un'uguaglianza tra le quotazioni medie delle regioni in esame. In *Figura IX* si riportano i risultati dei test effettuati con i rispettivi livelli di significatività. Tale figura va più correttamente interpretata come una matrice contenente i *p-value* ottenuti conducendo il test *permanova* separatamente per ciascuna coppia di regioni. Essendo la matrice simmetrica⁹ si riportano solo i valori della diagonale superiore e sono tratteggiate le celle sotto la diagonale. Si riportano sia in riga sia in colonna i nomi delle regioni in modo tale che nella cella di incrocio si possa leggere il risultato del test ottenuto confrontando le quotazioni di quella coppia di regioni.

Per rendere la matrice di più immediata lettura non si rendono i valori esatti dei *p-value* ma si sostituiscono con dei colori che indicano le canoniche soglie di significatività. Il colore viola è associato all'accettazione della nulla ($p\text{-value} > 0,1$), il colore grigio indica ancora accettazione della nulla ma con un *p-value* più basso ($0,01 < p\text{-value} < 0,1$) e infine le celle bianche sono associate al rifiuto di H_0 .

Ricordando che il sistema di verifica delle ipotesi del test utilizzato è impostato in modo tale che sotto l'ipotesi nulla H_0 le medie sono statisticamente non diverse, nel caso di non rifiuto (colori viola e grigio) si deve concludere che le quotazioni medie delle due regioni non sono statisticamente differenti e al contrario nel caso rifiuto le quotazioni medie sono statisticamente differenti (celle bianche).

L'esame ha confermato per alcune regioni quanto ci si aspettava: è il caso della Basilicata, della Calabria e del Molise per i quali il test ha mostrato che non risulta una differenza significativa tra le quotazioni medie. È probabile che questo gruppo di regioni presenti molte caratteristiche comuni, quali condizioni geografiche o economiche che ripercuotendosi sul mercato immobiliare determinano dinamiche simili. In questo caso si è testata anche l'ipotesi sull'uguaglianza congiunta delle medie di tutte e tre le regioni che è risultata non significativamente diversa. Attesa è anche la non significativa diversità tra Liguria e Toscana. Le due regioni vantano entrambe la presenza di rinomate località turistiche. Trentino Alto Adige e Valle d'Aosta risultano simili forse perché accomunate dalla vocazione montana e dal noto stato di regione autonoma. Di facile previsione è

⁷ Le superfici dello stock di abitazioni sono state stimate sulla base dei vani catastali e della superficie del vano medio comunale.

⁸ In questo caso non sono stati considerati i comuni dove il catasto è gestito localmente. Sebbene, infatti, per tali comuni siano disponibili le quotazioni immobiliari non si dispone del dato relativo allo stock di unità abitative. Si tratta in particolare di tutti i comuni della regione Trentino Alto Adige, dei comuni delle province di Gorizia e Trieste e di due comuni della provincia di Belluno.

⁹ Una matrice è simmetrica quando è la trasposta di sé stessa. In altri termini i valori sono simmetrici rispetto alla diagonale.

anche la similarità emersa tra le due isole Sardegna e Sicilia. Sebbene non molto vicine geograficamente, comportamenti analoghi delle quotazioni si riscontrano per Lazio e Lombardia. Ad avvicinarle è probabilmente la presenza in entrambe di due importanti città quali Roma e Milano che rappresentano due rilevanti poli attrattivi. Si può affermare che l'influenza di queste metropoli va ben oltre i comuni confinanti interessando sicuramente la gran parte dei comuni della regione.

Meno facili da interpretare appaiono le similitudini tra alcune regioni che l'analisi ha evidenziato. Le quotazioni medie del Friuli Venezia Giulia appaiono simili a quelle della Puglia, mentre non c'è evidenza di differenza tra Piemonte e Umbria. Più articolata la situazione della Campania che mostra analogie con le Marche ma non con l'Umbria pur essendo questa simile alle Marche. Infine, La regione Emilia Romagna non mostra similarità con nessun'altra regione.

6 Conclusioni

Dai test effettuati le differenze nei livelli dei prezzi medi delle abitazioni tra regioni sono risultate statisticamente significative. Se consideriamo che "la ricchezza abitativa incorporata nella casa in proprietà e la sua trasmissione rappresentano un elemento importante di strutturazione delle disuguaglianze sociali" come evidenziato in Poggio (2009) la ripartizione territoriale appare una variabile discriminante nell'influenzare la formazione dei prezzi medi. Le diversità indagate, a parità di altri fattori, possono essere intese sia in termini di maggiore o minore valore dell'abitazione di proprietà sia in termini di maggiore o minore possibilità di accesso. Se si ipotizza che le condizioni abitative generali siano incorporate nei livelli delle quotazioni medie allora la qualità della vita degli individui è influenzata dalla collocazione regionale.

L'indagine condotta rappresenta un aspetto importante delle analisi sulle disparità, tema sul quale non si è raggiunto un livello esaustivo. Occorre tenere conto, comunque, del fatto che lo studio si pone come un primo approccio alla disamina del più ampio fenomeno delle divergenze. Si tratta, infatti, di uno dei molteplici aspetti che andrebbero esaminati all'interno del filone degli studi inerenti la disuguaglianza residenziale. Oltre a prendere in considerazione i diversi livelli delle quotazioni si dovrebbero esaminare anche variabili che colgono aspetti sociali, demografici ed economici che possono interagire nella formazione delle quotazioni. Tuttavia, l'esame congiunto del valore delle abitazioni e del PIL mostra netti divari tra le regioni come evidenziato nel lavoro sull'analisi del patrimonio (Agenzia del Territorio e Dipartimento delle Finanze, 2010).

Vale comunque la pena di ricordare che secondo recenti dati ISTAT nel 2008 il 68,5% del totale delle famiglie vive in case di proprietà cui si aggiunge un ulteriore 11,5% di famiglie che vivono in abitazioni in usufrutto o in uso gratuito. Il modello dell'aspirazione alla proprietà è stato, infatti, in Italia storicamente incentivato e considerato come un indicatore del benessere (Poggio, 2009).

Inoltre, nonostante benefici o svantaggi che si possono avere in una regione rispetto ad un'altra come evidenziato in uno studio dell'Agenzia del Territorio (Rapporto Immobiliare, 2005) per circa il 57% degli acquisti di abitazioni effettuati in un anno vi è coincidenza tra comune di ubicazione dell'immobile e comune di residenza del soggetto acquirente e solo per il 18% l'acquisto riguarda un immobile di una regione diversa rispetto a quella di residenza dell'acquirente.

In conclusione, grazie alla disponibilità di informazioni dettagliate, il lavoro può rappresentare un utile strumento per migliorare la conoscenza del fenomeno della disuguaglianza residenziale affidando a successivi sviluppi ulteriori approfondimenti.

7 Appendice

7.1 Tabelle dei risultati

Tabella I: Dati di sintesi per regione

Regione	N. comuni	Media	Deviazione Standard	Differenziale rispetto alla media Italia	Minimo	Massimo
Abruzzo	305	784	328	0,73	452	3.115
Basilicata	131	578	185	0,54	349	1.671
Calabria	409	576	145	0,53	295	1.283
Campania	550	1.105	709	1,02	500	9.127
Emilia Romagna	341	1.289	489	1,19	609	3.671
Friuli Venezia Giulia	219	850	297	0,79	500	2.500
Lazio	376	1.199	549	1,11	525	3.463
Liguria	235	1.827	1.310	1,69	553	11.128
Lombardia	1.546	1.164	328	1,08	636	4.050
Marche	246	1.029	317	0,95	605	2.491
Molise	136	554	140	0,51	398	1.280
Piemonte	1.209	949	317	0,88	338	3.730
Puglia	257	861	318	0,80	431	1.890
Sardegna	373	733	466	0,68	303	4.919
Sicilia	390	713	335	0,66	224	2.781
Toscana	287	1.753	752	1,62	640	6.957
Trentino Alto Adige	339	1.954	730	1,81	888	6.110
Umbria	92	980	163	0,91	711	1.604
Valle d'Aosta	74	1.884	707	1,75	1.200	5.080
Veneto	581	1.085	460	1,00	604	9.380
Italia	8.096	1.079	593	1,00	224	11.128

Figura IV: Istogramma del campione della distribuzione della statistica test F ottenuta dal permanova

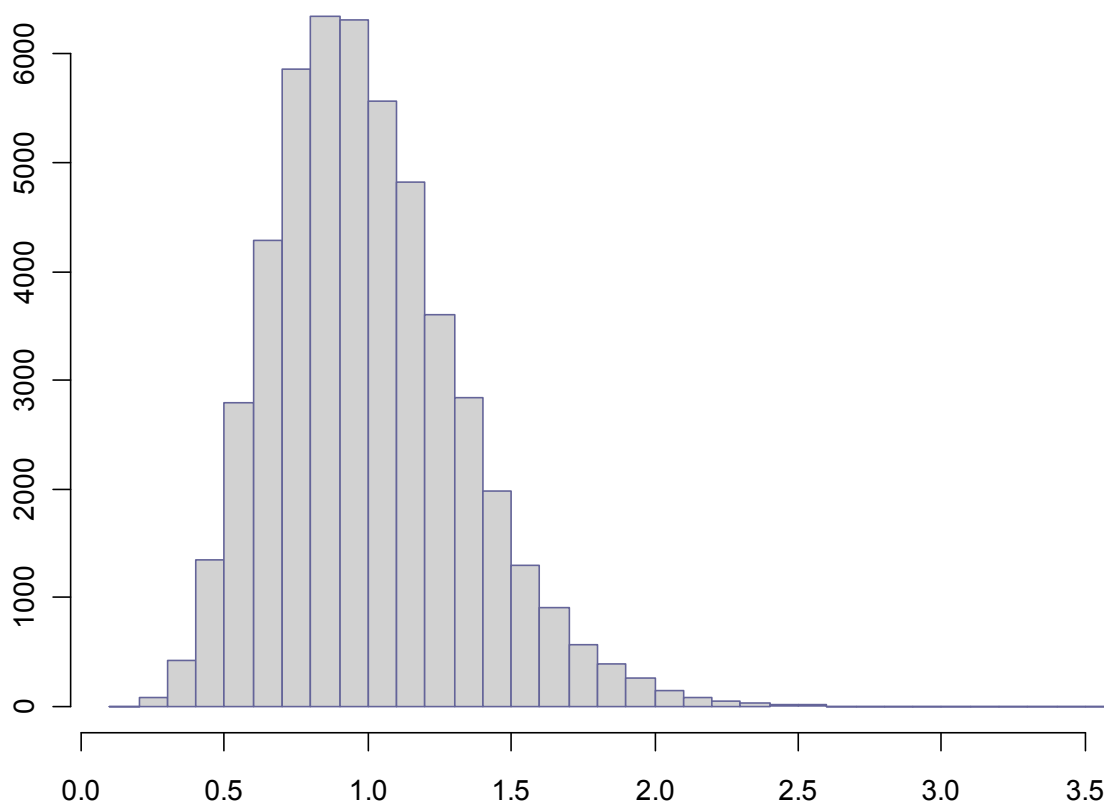


Tabella II: Dati di sintesi per classi di popolazione dei comuni

Regione	Campione complessivo			< 5.000 ab.			5.000 - 25.000 ab.			> 25.000 ab.		
	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia
Abruzzo	305	784	0,73	251	741	0,76	45	932	0,74	9	1.224	0,75
Basilicata	131	578	0,54	99	520	0,53	30	697	0,55	2	1.639	1,01
Calabria	409	576	0,53	326	542	0,55	74	677	0,53	9	962	0,59
Campania	550	1.105	1,02	334	921	0,94	166	1.319	1,04	50	1.624	1,00
Emilia Romagna	341	1.289	1,19	153	1.049	1,07	164	1.408	1,11	24	2.005	1,24
Friuli Venezia Giulia	219	850	0,79	158	766	0,78	56	1.038	0,82	5	1.411	0,87
Lazio	376	1.199	1,11	253	984	1,01	95	1.525	1,20	28	2.039	1,26
Liguria	235	1.827	1,69	183	1.524	1,56	44	2.937	2,32	8	2.656	1,64
Lombardia	1.546	1.164	1,08	1093	1.088	1,11	406	1.309	1,03	47	1.682	1,04
Marche	246	1.029	0,95	178	919	0,94	54	1.206	0,95	14	1.746	1,08
Molise	136	554	0,51	124	529	0,54	10	725	0,57	2	1.277	0,79
Piemonte	1.209	949	0,88	1075	904	0,93	110	1.250	0,99	24	1.558	0,96
Puglia	257	861	0,80	84	694	0,71	132	852	0,67	41	1.234	0,76
Sardegna	373	733	0,68	309	634	0,65	53	1.129	0,89	11	1.614	0,99
Sicilia	390	713	0,66	198	600	0,61	149	793	0,63	43	956	0,59
Toscana	287	1.753	1,62	135	1.465	1,50	124	1.927	1,52	28	2.371	1,46
Trentino Alto Adige	339	1.954	1,81	307	1.921	1,97	28	2.180	1,72	4	2.884	1,78
Umbria	92	980	0,91	60	898	0,92	25	1.084	0,86	7	1.305	0,80
Valle d'Aosta	74	1.884	1,75	73	1.883	1,93	==	==	==	1	1.923	1,19
Veneto	581	1.085	1,00	314	953	0,98	243	1.203	0,95	24	1.601	0,99
Italia	8.096	1.079	1,00	5707	976	1,00	2.008	1.268	1,00	381	1.622	1,00

Figura V: Boxplot delle quotazioni per ciascun cluster

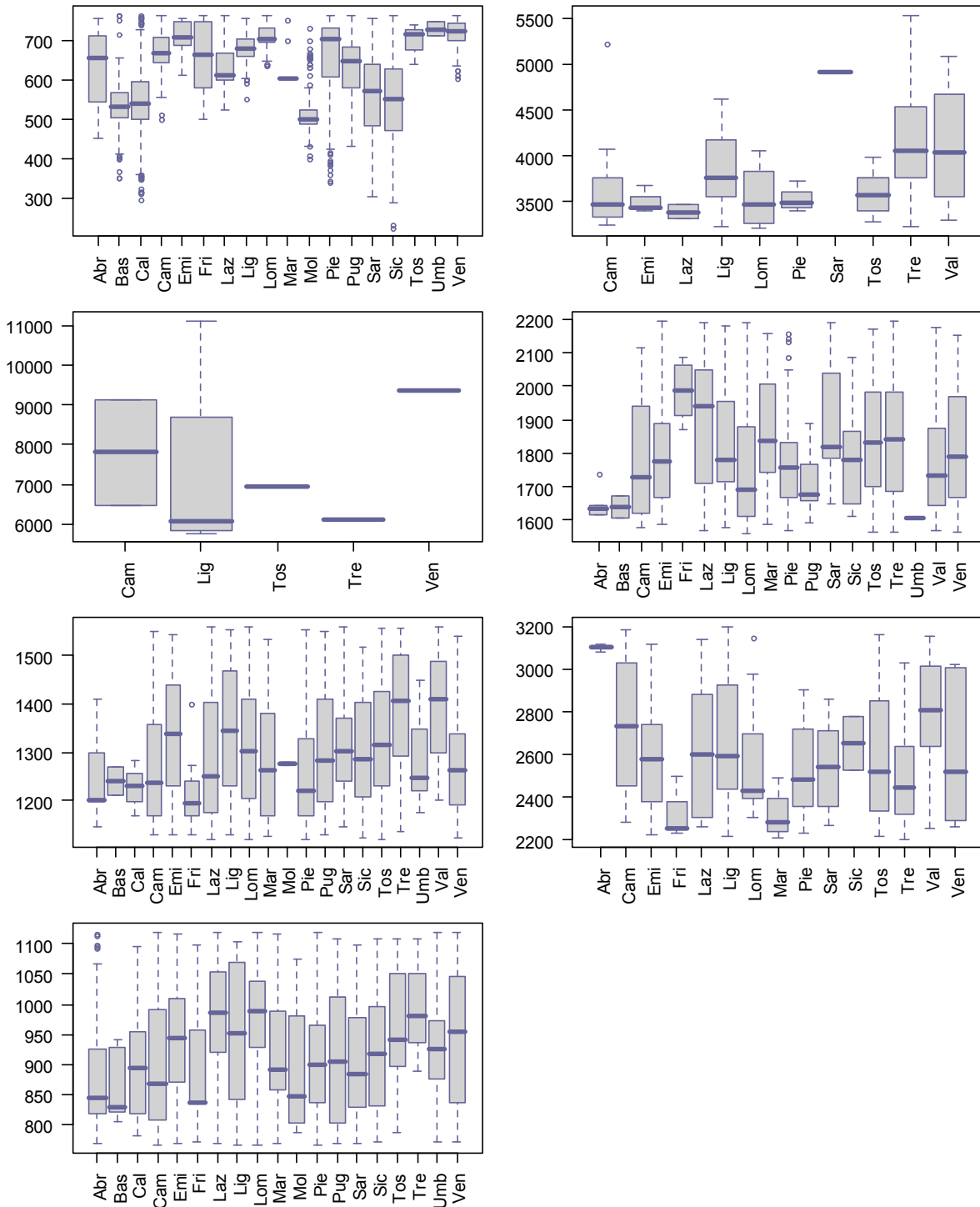


Figura VI: Ranghi delle quotazioni delle regioni per classi di popolazione e capoluoghi rispetto al campione complessivo

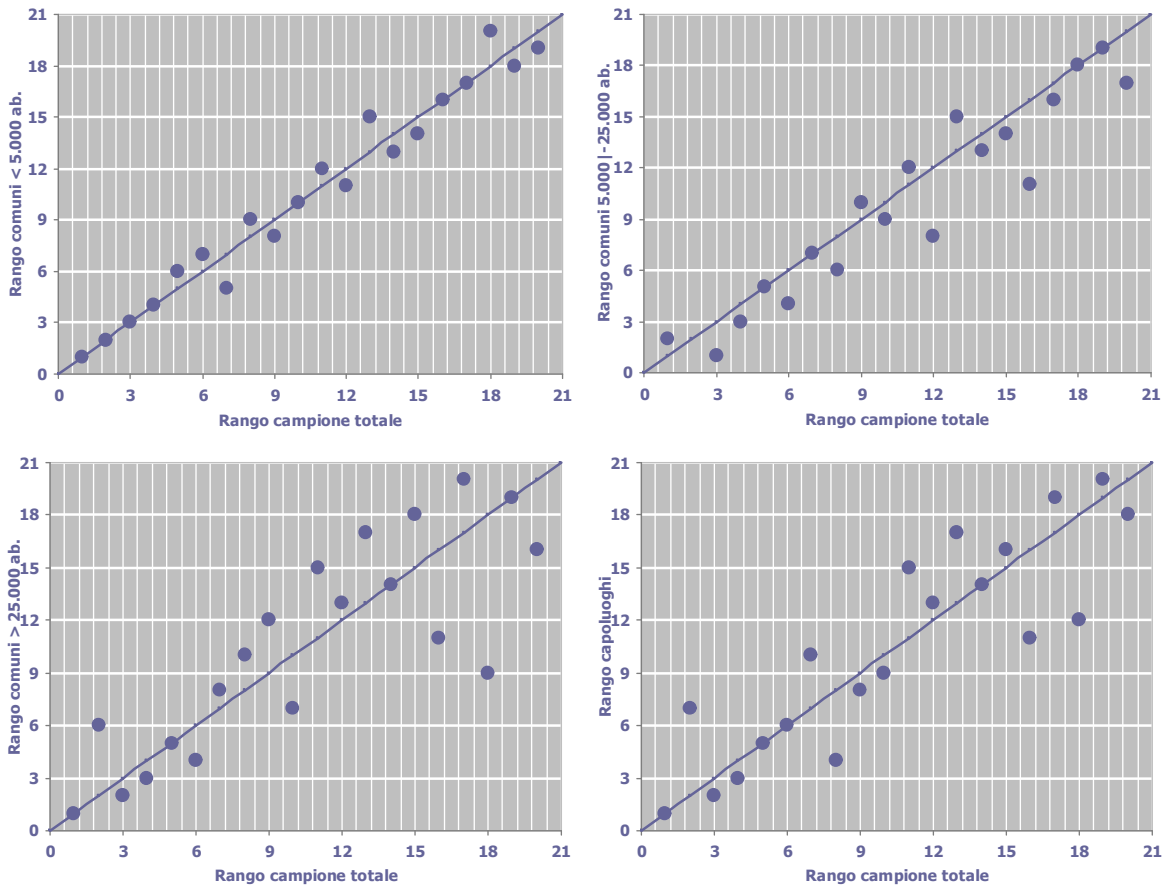
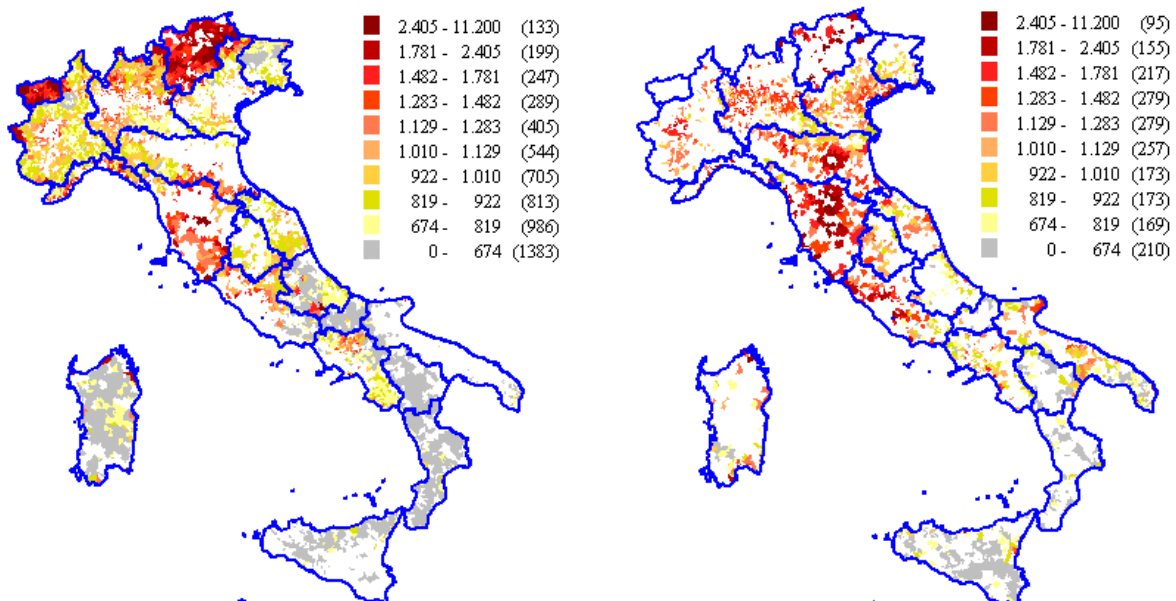


Figura VII: Mappe della distribuzione delle quotazioni per i comuni con popolazione <5.000, tra 5.000 e 25.000 e > di 25.000 rispettivamente



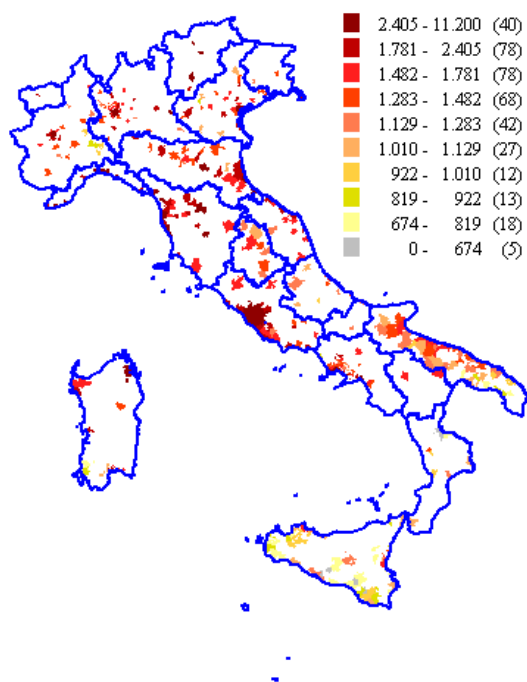


Tabella III: Dati di sintesi per regione e solo capoluoghi

Regione	di			Capoluoghi			
	Classe popolazione	Campione complessivo		N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	
		N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia
Abruzzo		305	784	0,73	4	1.285	0,73
Basilicata		131	578	0,54	2	1.639	0,93
Calabria		409	576	0,53	5	1.004	0,57
Campania		550	1.105	1,02	5	2.112	1,20
Emilia Romagna		341	1.289	1,19	9	2.036	1,16
Friuli Venezia Giulia		219	850	0,79	4	1.465	0,83
Lazio		376	1.199	1,11	5	2.019	1,15
Liguria		235	1.827	1,69	4	2.395	1,36
Lombardia		1546	1.164	1,08	11	1.816	1,03
Marche		246	1.029	0,95	4	1.816	1,03
Molise		136	554	0,51	2	1.174	0,67
Piemonte		1209	949	0,88	8	1.471	0,84
Puglia		257	861	0,80	5	1.270	0,72
Sardegna		373	733	0,68	4	1.703	0,97
Sicilia		390	713	0,66	9	1.145	0,65
Toscana		287	1.753	1,62	10	2.383	1,36
Trentino Alto Adige		339	1.954	1,81	2	3.273	1,86
Umbria		92	980	0,91	2	1.398	0,80
Valle d'Aosta		74	1.884	1,75	1	1.923	1,10
Veneto		581	1.085	1,00	7	1.861	1,06
Italia		8096	1.079	1,00	103	1.755	1,00

Tabella IV: dati di sintesi per regione dell'intero campione, dei soli valori estremi e senza valori estremi

Regione	Campione complessivo			Solo valori estremi			Senza valori estremi		
	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia
Abruzzo	305	784	0,73	26	1.563	0,74	279	711	0,70
Basilicata	131	578	0,54	15	978	0,47	116	526	0,52
Calabria	409	576	0,53	37	924	0,44	372	541	0,54
Campania	550	1.105	1,02	44	2.972	1,42	506	943	0,93
Emilia Romagna	341	1.289	1,19	16	2.810	1,34	325	1.214	1,20
Friuli Venezia Giulia	219	850	0,79	15	1.701	0,81	204	787	0,78
Lazio	376	1.199	1,11	21	2.686	1,28	355	1.111	1,10
Liguria	235	1.827	1,69	7	6.117	2,91	228	1.695	1,68
Lombardia	1.546	1.164	1,08	50	2.273	1,08	1.496	1.127	1,12
Marche	246	1.029	0,95	24	1.825	0,87	222	943	0,93
Molise	136	554	0,51	23	798	0,38	113	505	0,50
Piemonte	1.209	949	0,88	92	1.792	0,85	1.117	879	0,87
Puglia	257	861	0,80	9	1.732	0,82	248	830	0,82
Sardegna	373	733	0,68	48	1.697	0,81	325	591	0,59
Sicilia	390	713	0,66	26	1.625	0,77	364	648	0,64
Toscana	287	1.753	1,62	12	3.935	1,87	275	1.658	1,64
Trentino Alto Adige	339	1.954	1,81	19	4.280	2,04	320	1.816	1,80
Umbria	92	980	0,91	5	1.435	0,68	87	954	0,95
Valle d'Aosta	74	1.884	1,75	11	3.320	1,58	63	1.633	1,62
Veneto	581	1.085	1,00	21	2.483	1,18	560	1.032	1,02
Italia	8.096	1.079	1,00	521	2.100	1,00	7.575	1.009	1,00

Tabella V: Quotazioni medie ponderate per stock e superfici

Regione	Campione complessivo medie semplici			Campione complessivo medie pesate Stock			Campione complessivo medie pesate Superficie		
	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia	N. comuni	Media	Differenziale rispetto alla media Italia
Abruzzo	305	784	0,73	305	1.060	0,67	305	1.040	0,68
Basilicata	131	578	0,54	131	809	0,51	131	834	0,55
Calabria	409	576	0,53	409	726	0,46	409	735	0,48
Campania	550	1.105	1,02	550	1.619	1,03	550	1.573	1,03
Emilia Romagna	341	1.289	1,19	341	1.783	1,13	341	1.716	1,13
Friuli Venezia Giulia	219	850	0,79	219	1.272	0,81	219	1.163	0,76
Lazio	376	1.199	1,11	376	2.430	1,54	376	2.358	1,55
Liguria	235	1.827	1,69	235	2.711	1,72	235	2.651	1,74
Lombardia	1546	1.164	1,08	1546	1.632	1,03	1546	1.557	1,02
Marche	246	1.029	0,95	246	1.443	0,91	246	1.408	0,93
Molise	136	554	0,51	136	748	0,47	136	764	0,50
Piemonte	1209	949	0,88	1209	1.484	0,94	1209	1.387	0,91
Puglia	257	861	0,80	257	1.108	0,70	257	1.089	0,72
Sardegna	373	733	0,68	373	1.361	0,86	373	1.277	0,84
Sicilia	390	713	0,66	390	962	0,61	390	972	0,64
Toscana	287	1.753	1,62	287	2.227	1,41	287	2.194	1,44
Trentino Alto Adige	339	1.954	1,81	==	==	==	==	==	==
Umbria	92	980	0,91	92	1.209	0,77	92	1.205	0,79
Valle d'Aosta	74	1.884	1,75	74	2.259	1,43	74	2.197	1,44
Veneto	581	1.085	1,00	581	1.464	0,93	581	1.406	0,92
Italia	8096	1.079	1,00	7757	1.578	1,00	7757	1.521	1,00

Figura VIII: Confronti tra rango delle regioni nel caso di medie semplici e ponderate per lo stock e per la superficie

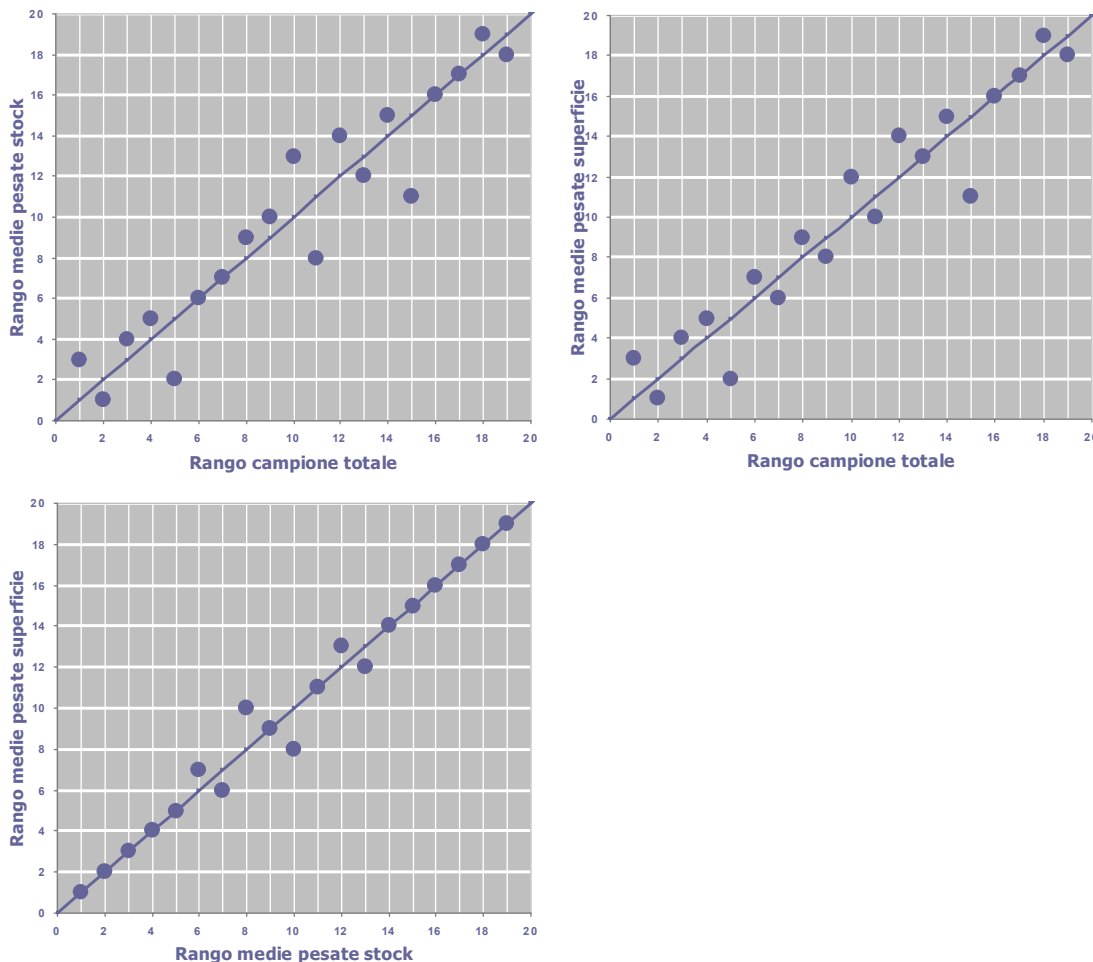
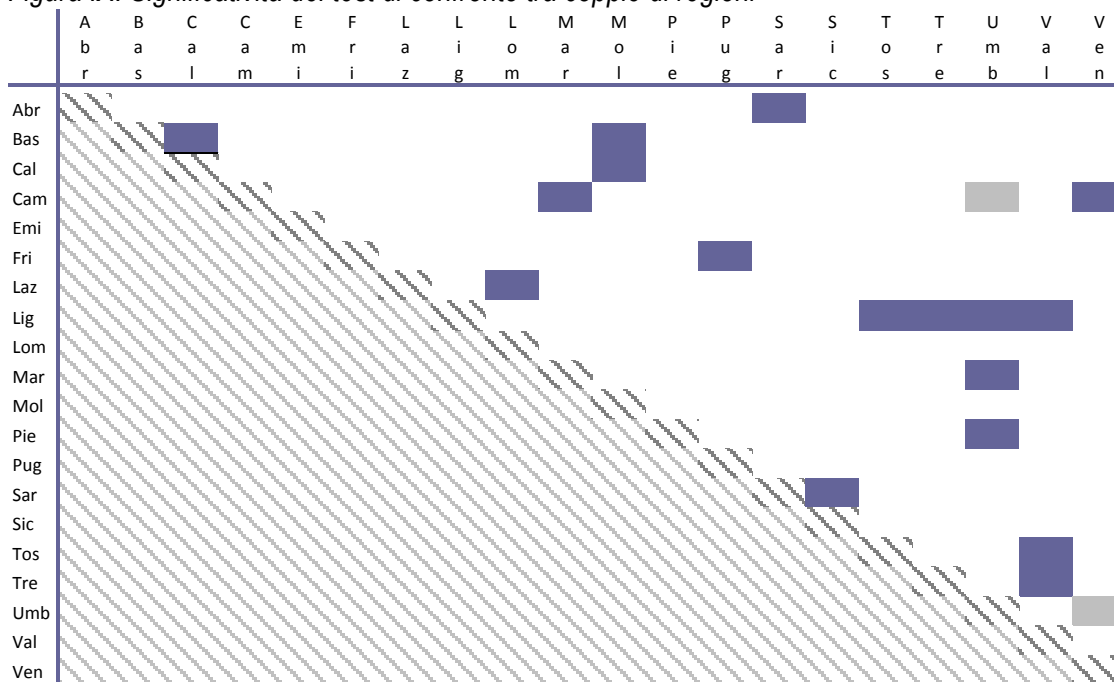


Figura IX: Significatività del test di confronto tra coppie di regioni



* Si omettono i risultati al di sotto della diagonale in quanto simmetrici a quelli riportati al di sopra della diagonale. Le celle bianche indicano rifiuto dell'ipotesi nulla ($p\text{-value} < 0,01$), mentre quelle in grigio indicano accettazione con $0,01 < p\text{-value} < 0,1$ e infine le celle viola indicano accettazione dell'ipotesi nulla con $p\text{-value} > 0,1$.

Bibliografia

Agenzia del Territorio (2008). *Manuale della banca dati dell'osservatorio del mercato immobiliare*. (pag. 59). Disponibile sul sito www.agenziaterritorio.it

Agenzia del Territorio (2005). *Rapporto immobiliare 2005*. Disponibile sul sito www.agenziaterritorio.it

Agenzia del Territorio (2010). *Statistiche Catastali. Catasto Edilizio Urbano*. Disponibile sul sito www.agenziaterritorio.it

Anderson, M.J. (2001 a). *A new method for non-parametric multivariate analysis of variance*. *Austral Ecology* 26: 32 - 46.

Camagni R. (1993). *Principi di economia urbana e territoriale*, Carocci editore

Conover, William J., Johnson, Mark E., and Johnson, Myrle M. (1981). *A comparative study of tests for homogeneity of variances, with applications to the outer continental shelf bidding data*. *Technometrics* 23, 351–361.

Dipartimento delle Finanze e Agenzia del Territorio (2010). *Gli Immobili in Italia. Distribuzione del patrimonio e dei redditi dei proprietari*. Disponibile sul sito www.agenziaterritorio.it

Iglewicz, B. and Hoaglin, D. C. (1993). *How to Detect and Handle Outliers*, *American Society for Quality Control*, Milwaukee, WI.

ISTAT (2010). *L'abitazione delle famiglie residenti in Italia*.

Jarque, C. M., Bera, A. K. (1980). *Efficient tests for normality, homoscedasticity and serial independence of regression residuals*. *Economics Letters* 6, 255–259. Available at <http://ideas.repec.org/a/eee/ecolet/v6y1980i3p255-259.html>.

Poggio T. (2009), "Le principali dimensioni della disuguaglianza abitativa", in Andrea Brandolini, Chiara Saraceno e Antonio Schizzerotto (eds.), *Dimensioni della disuguaglianza in Italia: povertà, abitazione, salute*, Bologna, il Mulino.

Schwarz G (1978). "Estimating the Dimension of a Model." *The Annals of Statistics*, 6, 461–464.

Sen, Amartya K. 2004. "From Income Inequality to Economic Inequality," in C. Michael Henry (ed.) *Race, Poverty, and Domestic Policy*, pp. 59–82, New Haven and London: Yale University Press.

Sen, Amartya. *Development as Freedom*. New York: Anchor, 2000. 1–53. Print.

Thorndike, Robert L. (1953). "Who Belong in the Family?". *Psychometrika* 18 (4).

Commenti e riflessioni

I Quaderni dell'Osservatorio hanno l'obiettivo di promuovere la circolazione di notizie e riflessioni inerenti il mercato immobiliare, tentando anche di interpretare i dati stilati dall'Osservatorio del Mercato Immobiliare dell'Agenzia del Territorio. Per farlo, in Commenti e riflessioni, si offrono spazi a contributi di esperti interni ed esterni che, pur essendo approvati dalla redazione, riportano le opinioni e le convinzioni degli autori e non impegnano, in alcun modo, la responsabilità dell'Agenzia del Territorio e dell'Omi

«Equilibri» nel mercato delle abitazioni in Italia

di Gianni Guerrieri

Il tema di questa breve riflessione deriva dalla constatazione che in Italia, a differenza di altri paesi, nel mercato immobiliare a destinazione residenziale la crisi del settore non si è manifestata con una caduta dei prezzi e delle quantità scambiate, ma, almeno nel biennio 2008-2009, solo con una accentuata caduta delle transazioni. Infatti, dal I semestre 2006, quando si raggiunse il picco delle compravendite, alla fine del 2009 i volumi di scambio sono scesi del 27,7%. Nello stesso periodo i prezzi non solo non sono scesi, ma sono cresciuti del 10,6%, un tasso superiore a quello dell'inflazione (i prezzi al consumo sono cresciuti di circa il 6,6% nello stesso periodo). Solo nel 2009-2010 l'Osservatorio del mercato immobiliare dell'Agenzia del Territorio registra una lieve riduzione.

Il FMI¹ nel 2008, sulla base di un modello di crescita ritardata applicato a diversi paesi, ha stimato per ciascuno l'entità della crescita dei prezzi delle abitazioni non spiegata dalle variabili utilizzate nel modello medesimo (tasso di crescita del reddito disponibile pro-capite, età della popolazione attiva, tassi di interesse a breve e lungo termine, costo del credito e della liquidità). La parte di aumento non spiegata dalle variabili esaminate è assunta quale stima della misura della possibile potenziale correzione dei prezzi che si dovrebbe avere nel futuro per riportare il tasso di crescita dei prezzi a quello previsto dai «fondamentali». Ovviamente in parte questo *gap* incorpora in realtà effetti non spiegati dovuti anche a variabili omesse. In ogni caso, per l'Italia il FMI registrava un aumento dei prezzi non giustificato dai «fondamentali» attorno al 10,2%, pronosticando una possibile correzione dei prezzi di questa entità nei prossimi 2-4 anni.

Questa evidenza tuttavia non sembra riscontrarsi, in quanto non sembra in atto una riduzione dei prezzi dell'entità prevista dal FMI. In realtà, dal punto di vista teorico, il fenomeno non è qualcosa di inspiegabile. In molti mercati, in dipendenza di forme di mercato non concorrenziali, gli aggiustamenti dell'offerta rispetto a variazioni esogene della domanda, non agiscono dal lato dei prezzi, ma mediante riduzioni delle quantità. Un caso di scuola, nell'ambito dell'approccio teorico della cosiddetta «sintesi neoclassica» del pensiero keynesiano, è quello delle «rigidità dei salari verso il basso», ovvero al di sotto di certi salari non si accetta la disutilità che il lavoro comporta.

Al riguardo, si deve tener conto che nel mercato delle abitazioni (ma anche in altri settori immobiliari) non è offerta sul mercato solo la produzione corrente. La prevalenza dell'offerta di nuova produzione si ha nei territori non urbanizzati. In Italia, e in gran parte dei paesi sviluppati, i territori sono ormai fortemente edificati e quindi nel mercato delle abitazioni è offerta soprattutto produzione realizzata in periodi antecedenti. Ne consegue che i prezzi non sono particolarmente sensibili ai vincoli dei costi di produzione e dei margini di profitto delle imprese produttrici. Peraltro, lo stesso sviluppo tecnologico, che nella produzione di altri beni influenza significativamente il prezzo sul mercato, nel settore delle costruzioni (a parte la produzione realizzata in zone geologiche particolari) non influenza in modo profondo il sistema dei prezzi, in quanto, appunto, l'innovazione è realizzata sul *nuovo*, mentre il prezzo di mercato è fortemente condizionato dall'*usato*. In definitiva, il prezzo di mercato deriva per gran parte dallo stato manutentivo generale dell'abitazione e del fabbricato in cui è inserita, nonché dalla posizione geografica in cui è ubicata l'abitazione per gli effetti derivanti sia dalla vicinanza o meno rispetto alle centralità della città, sia per il livello di «benessere civile» della zona circostante (presenza di verde, facilità di parcheggio, presenza di servizi di trasporto pubblico, presenza di attività di servizi e commercio, presenza di scuole, livelli di criminalità diffusa, ecc..) In altri termini, è la rendita di posizione che influenza in modo particolare il prezzo del bene.

Si può comunque condividere l'affermazione di J. Tobin, secondo cui: «*I prezzi del nuovo e dell'usato possono divergere significativamente per estesi periodi di tempo, e le valutazioni degli assets esistenti sono più volatili rispetto ai costi o ai prezzi dei beni corrispondenti di nuova produzione. Un incremento nel valore di mercato delle abitazioni relativamente al loro costo di costruzione incoraggerà la costruzione di nuove abitazioni.*»

¹ FMI, *World Economic Outlook*, aprile 2008

L'incentivo è il guadagno che può essere ottenuto dall'eccesso del prezzo di mercato sul costo di rimpiazzo»²
Nel lungo periodo, secondo Tobin, l'incremento dello stock porta il valore di mercato in linea con il costo di sostituzione abbassando il primo o accrescendo il secondo.

Quanto più prevale il mercato dell'usato tanto più è questo segmento a determinare il prezzo e quindi tanto meno influiranno i vincoli dei costi di ricostruzione. In definitiva, il livello dei prezzi si determina sul mercato delle abitazioni già esistenti ed influenza l'offerta delle nuove abitazioni.

L'esistenza di un mercato dell'usato, tuttavia, di per sé, non implica alcuna particolare necessità di supporre rigidità dei prezzi verso il basso allorché si determina una contrazione della domanda di abitazioni. Per comprendere meglio i meccanismi del mercato delle abitazioni, occorre allora procedere ad una analisi di maggior dettaglio.

Anzitutto, ipotizziamo uno schema in cui la domanda di abitazioni è generata soltanto da individui o da famiglie che non possiedono una casa di proprietà, oppure che la possiedono ma intendono cambiarla acquistandone una più aderente alle proprie esigenze e vendendo l'attuale proprietà. Nel secondo caso, quindi, il medesimo soggetto è al tempo stesso potenziale acquirente e potenziale venditore. La filiera di questi potenziali soggetti acquirenti/venditori genera quello che potremmo definire, il «mercato della permuta».

Entro questa ipotesi, avremo un mercato costituito dal soggetto acquirente che non ha proprietà da vendere, dai soggetti che operano permuta e da soggetti venditori che non devono acquistare. Supponiamo, ancora, che questi ultimi siano soltanto i produttori di nuove abitazioni (le imprese di costruzione). Inoltre, poiché per ipotesi coloro che operano permuta sono strettamente vincolati al binomio acquisto/vendita, ne deriva che, per definizione, il saldo netto delle unità immobiliari scambiate nel mercato delle permuta è pari a «zero». Infatti, ogni potenziale acquirente/venditore deve riuscire a vendere e ad acquistare. Se non vi riesce, semplicemente non esegue alcuna transazione e rimane dove è. Pertanto ogni singola unità immobiliare di proprietà di questi soggetti o è collocata o esce dal mercato. Ovviamente il «saldo netto zero» non significa che non vi siano triangolazioni tra mercato delle permuta, nuovi acquirenti e nuove abitazioni offerte. Queste triangolazioni, tuttavia, generano necessariamente un risultato per cui la domanda e l'offerta sul mercato delle permuta si annulla, in quanto chi potrebbe vendere ma non riesce ad acquistare e chi al contrario potrebbe acquistare ma non riesce a vendere esce dal mercato e rimane nella propria abitazione. Ne consegue che la nuova domanda di spazi abitativi deve essere soddisfatta dalla produzione corrente di nuove residenze.

In questo mondo stilizzato, il prezzo di mercato delle abitazioni risente sostanzialmente dei rapporti tra la domanda espressa da soggetti che non possiedono casa in proprietà e l'offerta di nuove abitazioni. Gli squilibri possono generarsi per una domanda o per un'offerta in eccesso, per *lag* temporali squilibrati tra domanda e tempo necessario alla realizzazione di nuove abitazioni, da costi di produzione che comportano prezzi in eccesso rispetto alla domanda effettiva (quindi una parte di domanda può non risultare soddisfatta). Insomma, i classici movimenti dei prezzi in funzione del gioco tra domanda e offerta corrente.

In tale contesto, è ragionevole che il modello *à la Tobin* rappresenti il funzionamento, stilizzato, della realtà, con il risultato che è ammissibile nel *lungo periodo* il riequilibrio tra domanda e offerta.

Tuttavia, nella realtà, sul mercato dell'*usato* si riversa anche un'offerta non correlata alla necessità di acquistare una nuova abitazione da parte dell'offerente. Si tratta dell'offerta di spazi abitativi inutilizzati, analoghi alla capacità produttiva inutilizzata degli impianti industriali.

In generale, possono esservi diverse ragioni per la formazione di spazi abitativi inutilizzati, che dipendono dal grado di concentrazione della ricchezza, dalle dinamiche storiche della produzione di spazi abitativi, degli andamenti demografici e dalle dinamiche socio-economiche delle famiglie.

In particolare, nel nostro modello stilizzato prima descritto, la formazione, per un dato periodo di tempo, di uno spazio abitativo inutilizzato, può determinarsi introducendo l'ulteriore ipotesi che i soggetti, operanti nel mercato della permuta, possono soddisfare il vincolo di bilancio per l'acquisto di una abitazione (adatta alla loro esigenze) anche senza la vendita della abitazione finora utilizzata (perché per esempio non riescono a trovare un'acquirente al prezzo da loro ritenuto congruo). Il modo con cui tali soggetti riescono a soddisfare il vincolo di bilancio può essere dato dalla utilizzazione di capitale di debito (mutui bancari) o dall'utilizzo di risparmio

² J. Tobin e W.C. Brainard *Asset Markets and the Cost of Capital*, in *Economic Progress: Private Values and Public Policy*, a cura di R. Nelson e B. Balassa, Amsterdam, North-Holland, 1977; traduzione nostra.

monetario-finanziario accumulato (o da una imprevista vincita!). Il risultato è che, rispetto al modello precedente, questi soggetti riuscendo a migliorare il vincolo di bilancio, anziché uscire dal mercato, acquistano l'unità residenziale desiderata, mantenendo la proprietà dell'abitazione preesistente. Si genera così uno spazio abitativo inutilizzato che lo sarà fintanto che non troverà un acquirente o un locatario.

Questo meccanismo, peraltro, è quello mediante cui le famiglie acquistano la "seconda casa" per le vacanze, che, di fatto, genera una nuova domanda ma da parte di un soggetto che ha già la proprietà di una abitazione; tale acquisto genera uno spazio abitativo inutilizzato per larga parte del tempo.

L'esistenza degli spazi abitativi inutilizzati hanno un ruolo importante nel determinare il livello dei prezzi e l'equilibrio tra domanda e offerta nel mercato delle abitazioni in Italia.

Dalla statistiche elaborate da Agenzia del territorio e Dipartimento delle Finanze del Ministero dell'economia e delle Finanze³ sulle modalità di utilizzo degli immobili e, in particolare, delle abitazioni di proprietà di persone fisiche, si evince che il 76,5% circa di abitazioni sono utilizzate (abitazione principale, abitazioni affittate e comodato d'uso gratuito), che per circa il 3,5% non è possibile determinarne l'utilizzo e che vi sono poi il 14,7% di abitazioni (in assoluto circa 4,4 milioni di unità immobiliari) dichiarate «a disposizione», prive cioè di un utilizzo continuo e permanente, ed un ulteriore 5,3% che nella dichiarazione fiscale sono indicate per gran parte con un codice residuo⁴. Anche considerando soltanto le abitazioni dichiarate «a disposizione», la loro numerosità è superiore a ben 5 volte il numero di abitazioni compravendute al momento del picco positivo del mercato immobiliare (2006). E' dunque assolutamente plausibile che una frazione di questo *stock* di abitazioni «a disposizione», costituendo uno spazio inutilizzato, rappresenti una potenziale "offerta di riserva" che si presenta sul mercato (ed esce dal mercato) a seconda delle opportunità di guadagno in conto capitale.

Una particolare ragione per cui in Italia sussistono significativi spazi abitativi inutilizzati, è da porre in relazione ad alcune specificità del mercato residenziale. In effetti, l'investimento in abitazioni non offre un rendimento netto particolarmente elevato, soprattutto se si tiene conto dei rischi connessi alla morosità e alla pronta disponibilità del bene alla scadenza dei contratti, rispetto a quello offerto da altre forme di investimento a parità di rendimento netto.

Quel che induce a mantenere spazi abitativi inutilizzati, oltre al valore d'uso in taluni casi (abitazione per vacanza), non è solo o forse non lo è affatto il potenziale rendimento netto corrente acquisibile ponendo in locazione il bene, ma l'«*aspettativa*» di plusvalenze significativamente apprezzabili. In particolare, si può ipotizzare che l'*aspettativa minima* sia quella di una plusvalenza di entità tale da garantire la piena copertura inflazionistica del capitale investito⁵.

Il grafico 1 mostra l'andamento nel tempo dei numeri indice di prezzi reali delle abitazioni (al netto dell'inflazione dei prezzi al consumo), i canoni di locazione anch'essi in termini reali e il numero di compravendite di abitazioni. Si può osservare che vi sono stati anni in cui i prezzi reali sono diminuiti rispetto a punte di picco (tra il 1982 ed il 1985 e tra il 1992 ed il 1998), ma la tendenza di *lungo periodo* conferma la capacità del valore delle abitazioni di mantenersi al riparo della perdita di potere d'acquisto derivante dall'inflazione.

In ogni caso, si potrebbe aggiungere, che se anche ciò non fosse empiricamente provato (ma sembrerebbe esserlo), quel che conta è la *credenza* di gran parte della popolazione italiana che vede storicamente nell'investimento immobiliare diretto, un rifugio sicuro e di lungo periodo per i propri risparmi⁶.

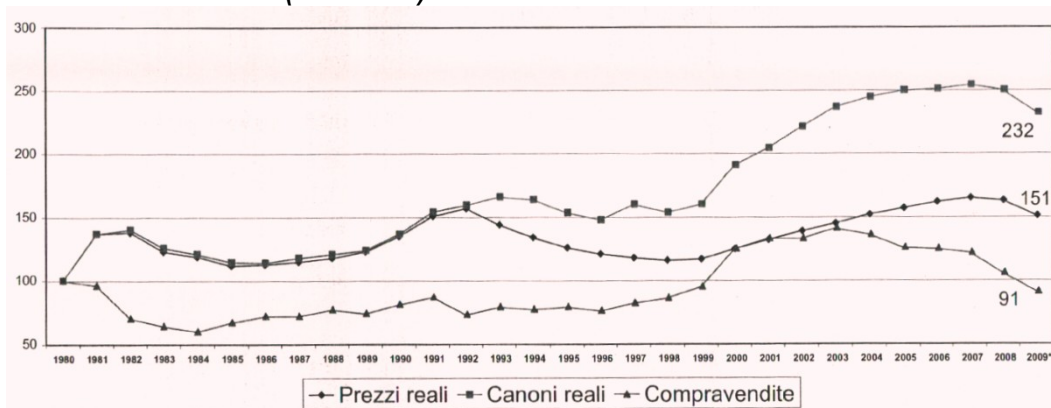
³ Agenzia del territorio, Dipartimento delle Finanze, Sogei (a cura di), «Gli immobili in Italia», Roma, 2011, presentato a Roma al Convegno «Gli immobili in Italia 2011» il 18 luglio 2011. <http://www.agenziaterritorio.gov.it/index.htm?id=9461>

⁴ Nel quadro RB della dichiarazione di UNICO alla colonna di utilizzo, il codice 9 indica: «L'immobile non rientra in nessuno dei casi precedenti».

⁵ Si può ipotizzare che il livello minimo della plusvalenza deve anche coprire il costo fiscale del mantenimento dell'immobile. I costi di gestione e di manutenzione rappresentano una variabile chiave, invece, per determinare o meno la messa in uso. Alti costi di manutenzione e di gestione esigono una copertura mediante reddito corrente. Tuttavia, a questo fine si preferisce spesso utilizzare contratti non regolari e fuori mercato, non solo per evadere le imposte, ma anche per garantirsi un più facile ritorno alla piena disponibilità del bene per la vendita in modo da realizzare la plusvalenza attesa.

⁶ In parte questa «credenza» si può spiegare con la particolare caratteristica dell'abitazione di essere nel contempo un consumo corrente del bene «spazio edificato» ed un investimento di capitale. Questa fungibilità accresce in termini di valor d'uso la convenienza all'investimento in abitazioni.

Grafico 1: andamento dei prezzi medi reali, dei canoni medi reali e delle compravendite del settore residenziale in Italia (1980 = 100)



Fonte: Scenari immobiliari

L'esistenza di spazi abitativi inutilizzati forma quindi un'«offerta di riserva» che, accanto alla nuova produzione di abitazioni, si pone sul mercato e soddisfa la domanda in funzione delle aspettative delle plusvalenze maturate. Tuttavia, il rapporto tra la curva di questa «offerta di riserva» e quella dei prezzi, non risponde alle stesse logiche che governa la curva di offerta della nuova produzione.

Anzitutto, questa «offerta di riserva» si propone sul mercato non quando i prezzi superano i costi di sostituzione, bensì quando i prezzi raggiungono i livelli *attesi* di plusvalenza. Si è già detto che il livello minimo di plusvalenza attesa deve situarsi al punto di equilibrio rispetto alla copertura inflazionistica dell'investimento iniziale. In altri termini,

$$p_t^* = p_0(1+i)^n$$

dove:

p_t^* = prezzo atteso al tempo t corrente;

p_0 = prezzo iniziale al tempo 0;

i = tasso inflazione medio annuo dei prezzi al consumo;

n = numero di anni tra il momento dell'acquisto ed il tempo t corrente.

Ovviamente la quantità di offerta di riserva che si propone sul mercato è funzione crescente della differenza tra p_t^* e p_0 . E' evidente, peraltro, che il livello di prezzo atteso è diverso da proprietario a proprietario.

La condizione di esistenza di questa «offerta di riserva» è comunque connessa, in generale e a livello di singolo soggetto, alle condizioni complessive del mercato finanziario, nonché alle condizioni soggettive inerenti le possibilità di mantenere illiquido nel tempo un ammontare di capitale significativo. Le prime, influenzano le scelte in relazione al costo-opportunità rispetto ad immobilizzazioni alternative. Le seconde, possono anche derivare dalle condizioni macroeconomiche generali (occupazione e reddito) e non solo, ovviamente, da condizioni puramente soggettive (la necessità di rendere liquido il patrimonio per far fronte ai costi derivanti da imprevisti). In entrambi i casi le condizioni necessarie per l'esistenza di una curva di «offerta di riserva» vengono meno. Infatti, le condizioni sopradette comportano la necessità di rendere liquido il capitale. In tal caso il prezzo di offerta non sarà funzione di p_t^* (in effetti, in questa situazione, il p_t effettivo a cui si vende può generare anche una *minusvalenza*).

Il ruolo dell'«offerta di riserva» è quello di generare l'attenuamento nei profili temporali dell'adeguamento dei prezzi e amplificare le variazioni delle quantità scambiate.

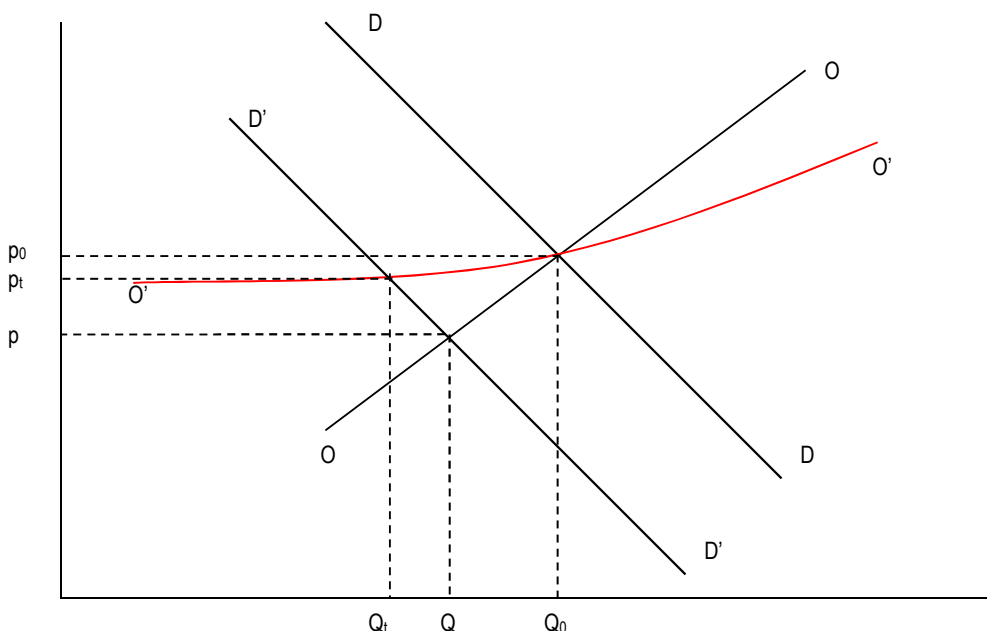
Il meccanismo di funzionamento dell'«offerta di riserva» può sintetizzarsi nei successivi punti.

- A) In presenza di una domanda di abitazioni crescente (le cui cause possono essere diverse: crescita demografica, crescita dei nuclei familiari, crescita del reddito, riduzione dei tassi di interesse sui mutui ecc.) si determina uno stimolo alla crescita dei prezzi a causa in particolare dei tempi con cui la

produzione realizza le nuove abitazioni (costi di aggiustamento à *la Jorgenson*⁷). Questo aumento dei prezzi porta con sé l'incentivo sia a costruire nuove abitazioni (à *la Tobin*), sia a *scongela* l'«offerta di riserva» che colma il *lag* temporale dovuto al periodo necessario alla nuova produzione⁸.

- B) Il movimento ascendente dei prezzi, dovuto alla crescita della domanda è quindi accompagnato da una quantità di offerta via via crescente di abitazioni grazie alla «offerta di riserva» e alla nuova produzione. Tuttavia, l'«offerta di riserva» ha la capacità di mantenere alte le quotazioni perché non ha difficoltà ad attendere il tempo necessario alla vendita e perché, nel caso non incontri la domanda al *prezzo atteso*, può ritornare «in riserva» uscendo dal mercato.
- C) Il movimento ascendente di domanda e prezzi trova tuttavia il suo limite nelle condizioni della domanda effettiva: oltre certi livelli di prezzi la domanda inevitabilmente decade in quanto i vantaggi di alcune variabili (in particolare dei tassi di interesse) si riducono al crescere dei prezzi. Si giunge così ad un punto di stabilità.
- D) Alla contrazione della domanda non segue una riduzione immediata dei prezzi. Per un certo periodo ciò è del tutto fisiologico, in quanto potrebbe trattarsi di un mero ritardo temporale causato, con riferimento al mercato delle nuove costruzioni, dal fatto che le imprese allungano i tempi di vendita, per quanto possibile dal punto di vista economico-finanziario, prima di ribassare i prezzi per andare incontro alla domanda. Tuttavia, oltre a questo mero ritardo nell'aggiustamento dei prezzi, «l'offerta di riserva» può attenuare questo tipo di aggiustamento. Da un lato, permanendo sul mercato con i prezzi di offerta connessi ai livelli attesi di plusvalenza, non avendo necessità di concludere i contratti nel breve termine; dall'altra parte, riducendo l'eccesso di offerta (che causa la flessione dei prezzi), in quanto piuttosto che accettare una riduzione del prezzo atteso, esce dal mercato. Sicché la riduzione dell'offerta, a parità dei prezzi, accentua la caduta della domanda.
- E) Il grafico 2 stilizza le dinamiche qui indicate.

Grafico 2: modello stilizzato di domanda e offerta di abitazioni in Italia



La curva di offerta effettiva sul mercato sarà dunque una combinazione delle curve OO e O'O'.

⁷ Jorgenson, D. W. (1963), «*Capital Theory and Investment Behaviour*» American Economic Review 53, 47-56.

⁸ Anche sul fronte della nuova produzione, in realtà, si assiste allo scongelamento di offerta di riserva, con riferimento alle aree, allorché si costruisce su aree già da tempo acquisite.

Supponiamo che il punto di equilibrio sia P_0Q_0 . Supponiamo poi che fattori esogeni portino ad una contrazione della domanda e quindi ad uno slittamento a sinistra della curva di domanda (da DD a D'D'). Il punto di equilibrio non sarà però a PQ, come accadrebbe se si avesse una curva d'offerta «normale». E' probabile che il punto di equilibrio si sposti, a causa del *congelamento* dell'offerta di riserva (ritiro dal mercato), al livello P_tQ_t . In altri termini, i prezzi si riducono poco o nulla ed in compenso le quantità scambiate si contraggono in misura maggiore di quello che sarebbe altrimenti possibile qualora anche i prezzi flettessero verso il basso.

- F) Il punto di gravitazione entro cui tenderà nel lungo periodo il prezzo di mercato dipende dalle condizioni della domanda e dalla composizione dell'offerta. Quest'ultima, in estrema sintesi, si suddivide tra quella che ha *necessità* di rendere liquido il patrimonio e quella che non ha necessità, con tutta la graduazione intermedia possibile. La funzione di contenimento delle oscillazioni dei prezzi della «offerta di riserva», non è ovviamente indipendente dalla sua entità ed è comunque connessa alle sue condizioni di esistenza. Se, come discusso in precedenza, mutano le condizioni soggettive a causa di un quadro macroeconomico fortemente negativo, è del tutto logico attendersi l'assottigliarsi di tale componente dell'offerta di abitazioni. In altri termini, se le condizioni macroeconomiche sono tali da esigere la liquidità del risparmio accumulato, non vi è dubbio che «l'offerta di riserva» muta la sua natura e non sarà più correlata al «prezzo necessario per la copertura inflazionistica» e, conseguentemente, potrà aver luogo, nel caso discusso, una flessibilità dei prezzi verso il basso (in altri termini cessa, anche repentinamente, la funzione «stabilizzatrice» che abbiamo indicato per l'«offerta di riserva»).

Questo schema di funzionamento del mercato delle abitazioni, seppure largamente *in fieri*, può interpretare ciò che è accaduto in Italia nell'ultimo decennio. Dal 1998 al 2006 si è assistito nel nostro paese ad un *boom* delle compravendite delle abitazioni, sebbene in presenza di un aumento dei prezzi particolarmente elevato. Nel 2007 l'effetto combinato di un rialzo dei tassi di interesse e di livelli di prezzi elevati produce una prima riduzione della domanda. Su questa prima riduzione della domanda si innesta l'effetto della crisi economica - finanziaria del 2008, che porta con sé un vero e proprio crollo della domanda di abitazioni (nel biennio 2008-2009 si registra un -25% di abitazioni compravendute). A fronte di questa contrazione, la quotazione media nazionale aumenta del 3,8% nel 2008 rispetto al 2007, e si riduce del -0,5% nel 2010 rispetto al 2008 sulla base dei dati pubblicati dall'Osservatorio del mercato immobiliare dell'Agenzia del Territorio (ovviamente con ampie differenze territoriali).

Concludendo, si ritiene che l'esistenza dell'«offerta di riserva» svolge un ruolo di «stabilizzatore» dei prezzi nelle fasi cicliche del mercato. Tale meccanismo potrebbe spiegare la fase di crisi del mercato residenziale in Italia, caratterizzata, appunto, nel periodo 2008-2011 da una caduta delle compravendite e da una sostanziale stabilità dei prezzi.

Il mercato immobiliare residenziale nei comuni turistici italiani

di Caterina Andreussi e Isidora Barbaccia

1 Introduzione

L'analisi dell'evoluzione del mercato immobiliare delle città turistiche si inserisce nell'ambito della letteratura sull'economia urbana immobiliare. La questione delle seconde case fa parte di un quadro di riferimento più ampio, relativo al settore del turismo, ai comportamenti dei turisti e, più in generale, alle tendenze insediative ed economiche che interessano i comuni turistici italiani. Nell'ambito dell'offerta di strutture atte allo svolgimento dell'attività turistica è possibile distinguere due categorie: gli alloggi turistici a uso pubblico e collettivo (suddivisi in alberghi ed esercizi assimilati, alloggi specializzati, campeggi) ed altri esercizi ad uso pubblico (abitazioni in proprietà utilizzate per le vacanze, camere in case private affittate a turisti, abitazioni in affitto cedute dai privati o da agenzie turistiche, a turisti, abitazioni di parenti ed amici cedute a titolo gratuito).

Garofoli (1991), nel descrivere le aree turistiche italiane dominate dalla presenza di seconde case, individua i seguenti caratteri prevalenti dei modelli locali di sviluppo: una bassa quota di occupazione esplicitamente assorbita dal settore turistico; una notevole diffusione di pluriattività e plurireddito familiari; la rilevanza dell'attività edilizia, ruolo pervasivo della rendita fondiaria, l'integrazione di reddito con attività di tipo agricolo e commerciale; un carattere prevalentemente stagionale e instabile delle attività collaterali; uno sviluppo edilizio consistente accompagnato spesso da notevoli carenze infrastrutturali e di servizi; un progressivo degrado ambientale. I modelli locali di sviluppo turistico, nella tipologia proposta da Garofoli, hanno una correlazione diretta con le tipologie ricettive prevalenti. I benefici economici sarebbero in relazione con la prevalenza dell'uno o dell'altro tipo: *«tanto più positivi quanto più numerosi sono gli esercizi alberghieri e tanto meno positivi quanto maggiore risulta la presenza di seconde case»* (Politi, Pregher, 1991).

Per approfondire lo studio delle residenze secondarie turistiche è utile provare a comprendere quale definizione viene attribuita a tale espressione nella letteratura internazionale. La definizione di ciò che costituisce una seconda casa o una casa vacanza è, infatti, considerata un dilemma in letteratura (Wallace *et al.*, 2005). Tale questione impedisce comparazioni tra studi differenti. Nella rassegna di Wallace *et al.* (2005), gli autori compiono una ricognizione della letteratura e mostrano svariate definizioni. Alcune escludono alloggi che potrebbero essere definiti temporanei. Inoltre, nonostante diversi studi pongano una distinzione tra seconde case e case vacanze, è ravvisabile una difficoltà a tracciare questa diversificazione in pratica. È stato riconosciuto, inoltre, che una mancanza di dati statistici effettivi sulle seconde case costituisca una questione territoriale che riguarda diversi contesti sia nazionali che internazionali e che costituisce un nodo cruciale per una ricerca e una valutazione sul fenomeno (Armondi, 2010).

Il presente studio propone un contributo per l'analisi del settore turistico, utilizzando le informazioni sul mercato della compravendita delle abitazioni. In tal modo si cerca di supplire alla scarsità d'informazioni sul mercato residenziale con riferimento ai comuni "turistici" per i quali, si propone una nuova metodologia d'individuazione, da affiancare a quella ufficiale fornita dall'Istat. Infatti, la definizione di comune "turistico", solitamente adottata, si basa su indicatori della capacità ricettiva, intesa essenzialmente come presenze alberghiere o assimilabili; tale metodologia non coglie in modo esaustivo la ricettività delle seconde case, in particolare di quelle utilizzate dai proprietari immobiliari. Per tener conto della particolare tipologia di comuni si è ritenuto valido affiancare alle tradizionali misure un altro indicatore: la capacità ricettiva comunale, ovvero la capacità di attrazione di investimenti in abitazioni da parte di residenti in comuni diversi da quello di acquisto (mercato extra-comunale). Il contributo che ci si propone di dare consiste nell'individuare le aree a caratterizzazione turistica che sfuggono alle misure ufficiali preposte a questo scopo e nel proporre uno studio descrittivo delle diversificazioni regionali attraverso diverse caratteristiche, quali il valore patrimoniale degli immobili situati nei cosiddetti "comuni turistici", i capitali richiesti e la provenienza degli acquirenti di tali immobili, al fine di definire un quadro più chiaro del mercato di abitazioni per uso turistico differenziando per area territoriale e tipologia di immobili.

Il lavoro è organizzato come segue: nel paragrafo 2 viene presentata la base dati e la metodologia utilizzata per costruirla. Nel paragrafo 3 vengono presentate le variabili economiche che caratterizzano i comuni turistici. Nel paragrafo 4 si propone un confronto regionale e le principali dinamiche evolutive delle aree turistiche. Nel paragrafo 5 si presentano le conclusioni e si propongono ulteriori approfondimenti dell'argomento.

2 Presentazione della base dati

La raccolta dei dati e delle informazioni disponibili è finalizzata alla possibilità di valutare la questione delle seconde case, all'interno di un quadro di riferimento che coinvolge gli aspetti dell'attività turistica in generale, delle dinamiche insediative e di sviluppo economico e sociale del territorio turistico nazionale. L'attività di ricerca nella sua prima fase è diretta all'individuazione e localizzazione dei comuni turistici con l'obiettivo di stimare la dimensione quantitativa della distribuzione e della qualità territoriale di una potenziale offerta di alloggi turistici, quindi del potenziale ricettivo costituito dalle seconde case.

Allo scopo di ottenere una nuova metodologia di individuazione dei comuni turistici, più aderente alle esigenze dell'analisi del mercato immobiliare, proponiamo una metodologia nuova, basata sul numero di transazioni di unità immobiliari "normalizzate" (NTN¹) che tenga conto della capacità di attrazione di investimenti in abitazioni da parte di residenti in comuni diversi da quello di acquisto (mercato extra-comunale).

Da un punto di vista metodologico, l'analisi parte dal database dell'Agenzia del Territorio che comprende gli 8.096 comuni italiani. Viene stimata per ciascun comune la quota di abitazioni acquistate da soggetti non residenti nel comune ove è ubicata l'abitazione acquistata, dunque a questi comuni viene applicato un criterio di selezione basato sulla quota di NTN del mercato extracomunale² (IMM). Sono selezionati solo quei comuni con una quota di mercato extracomunale pesa almeno un terzo sul totale delle compravendite ed ha una dimensione minima di 25 abitazioni acquistate annue. Dalla analisi sono stati esclusi i comuni capoluogo.

In altri termini, un comune è definito potenzialmente turistico, secondo il criterio IMM, se nell'anno di riferimento 2007, vi sono state più di 25 abitazioni compravendute (misurate in termini di NTN) da parte di acquirenti residenti in un comune diverso rispetto a quello in cui è ubicata l'abitazione e in cui la quota di queste compravendite sul totale delle compravendite di abitazioni (mercato extracomunale) è maggiore del 33%.

Applicando questo criterio sono stati selezionati 942 comuni, che definiamo "IMM" dal nome del criterio di selezione, che riteniamo essere suscettibili di ulteriore approfondimento.

Dall'analisi riguardante la posizione geografica dei comuni IMM nelle diverse regioni italiane (Figura I), si nota che sono dislocati in quasi tutte le province italiane ed in particolare lungo le coste della penisola, con significative concentrazioni tra le province di Napoli, Salerno e Avellino, tra le province di Latina, Roma, Frosinone; tra le province di Pistoia, Bologna, Modena, Reggio Emilia e tra le province di Verona, Brescia, Bergamo, Milano, Lecco, Varese. Alla luce dei risultati ottenuti da questa prima analisi si nota che di questi 942 comuni circa la metà (458) sono anche definiti, a varia specificazione, comuni a vocazione turistica dall'Istat poi ulteriormente differenziati in Città di interesse storico e artistico, Località collinari, Località marine, Località lacuali, Località montane, Località religiose, Località termali. Infatti l'Istat sulla base della specializzazione prevalente definisce 82 SLL turistici dei quali fanno parte 584 comuni. Poiché 458 di questi ultimi sono inclusi tra i comuni turistici IMM ciò da sicura conferma della caratterizzazione turistica di tali comuni, mentre per quanto riguarda i rimanenti è stata approfondita la ricerca per trovare ulteriori conferme alla loro caratterizzazione turistica, eliminando tutti gli eventuali elementi che potrebbero fuorviare l'analisi.

¹Si definisce "Numero di Transazioni di unità immobiliari Normalizzate" il numero di compravendite di immobili. Le compravendite dei diritti di proprietà sono "normalizzate" relativamente a ciascuna unità immobiliare tenendo conto della quota di proprietà oggetto di transazione; ciò significa che se di una unità immobiliare è compravenduta una frazione di quota di proprietà, per esempio il 50%, essa non è contata come una transazione, ma come 0,5 transazioni.

² Si considerano le NTN effettuate da parte di residenti in comuni diversi da quello di acquisto, rappresentando la capacità comunale di attrazione di investimenti in abitazioni.

Figura I: Comuni turistici, criterio IMM



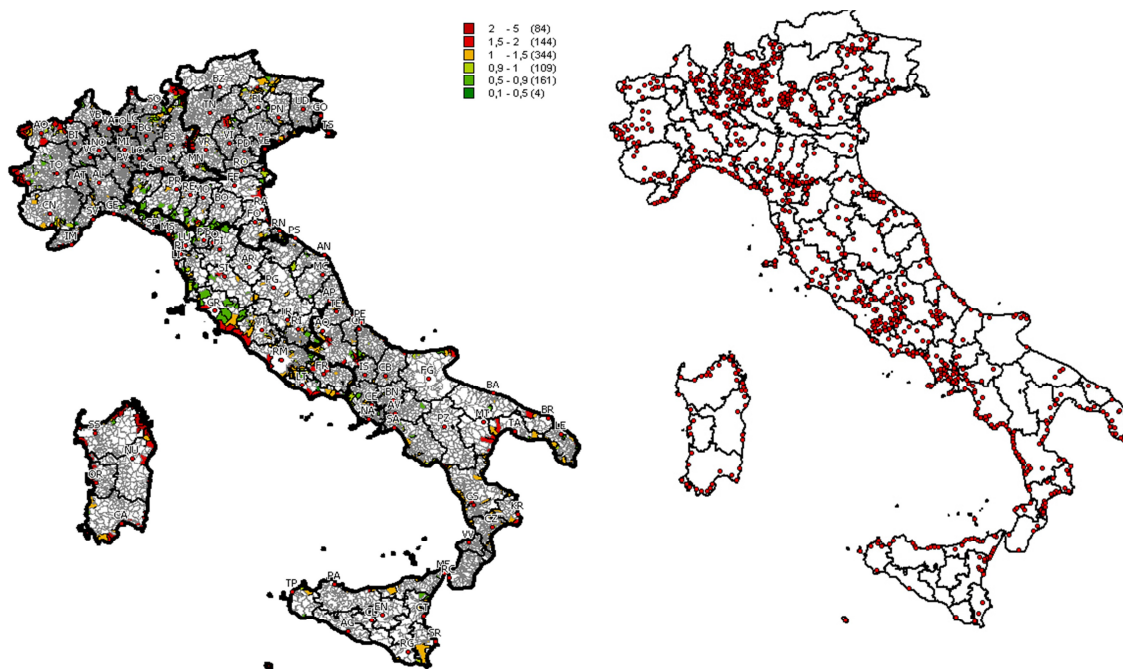
In primo luogo, è necessario effettuare un confronto tra tali comuni turistici e la mappa dei differenziali³ delle quotazioni immobiliari del 2010 (Figura II), per verificare se per ciascuno di essi risulti elevato il differenziale della quotazione comunale rispetto media provinciale. In particolare, Dal confronto tra le due mappe, quella delle quotazioni (a) e quella dei comuni turistici (b), si nota che la mappa dei differenziali indica in rosso e arancione tutti quei comuni che presentano delle quotazioni immobiliari notevolmente superiori alla media provinciale, che invece, è indicata in giallo. Al fine di avvalorare il criterio di definizione di comune turistico adottato, si registrano elevate quotazioni immobiliari nei comuni turistici. Il risultato atteso è che il livello dei prezzi delle abitazioni sia in diretta relazione con la quota di volume di scambio attivata da non residenti. L'ipotesi alla base del confronto è che un comune IMM, se turistico, possa essere apprezzato dal mercato immobiliare per tale sua vocazione, determinando una «rendita di posizione assoluta» che si configura in quotazioni immobiliari con un differenziale significativamente più elevato rispetto alla media provinciale.

Le attese sono ampiamente confermate per le località turistiche della Toscana e dell'Emilia, in quanto in queste aree il livello delle quotazioni è molto alto rispetto alla media.. Sono inoltre presenti alti differenziali di quotazioni nei comuni a confine tra le province di Brescia e Verona e coerentemente si segnalala presenza di comuni "turistici" IMM nella zona del lago di Garda.

Dalla mappa dei 942 comuni turistici appaiono numerosi comuni "turistici" IMM al confine tra le province di Bergamo, Brescia, Milano, Lecco e Sondrio. In questo caso ai comuni in questione corrispondono differenziali di quotazioni ampiamente superiori alla media provinciale. Ciò avvalora l'ipotesi che si tratti di comuni a "vocazione" turistica.

³ Il differenziale del valore medio è dato dal rapporto tra il valore medio comunale e il valore medio provinciale calcolato come media non pesata dei valori medi comunali.

Figura II: Differenziali delle quotazioni immobiliari (a) e comuni turistici(b)



Per evitare il caso che vengano definiti comuni turistici, secondo il criterio adottato, anche dei comuni che in realtà non lo sono, si è proceduto ad indagare sulla presenza di comuni che si trovano a confine tra due province limitrofe, cosa che potrebbe indurre ad una quota del mercato extracomunale significativa senza che ciò avvalorasse la tesi che si tratta di un comune turistico, potendosi ricercare altre cause.

Incrociando i dati dei comuni IMM, con quelli dei comuni confinanti, emerge che si tratta di 354 comuni. Restringendo il campo d'analisi a questi 354 comuni è stato verificato, in primo luogo, se la capacità ricettiva turistica alberghiera è elevata. In particolare, se l'indicatore della capacità ricettiva alberghiera (secondo la definizione ISTAT 2007) dato dal rapporto tra posti letto in alberghi o assimilabili in rapporto alla popolazione residente, è superiore a 0,3. (più di 300 posti letto per 1000 abitanti):

$$ICR = \sum (Ric_Alb_PL) / Pop\ Re\ s \quad (1)$$

I Comuni che presentano un valore dell'ICR maggiore della soglia scelta, possono considerarsi sicuramente turistici. Per i rimanenti 234 comuni (confinanti e con $ICR \leq 0,3$), è possibile che il mercato extracomunale, come sopra definito, sia movimentato per motivazioni differenti da quelle turistiche. Un ammontare pari a 60 di essi sono inseriti in distretti industriali e si è ritenuto opportuno eliminarli dall'analisi, data la spiccata diversa vocazione territoriale di questi comuni rispetto a quella turistica. Escludendo, dunque i suddetti comuni, facenti parte di distretti industriali, rimangono ulteriori 174 comuni che presentano le seguenti caratteristiche:

- 1) presentano un valore dell'indice IMM maggiore della soglia scelta,
- 2) sono comuni confinanti
- 3) presentano un indice ICR basso
- 4) non fanno parte di un distretto industriale

Nella Figura III notiamo che i comuni sono distribuiti soprattutto tra le province di Pistoia e Prato; inoltre nel sud del Lazio tra le province di Latina, Frosinone, Roma e Rieti.

Figura III: Comuni turistici (IMM) ma non caratterizzati da elevata ricettività alberghiera



Da un confronto tra questi 174 comuni rappresentati in mappa ed i comuni, definiti a vocazione turistica da parte dell'ISTAT, emerge che ben 74 di questi hanno anche la connotazione turistica Istat⁴, ed in particolare: 22 sono località turistiche collinari, 6 Località lacuali, 13 Località marine, 15 Località montane, 6 Località termali e 12 Città di interesse storico e artistico. Tali 74 vanno ad incrementare la base dati.

Praticamente, avendo considerato i precedenti 74 comuni come turistici, rimangono da spiegare 100 comuni con notevole dinamica di mercato ed IMM superiore al 33%, ma con ICR basso.

Su tali comuni è stato effettuato un accurato esame della provenienza degli acquirenti di immobili, in particolare vengono considerati come turistici quei comuni nei quali la quota delle compravendite effettuate da soggetti non residenti nella regione sul totale delle compravendite di abitazioni (mercato extraregionale) è maggiore del 20%. Sono ben 65 i comuni che hanno almeno il 20% di compravendite effettuate da acquirenti non residenti nella regione, per cui, presentando questa ampia dinamica di mercato extraregionale, si suppone che si tratti di comuni turistici. In considerazione di ciò vengono aggiunti ai 782 già presenti in database.

In tal modo è stato definito il database di 847 comuni turistici sulla base del criterio della dinamicità del mercato immobiliare.

A fini di una analisi conoscitiva delle caratteristiche del mercato immobiliare nonché ad ulteriore conferma della analisi effettuata, si è proceduto, poi, al confronto tra il gruppo dei comuni turistici, così definiti, e i comuni italiani che nel 2010 presentano quotazioni immobiliari notevolmente elevate rispetto alla media della regione a cui appartengono⁵.

⁴ La vocazione turistica per l'Istat è attribuita sulla base della specializzazione prevalente degli occupati (settore del turismo) in totale sono 584 comuni.

⁵ Questi ultimi sono stati selezionati confrontando la quotazione media comunale 2010 con la media della propria regione. Laddove il valore risulta molto superiore alla media (outliers emersi con il criterio del boxplot) si suppone siano comuni turistici, caratterizzati da un turismo di lusso.

Dal confronto tra comuni con elevate quotazioni e comuni turistici IMM emerge un gruppo di 18 comuni che, pur presentando quotazioni immobiliari notevolmente elevate rispetto alla media della regione a cui appartengono, non sono da noi considerati turistici in quanto non presentano un numero di transazioni immobiliari superiore alla soglia dell'IMM.

In particolare è importante sottolineare che per questi comuni si nota una notevole differenza numerica tra numero di compravendite registrate agli uffici di Pubblicità immobiliare dell'Agenzia del Territorio, (che abbiamo considerato nel calcolo dell'indice IMM, ed NTN) ed il riscontro sulle dichiarazioni dei redditi dei relativi proprietari. In media, il 23 % delle unità immobiliari oggetto di transazione non trova corrispondenza in unità immobiliari presenti in dichiarazioni. Potrebbero verificarsi due differenti situazioni che non permettono il riscontro dei due dati:

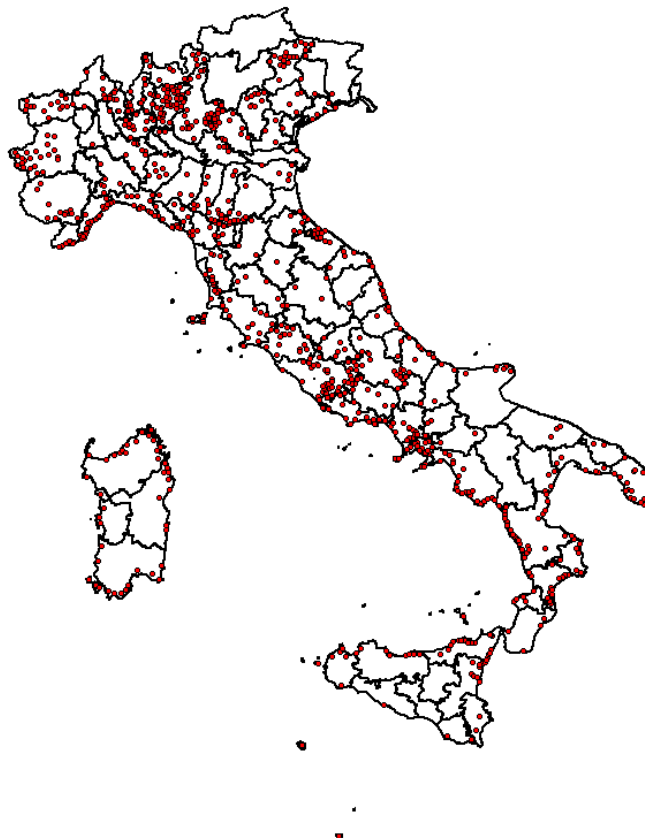
- a) gli immobili vengono acquistati da persone non soggette a dichiarazione
- b) gli immobili vengono acquistati da stranieri

Da notare che, comunque, non vengono incluse 6 località sicuramente di attrazione turistica come Claviere, Gressoney La trinite, Campione d'Italia, Portofino, Capraia Isola, Alagna Valsesia. La motivazione della loro esclusione risiede nel fatto che presentano un NTN basso e dunque non sono considerati comuni turistici secondo il criterio dell'IMM che richiede almeno 25 compravendite.

Invece, i rimanenti 12 comuni di San Benedetto del Tronto, Fiesole, Orvieto, Viareggio, Assisi, Bastia Umbra, Castiglione del Lago, Corciano, Foligno, Spoleto, Todi e Livigno, facenti parte tutti dell'Umbria, Toscana e Marche, non mostrano una domanda esterna particolare (acquisti effettuati da non residenti superiori al 33% del totale) che rispetti tale criterio IMM e dunque vengono esclusi. Questi comuni potrebbero trovarsi nella situazione in cui pur essendo turistici, gli acquirenti maggiori non sono italiani ma probabilmente potrebbero essere stranieri e dunque il dato della transazione immobiliare sfugge alle nostre misure. Per tali motivi li escludiamo dall'analisi.

Nel prosieguo del lavoro vengono effettuati una serie di confronti tra le principali variabili tipiche dell'economia immobiliare tra il gruppo dei 847 comuni turistici IMM ed il gruppo dei restanti 7.249 comuni non turistici.

Figura IV: I Comuni Turistici



3 Il mercato residenziale nei comuni turistici

Il mercato residenziale dei comuni turistici può essere analizzato dal punto di vista della dimensione e dell'andamento dei volumi di compravendita e delle quotazioni.

Nel 2010 il volume di compravendite di abitazioni nei comuni turistici (Tabella I) è stato pari a 93.500 NTN, rappresenta il 15,2% del volume delle transazioni nazionali, ed è in diminuzione rispetto all'anno precedente di -0,93%.

Per depurare la dipendenza delle compravendite dallo stock è opportuno calcolare l'indice di Intensità del Mercato Immobiliare (IMI), pari al rapporto percentuale tra NTN e stock di unità immobiliari, che indica la quota percentuale di stock compravenduto in un determinato periodo.

L'indicatore di intensità di mercato è più elevato nei comuni turistici (1,93%) rispetto a quello riferito all'Italia (1,88%) evidenziando la maggiore dinamicità del mercato delle aree turistiche.

Tabella I: NTN, variazione annua ed IMI

	NTN 2010	Var.% NTN 2009/10	Quota NTN	IMI 2010
Comuni turistici	93.500	-0,93%	15,2%	1,93%
Italia	617.286	0,45%		1,88%

Se si analizza la distribuzione geografica dei comuni turistici (Tabella II) si nota che le maggiori concentrazioni degli stessi si ritrovano in Lombardia (134 comuni), nel Lazio (82) e Campania (63); nelle quali si registra anche il maggior numero di transazioni immobiliari.

Tabella II: Distribuzione NTN, superficie, fatturato e nuove costruzioni per regioni

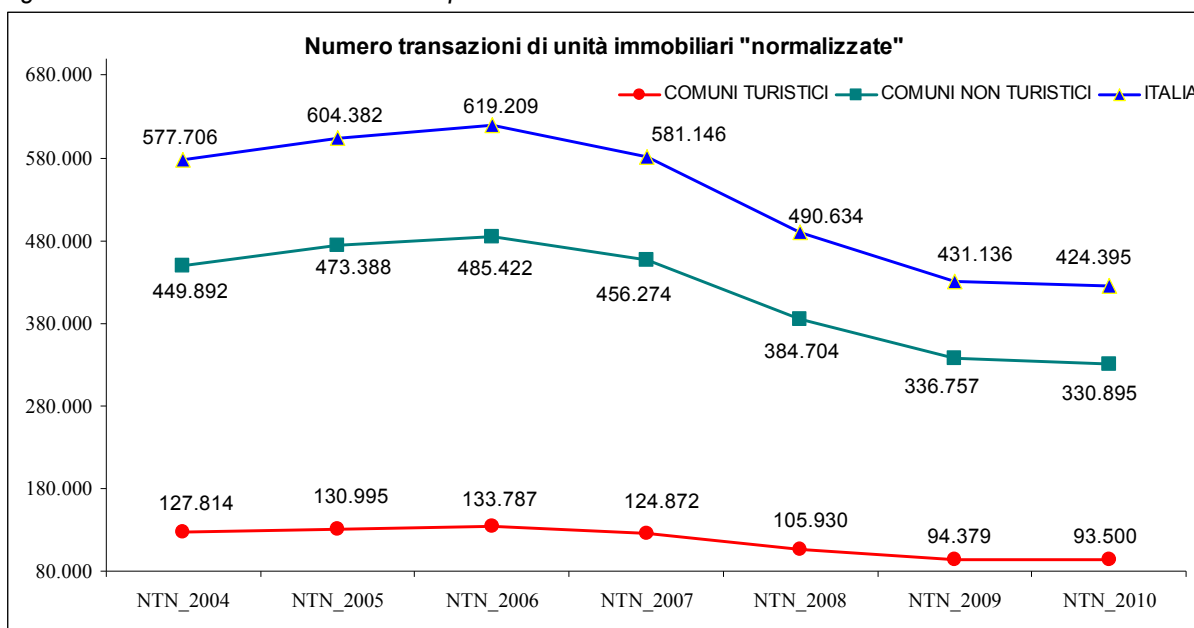
Regione	Comuni TURISTICI	NTN 2010	Superficie media mq	Stima fatturato x1.000 2010
Abruzzo	39	4.352	90,8	489.248.593
Basilicata	5	825	94,7	83.143.534
Calabria	61	5.588	96,6	462.846.570
Campania	63	6.229	114,9	1.037.487.890
Emilia-Romagna	58	6.167	90,0	1.047.411.828
Friuli- Venezia Giulia	4	868	81,1	131.204.487
Lazio	82	16.388	96,4	3.240.803.360
Liguria	57	7.255	74,2	1.830.037.707
Lombardia	134	10.081	92,9	1.411.570.292
Marche	16	1.545	91,7	249.499.580
Molise	4	479	78,8	30.220.198
Piemonte	49	4.140	85,2	533.680.094
Puglia	37	5.370	96,3	514.430.643
Sardegna	43	6.106	87,2	1.091.205.198
Sicilia	52	5.398	99,5	564.399.394
Toscana	61	5.630	95,5	1.247.093.916
Umbria	6	301	111,4	36.128.126
Valle d'Aosta	15	874	86,1	227.872.591
Veneto	61	5.904	88,6	812.702.855
Totale	847	93.500	93,0	15.040.986.856

Sono state calcolate, nell'ambito di ciascun comune, le superfici complessive e medie per unità residenziale oggetto di compravendita, queste sono state stimate sulla base dei vani catastali e della superficie del vano medio comunale. Nel 2010 si sono vendute abitazioni per un totale di circa 9 milioni di metri quadrati, con una superficie media per unità abitativa compravenduta pari a 93 mq circa. Le abitazioni compravendute risultano

mediamente più piccole in Liguria, Molise e Friuli Venezia Giulia; le più grandi sono, invece, quelle compravendute in Campania, Umbria, Sicilia e Toscana. Utilizzando le quotazioni medie comunali della banca dati OMI e le superfici delle abitazioni compravendute si è provveduto ad effettuare una stima di larga massima del valore del volume di scambio delle abitazioni nel 2010. Il valore di scambio complessivo nei comuni turistici è poco oltre 15 miliardi di euro

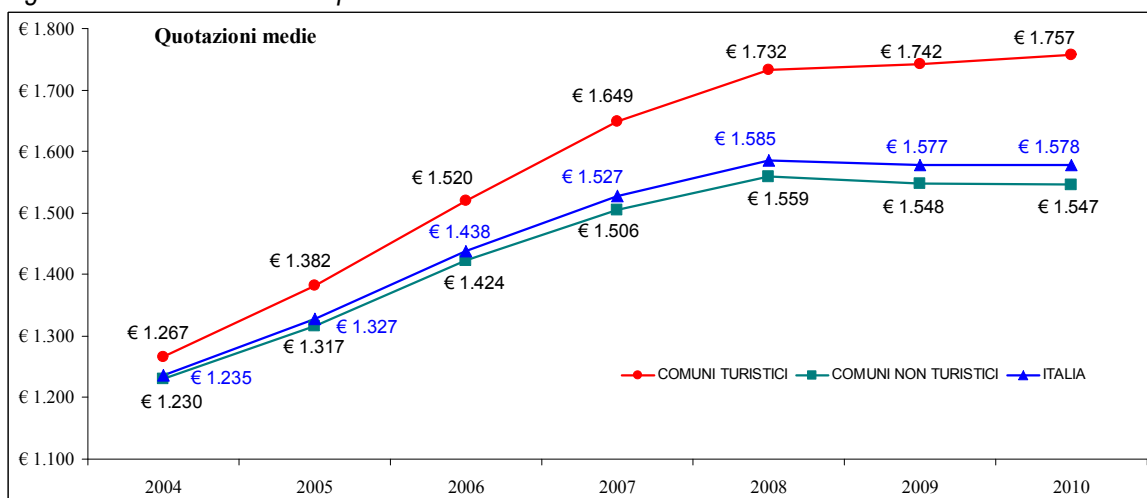
Dall'osservazione dell'andamento nel tempo, dal 2004 al 2010, dei volumi di compravendita di abitazioni e delle loro quotazioni di mercato (Figura V), si notano delle differenze tra il gruppo dei comuni turistici da un lato ed il gruppo dei comuni non turistici. In particolare, i volumi di compravendita nei comuni turistici subiscono nel 2010 un calo rispetto al 2006 del 30% analogo a quello degli altri comuni, -31%, ma nell'ultimo anno tale calo risulta molto inferiore: 0,9% contro il -1,6 dei comuni non turistici (rispetto al 2009).

Figura V: Andamenti dei volumi di compravendita



Le quotazioni del settore residenziale, tratte dalla banca dati OMI, su cui si basa il grafico seguente (Figura VI) fanno riferimento al valore medio annuo, calcolato come media aritmetica delle quotazioni del I e del II semestre di ogni anno a partire dal 2004.

Figura VI: Andamento delle quotazioni medie di mercato



Osservando l'andamento delle quotazioni per i gruppi di comuni, si nota che pur mantenendo lo stesso andamento crescente nel tempo, il gruppo dei comuni turistici presenta costantemente valori più elevati delle quotazioni rispetto ai comuni non turistici, e negli ultimi anni tale differenza sembra tendere ad accentuarsi.

4 Analisi dei risultati dei confronti regionali tra comuni turistici e non turistici

Al fine di conoscere in maniera più particolareggiata le principali variabili che influenzano il mercato immobiliare nei comuni turistici: le quotazioni⁶ medie annuali, l'indice Densab, NTN IP⁷ ed i capitali erogati dai finanziatori per l'acquisto di immobili, viene effettuata un'analisi delle stesse nei comuni turistici delle diverse regioni italiane. In prima istanza si è effettuata un'accurata analisi riguardante sia la collocazione geografica nelle diverse regioni italiane dei comuni turistici. Sono stati effettuati degli opportuni confronti, non solo tra il gruppo dei comuni turistici e quelli non turistici, ma anche tenendo conto delle diverse regioni di appartenenza dei suddetti comuni.

I Comuni turistici presentano una quotazione media di 1.757 €/mq (Tabella III), più alta rispetto alla quotazione media dei restanti comuni pari a 1.196 €/mq. In particolare i comuni che hanno le più alte quotazioni si trovano nell'ordine: in Liguria (3.448 €/mq), in Valle d'Aosta (3.009 €/mq) e in Toscana (2.380 €/mq).

Tabella III: Quotazione media e Densab

Regione	Quotazione media TURISTICI	Quotazione media NON TURISTICI	Densab TURISTICI	Densab NON TURISTICI
Abruzzo	€ 1.257	€ 873	0,88	0,57
Basilicata	€ 1.005	€ 587	0,62	0,62
Calabria	€ 805	€ 595	0,83	0,62
Campania	€ 1.565	€ 1.336	0,50	0,47
Emilia-Romagna	€ 1.888	€ 1.420	0,80	0,52
Friuli- Venezia Giulia	€ 2.027	€ 861	1,37	0,53
Lazio	€ 1.958	€ 1.377	0,58	0,55
Liguria	€ 3.448	€ 1.781	0,99	0,74
Lombardia	€ 1.551	€ 1.335	0,71	0,52
Marche	€ 1.782	€ 1.296	0,70	0,53
Molise	€ 794	€ 645	1,18	0,72
Piemonte	€ 1.563	€ 1.166	1,06	0,60
Puglia	€ 1.014	€ 1.050	0,82	0,53
Sardegna	€ 2.016	€ 811	0,85	0,50
Sicilia	€ 1.068	€ 761	0,76	0,65
Toscana	€ 2.380	€ 1.975	0,77	0,53
Umbria	€ 1.086	€ 1.112	0,57	0,54
Valle d'Aosta	€ 3.009	€ 1.680	1,78	0,86
Veneto	€ 1.603	€ 1.180	0,91	0,48
Totale	€ 1.757	€ 1.196	0,74	0,54

⁶ La banca dati delle quotazioni OMI fornisce per tutti i comuni italiani (8.096), a loro volta suddivisi in circa 31.000 zone omogenee, un intervallo dei valori di mercato e di locazione sia delle tipologie residenziali, sia delle principali altre tipologie di fabbricati. L'aggiornamento delle quotazioni avviene con cadenza semestrale. La quotazione in €/mq a livello comunale è calcolata come media dei valori centrali degli intervalli di tutte le tipologie residenziali presenti in ogni zona OMI appartenente al comune, mentre quando si esaminano raggruppamenti territoriali (provincia, regione, area geografica) le quotazioni di riferimento relative, sono calcolate pesando le quotazioni comunali con lo stock abitativo presente in ogni comune, rispetto allo stock totale dell'aggregazione considerata (Rapporto Immobiliare residenziale, 2011).

⁷ Numero di transazioni di unità immobiliari "normalizzate" effettuate con l'ausilio di mutuo ipotecario da persone fisiche.

All'interno delle stesse regioni vi sono a volte notevoli differenze nelle quotazioni immobiliari medie, ciò accade soprattutto in Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Sardegna e Valle d'Aosta.

Il rapporto tra numero di abitanti residenti e unità immobiliari (Densab) è pari a 0,74; tale valore è più alto rispetto al valore riscontrato per i comuni non turistici pari a 0,54. Dal Densab si deduce che nei comuni turistici vi sono più case per abitante. Ciò è coerente con l'esistenza di seconde case utilizzate direttamente o date in affitto a fini di vacanza.

L'analisi sui finanziamenti erogati per l'acquisto delle abitazioni è limitata ai soli finanziamenti erogati tramite mutuo ipotecario destinato all'acquisto della abitazione oggetto di ipoteca.. Al riguardo sono stati elaborati il numero di transazioni effettuate ricorrendo a mutuo ipotecario, il capitale, i tassi praticati e la durata del mutuo, nonché la quota degli acquisti effettuati ricorrendo a tale forma di prestito rispetto al totale degli acquisti di abitazioni (incidenza delle abitazioni acquistate con mutuo sul totale delle abitazioni acquistate). Le compravendite di abitazioni con mutuo ipotecario (NTN IP) risultano maggiori nei comuni non turistici rispetto a quelli turistici (Tabella IV), anche se questi ultimi sono aumentati di più nell'ultimo anno. La crescita maggiore, per i comuni turistici, si registra nel Lazio (22%) ed in Lombardia (13%), nei restanti comuni non turistici sono maggiori i valori dell'NTN IP in Lombardia (29%) Emilia Romagna e Piemonte (7%). L'incidenza dei mutui sulle corrispondenti compravendite di abitazioni effettuate da persone fisiche, nelle aree turistiche si trova al di sotto del 38%, mentre comuni non turistici tale quota supera 47%. Questa differente incidenza può dipendere dal fatto che chi acquista una seconda casa ha probabilmente livelli di reddito superiori alla media e quindi dispone di maggiore liquidità da investire, ricorrendo così con minor frequenza ai mutui ipotecari.

Tabella IV: Compravendite di abitazioni con mutuo ipotecario – comuni turistici

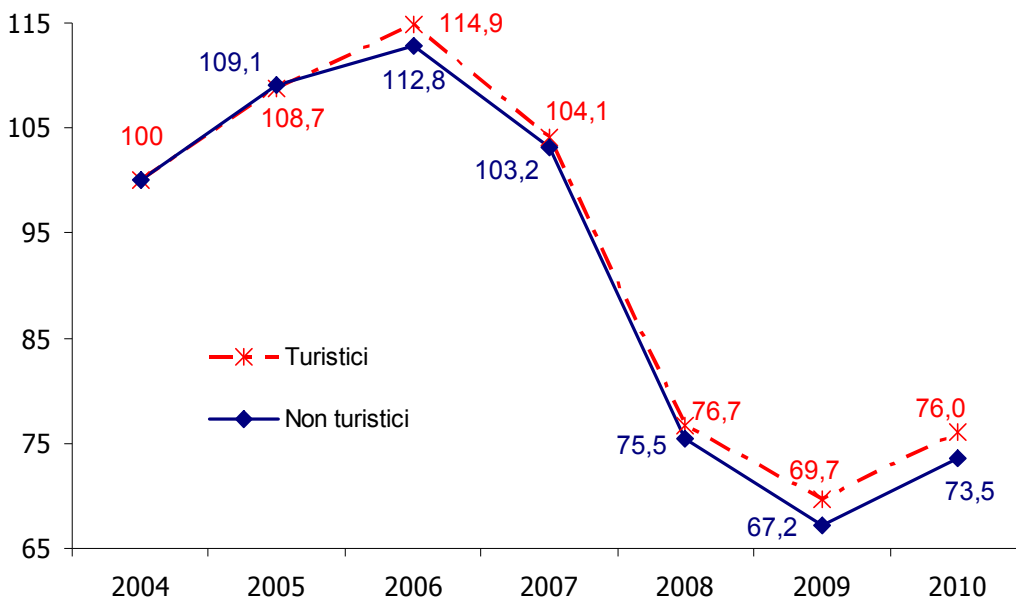
Turistici	NTN IP 2010	Var% NTN IP 09/10	Quota NTN IP per Area	INC-NTN PF 2010
ABRUZZO	1.319	6,1%	4,1%	32,5%
BASILICATA	161	-5,5%	0,5%	20,5%
CALABRIA	1.242	6,1%	3,8%	23,5%
CAMPANIA	2.189	12,9%	6,8%	38,0%
EMILIA ROMAGNA	2.085	-3,1%	6,4%	37,4%
FRIULI VENEZIA GIULIA	268	15,1%	0,8%	33,4%
LAZIO	7.009	9,9%	21,6%	46,8%
LIGURIA	2.195	15,4%	6,8%	32,5%
LOMBARDIA	4.246	6,7%	13,1%	45,9%
MARCHE	572	2,7%	1,8%	39,9%
MOLISE	112	23,8%	0,3%	23,8%
PIEMONTE	1.374	15,9%	4,2%	35,8%
PUGLIA	1.548	7,8%	4,8%	30,2%
SARDEGNA	1.884	18,6%	5,8%	34,4%
SICILIA	1.762	12,3%	5,4%	34,5%
TOSCANA	2.059	5,8%	6,3%	38,7%
UMBRIA	115	-16,1%	0,4%	39,3%
VALLE D'AOSTA	219	8,3%	0,7%	29,2%
VENETO	2.068	9,7%	6,4%	38,1%
Totale Turistici	32.428	8,9%	100%	37,5%

Segue Tabella IV: Compravendite di abitazioni con mutuo ipotecario – comuni non turistici

Non turistici	NTN IP 2010	Var% NTN IP 09/10	Quota NTN IP per Area	INC-NTN PF 2010	Differenza INC-NTN PF comuni Turistici e non turistici
ABRUZZO	2.333	1,1%	1,6%	36,5%	-3,9%
BASILICATA	622	7,5%	0,4%	23,7%	-3,2%
CALABRIA	1.311	-2,6%	0,9%	20,6%	2,8%
CAMPANIA	7.360	13,7%	5,0%	37,4%	0,6%
EMILIA ROMAGNA	12.833	3,2%	8,8%	52,8%	-15,4%
FRIULI VENEZIA GIULIA	3.252	9,8%	2,2%	57,4%	-24,0%
LAZIO	5.731	7,1%	3,9%	43,9%	2,9%
LIGURIA	2.003	14,6%	1,4%	43,9%	-11,3%
LOMBARDIA	43.240	7,3%	29,5%	55,5%	-9,5%
MARCHE	4.532	3,4%	3,1%	45,0%	-5,1%
MOLISE	523	9,8%	0,4%	28,7%	-5,0%
PIEMONTE	13.999	6,9%	9,6%	47,4%	-11,6%
PUGLIA	8.702	1,5%	5,9%	40,8%	-10,6%
SARDEGNA	2.558	-9,5%	1,7%	43,3%	-8,9%
SICILIA	7.061	8,3%	4,8%	31,4%	3,1%
TOSCANA	9.782	9,2%	6,7%	50,7%	-11,9%
UMBRIA	2.155	7,6%	1,5%	42,6%	-3,4%
VALLE D'AOSTA	267	11,2%	0,2%	37,7%	-8,6%
VENETO	18.078	8,7%	12,4%	56,2%	-18,1%
Totale NonTuristici	146.342	6,7%	100%	47,4%	-9,9%

Gli andamenti degli indici del NTN IP (Figura VII) risultano molto simili tra comuni turisti e non, con una forte crescita fino al 2006 seguita da un forte calo fino al 2009 ed una ripresa tra 2009 e 2010

Figura VII: Numero indice NTN IP



Si è analizzato, inoltre, quali sono le tipologie di abitazione più richieste per classi dimensionali (Tabella V e Figura VIII) e se la crisi economica ha indotto gli acquirenti ad una scelta maggiormente economica. La distribuzione delle abitazioni acquistate con mutuo ipotecario in base alla dimensione delle stesse, mostra che, sia tra i comuni turistici che tra quelli non turistici, le quote maggiori riguardano i tagli piccoli e medi. In particolare, però nei comuni turistici della Campania e della Toscana si preferisce acquistare abitazioni di grandi dimensioni.

Figura VIII: Quote NTN IP 2010 per dimensione delle abitazioni

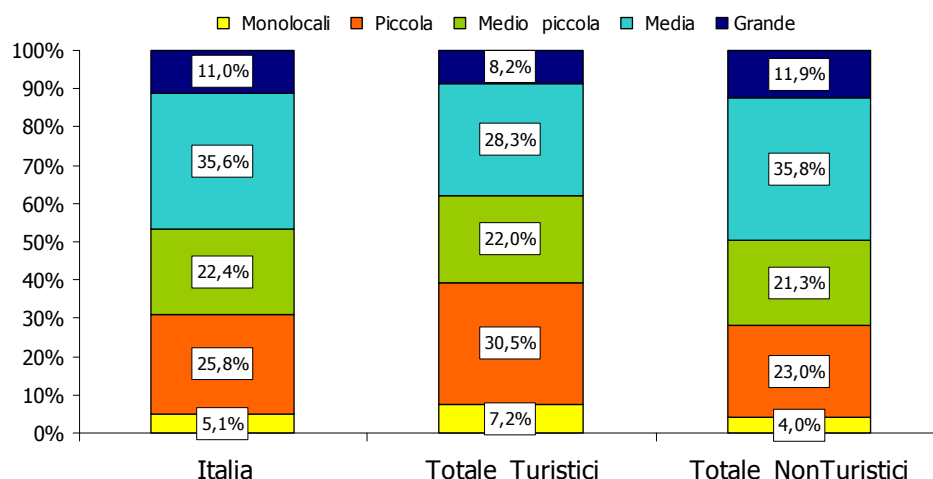


Tabella V: NTN IP per dimensioni delle abitazioni

Turistici	Monolocali	Piccola	Medio piccola	Media	Grande	Totale
ABRUZZO	74,89	401	293	403	113	1.319
BASILICATA	3	49	35	51	10	161
CALABRIA	48	268	288	456	135	1.242
CAMPANIA	89,94	434	522	915	200,22	2.189
EMILIA ROMAGNA	123,5	624	504	549	195	2.085
FRIULI VENEZIA GIULIA	34	94	40	77	21	268
LAZIO	592,85	2.273	1.509	1.793	484	7.009
LIGURIA	247,97	847	460	486	117,1	2.195
LOMBARDIA	262,17	1.387	908	1.257	363	4.246
MARCHE	26	193	117	136	34	572
MOLISE	12	47	28	17	3	112
PIEMONTE	165,67	462	318	308	97,67	1.374
PUGLIA	85,8	305	359	576	170	1.548
SARDEGNA	167	817	355	382	113	1.884
SICILIA	108,03	408	329	596	209	1.762
TOSCANA	130,12	540	503	577	198,09	2.059
UMBRIA	3	17	31	34	10	115
VALLE D'AOSTA	45	75	50	32	11	219
VENETO	110,05	660	487	542	167	2.068
Totale Turistici	2.329	9.902	7.135	9.188	2.650	32.428
Non Turistici	Monolocali	Piccola	Medio piccola	Media	Grande	Totale
ABRUZZO	61	435	459	901	348	2.333
BASILICATA	30	81	110	287	66	622
CALABRIA	47	189	229	542	205	1.311
CAMPANIA	319,54	1.325	1.634	3.171	736	7.360
EMILIA ROMAGNA	459	2.921	2.842	4.661	1.583	12.833
FRIULI VENEZIA GIULIA	39	482	558	1.357	739	3.252
LAZIO	359	1.603	1.240	1.553	468	5.731
LIGURIA	119,5	482	522	634	181	2.003
LOMBARDIA	1.864	11.958	9.335	15.063	4.404	43.240
MARCHE	153	1.048	900	1.480	374	4.532
MOLISE	33	82	84	213	85	523
PIEMONTE	422,41	3.061	3.248	4.918	2.078	13.998
PUGLIA	569	1.368	1.955	3.631	867	8.702
SARDEGNA	53	629	542	906	345	2.558
SICILIA	354	969	1.345	2.981	953	7.061
TOSCANA	340,67	2.236	2.131	3.126	1.167	9.782
UMBRIA	78	402	377	817	295	2.155
VALLE D'AOSTA	37	82	61	56	12	267
VENETO	508	4.256	3.596	6.142	2.464	18.078
Totale Non Turistici	5.846	33.608	31.167	52.440	17.368	146.341

L'incidenza degli acquisti con mutuo in rapporto alle compravendite complessive effettuate da persone fisiche (Tabella VI), in entrambi i gruppi di comuni, è maggiore per le dimensioni medie piuttosto che le altre dimensioni, essendo rispettivamente pari al 47% nei comuni turistici ed il 54% negli altri. Se si effettua un confronto tra l'incidenza degli acquisti con mutuo in rapporto alle compravendite complessive, tra i comuni turistici e quelli non turistici è evidente che è di gran lunga maggiore nei comuni non turistici.

Tabella VI: Incidenza NTNIP-PF per dimensione delle abitazioni

INC-NTN PF 2010 Turistici	Monolocali	Piccola	Medio piccola	Media	Grande	Totale
ABRUZZO	32,5%	26,5%	35,3%	45,8%	47,1%	32,5%
BASILICATA	20,5%	18,5%	27,8%	28,8%	33,3%	20,5%
CALABRIA	23,5%	16,0%	30,6%	39,0%	42,4%	23,5%
CAMPANIA	38,0%	36,1%	45,8%	45,5%	40,7%	38,0%
EMILIA ROMAGNA	37,4%	30,1%	43,7%	45,2%	49,2%	37,4%
FRIULI VENEZIA GIULIA	33,4%	32,4%	28,7%	51,4%	35,9%	33,4%
LAZIO	46,8%	48,0%	49,0%	50,7%	50,6%	46,8%
LIGURIA	32,5%	29,1%	36,7%	42,7%	44,3%	32,5%
LOMBARDIA	45,9%	41,0%	51,1%	56,6%	54,9%	45,9%
MARCHE	39,9%	37,3%	43,2%	50,3%	49,3%	39,9%
MOLISE	23,8%	18,7%	29,8%	41,6%	27,3%	23,8%
PIEMONTE	35,8%	33,2%	45,7%	47,3%	42,7%	35,8%
PUGLIA	30,2%	24,0%	35,4%	44,3%	49,6%	30,2%
SARDEGNA	34,4%	33,8%	36,3%	43,4%	44,3%	34,4%
SICILIA	34,5%	30,9%	39,1%	45,7%	48,1%	34,5%
TOSCANA	38,7%	36,0%	43,3%	45,8%	39,1%	38,7%
UMBRIA	39,3%	29,7%	59,6%	40,6%	33,7%	39,3%
VALLE D'AOSTA	29,2%	29,3%	38,4%	36,5%	46,5%	29,2%
VENETO	38,1%	32,5%	41,8%	50,5%	49,5%	38,1%
Totale Turistici	37,5%	34,1%	42,4%	47,2%	46,9%	37,5%
INC-NTN PF 2010 NonTuristici	Monolocali	Piccola	Medio piccola	Media	Grande	Totale
ABRUZZO	36,5%	30,0%	41,0%	46,6%	47,1%	36,5%
CALABRIA	20,6%	14,4%	24,3%	36,7%	38,8%	20,6%
CAMPANIA	37,4%	37,1%	44,4%	46,2%	44,4%	37,4%
EMILIA ROMAGNA	52,8%	48,3%	55,9%	57,0%	54,5%	52,8%
FRIULI VENEZIA GIULIA	57,4%	46,9%	59,7%	64,2%	64,3%	57,4%
LAZIO	43,9%	46,1%	50,0%	50,0%	48,5%	43,9%
LIGURIA	43,9%	39,9%	49,6%	51,4%	49,1%	43,9%
LOMBARDIA	55,5%	52,0%	58,7%	60,6%	57,9%	55,5%
MARCHE	45,0%	42,8%	49,5%	50,8%	44,8%	45,0%
MOLISE	28,7%	21,2%	29,2%	43,8%	44,3%	28,7%
PIEMONTE	47,4%	40,5%	51,2%	54,9%	55,3%	47,4%
PUGLIA	40,8%	37,0%	50,1%	52,0%	52,1%	40,8%
SARDEGNA	43,3%	42,7%	49,8%	50,0%	49,5%	43,3%
SICILIA	31,4%	24,4%	36,9%	43,5%	43,6%	31,4%
TOSCANA	50,7%	49,7%	52,3%	55,0%	52,8%	50,7%
UMBRIA	42,6%	38,4%	45,2%	50,1%	48,4%	42,6%
VALLE D'AOSTA	37,7%	35,2%	49,8%	52,9%	46,9%	37,7%
VENETO	56,2%	53,3%	58,2%	61,7%	57,9%	56,2%
Totale Non Turistici	47,4%	44,9%	52,1%	54,7%	53,4%	47,4%
Differenza INC-NTN PF Turistici e Non Turistici	Monolocali	Piccola	Medio piccola	Media	Grande	Totale
ABRUZZO	-3,9%	-3,5%	-5,7%	-0,8%	0,0%	-3,9%
BASILICATA	-3,2%	-0,5%	-3,4%	-13,3%	-4,5%	-3,2%
CALABRIA	2,8%	1,6%	6,4%	2,3%	3,5%	2,8%
CAMPANIA	0,6%	-0,9%	1,4%	-0,7%	-3,7%	0,6%
EMILIA ROMAGNA	-15,4%	-18,3%	-12,2%	-11,8%	-5,2%	-15,4%
FRIULI VENEZIA	-24,0%	-14,5%	-31,0%	-12,8%	-28,4%	-24,0%
LAZIO	2,9%	1,9%	-1,1%	0,6%	2,0%	2,9%
LIGURIA	-11,3%	-10,8%	-12,9%	-8,7%	-4,8%	-11,3%
LOMBARDIA	-9,5%	-10,9%	-7,6%	-4,0%	-3,0%	-9,5%
MARCHE	-5,1%	-5,5%	-6,2%	-0,5%	4,5%	-5,1%
MOLISE	-5,0%	-2,5%	0,6%	-2,1%	-17,1%	-5,0%
PIEMONTE	-11,6%	-7,3%	-5,5%	-7,6%	-12,6%	-11,6%
PUGLIA	-10,6%	-12,9%	-14,7%	-7,7%	-2,5%	-10,6%
SARDEGNA	-8,9%	-9,0%	-13,6%	-6,6%	-5,2%	-8,9%
SICILIA	3,1%	6,5%	2,2%	2,2%	4,5%	3,1%
TOSCANA	-11,9%	-13,7%	-9,0%	-9,2%	-13,8%	-11,9%
UMBRIA	-3,4%	-8,7%	14,4%	-9,4%	-14,7%	-3,4%
VALLE D'AOSTA	-8,6%	-5,9%	-11,5%	-16,4%	-0,4%	-8,6%
VENETO	-18,1%	-20,8%	-16,4%	-11,2%	-8,4%	-18,1%
Totale Turistici	-9,9%	-10,8%	-9,7%	-7,5%	-6,5%	-9,9%

Il capitale complessivo erogato per i mutui ipotecari (Tabella VII) nei comuni turistici è di circa 4,5 miliardi di euro mentre nei comuni non turistici ammonta a circa 18,5 miliardi di euro. In entrambi i casi si registra una variazione positiva del capitale erogato rispetto al 2009 che risulta più accentuata nei comuni turistici. In entrambi i gruppi si nota che le maggiori quote di capitale sono erogate nel Lazio ed in Lombardia. Il capitale unitario erogato mediamente per abitazione nel 2010 raggiunge i 135 mila euro circa nei comuni turistici e 126 mila circa nei restanti comuni per cui i finanziamenti per unità (capiate per unità) sono maggiori nei comuni turistici con eccezione dell'Abruzzo, Piemonte, Liguria ed Umbria.

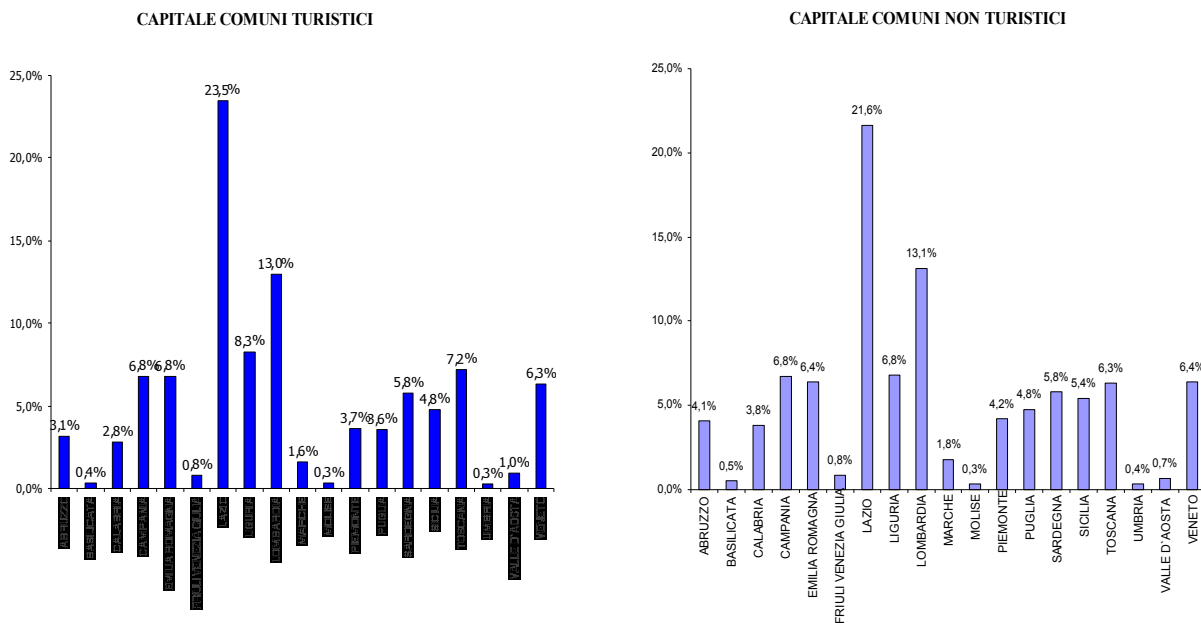
Tabella VII: Il Capitale.

Turistici	Capitale 2010 (x1000 €)	Var.% capitale 2009/2010	Quota Capitale per Regione	Capitale unitario 2010 €	differenza capitale unitario comuni turistici e non turistici
ABRUZZO	138.279	11,1%	3,1%	104.834	-4.211
BASILICATA	16.180	7,2%	0,4%	100.287	14.883
CALABRIA	122.988	14,3%	2,8%	98.989	9.916
CAMPANIA	300.110	19,7%	6,8%	137.078	10.769
EMILIA ROMAGNA	299.614	6,4%	6,8%	143.703	11.084
FRIULI VENEZIAGIULIA	34.785	24,4%	0,8%	129.915	14.892
LAZIO	1.032.153	17,0%	23,5%	147.260	18.631
LIGURIA	364.195	13,1%	8,3%	165.936	32.924
LOMBARDIA	571.786	11,6%	13,0%	134.661	55
MARCHE	72.031	6,0%	1,6%	125.903	368
MOLISE	15.232	99,5%	0,3%	135.905	36.474
PIEMONTE	160.751	21,5%	3,7%	116.989	-4.474
PUGLIA	157.936	9,4%	3,6%	102.037	-6.883
SARDEGNA	255.312	23,9%	5,8%	135.539	24.152
SICILIA	209.428	21,1%	4,8%	118.842	16.809
TOSCANA	317.649	5,9%	7,2%	154.262	13.922
UMBRIA	12.699	-18,8%	0,3%	110.108	-4.340
VALLE D'AOSTA	41.969	21,0%	1,0%	191.484	72.612
VENETO	277.233	13,8%	6,3%	134.073	7.432
Totale_Turistici	4.400.332	14,3%	100,0%	135.694	9.490
NonTuristici	Capitale 2010 (x1000 €)	Var.% capitale 2009/2010	Quota Capitale per Regione	Capitale unitario 2010 €	
ABRUZZO	254.419	3,8%	1,4%	109.046	
BASILICATA	53.132	15,5%	0,3%	85.404	
CALABRIA	116.743	3,6%	0,6%	89.073	
CAMPANIA	929.689	19,2%	5,0%	126.308	
EMILIA ROMAGNA	1.701.949	6,5%	9,2%	132.619	
FRIULI VENEZIA GIULIA	374.007	11,3%	2,0%	115.023	
LAZIO	737.137	11,5%	4,0%	128.628	
LIGURIA	266.384	20,6%	1,4%	133.012	
LOMBARDIA	5.820.436	11,0%	31,5%	134.607	
MARCHE	568.925	9,1%	3,1%	125.534	
MOLISE	51.965	16,8%	0,3%	99.431	
PIEMONTE	1.700.389	12,6%	9,2%	121.463	
PUGLIA	947.809	3,7%	5,1%	108.920	
SARDEGNA	284.944	-1,8%	1,5%	111.388	
SICILIA	720.430	12,7%	3,9%	102.032	
TOSCANA	1.372.760	11,9%	7,4%	140.341	
UMBRIA	246.675	11,0%	1,3%	114.447	
VALLE D'AOSTA	31.795	17,2%	0,2%	118.872	
VENETO	2.289.423	12,6%	12,4%	126.641	
Totale_NonTuristici	18.469.011	10,8%	100,0%	126.204	

Nella Figura IX sono riportati i grafici del livello per regione, distinguendo altresì i comuni turistici e i comuni non turistici, della quota di capitale erogato. Nel primo caso la maggior quota di capitale (23,5%) è erogata nel Lazio, seguito dalla Lombardia (13%) dalla Liguria (8%) e dalla Toscana (7%); sono simili tra loro i valori della Campania; Emilia Romagna e Veneto che si assestano sopra il 6%, seguono Sardegna (5,8%) e Sicilia (4,8%).

Seppure con valori leggermente più elevati viene rispettata la stessa graduatoria di regioni per i comuni non turistici.

Figura IX: Quote Capitale per regione



5 Conclusioni

L'analisi così condotta consente di raggiungere un obiettivo conoscitivo particolareggiato, evidenziando in quale "stato" del mercato immobiliare si collocano i diversi comuni (se sviluppo o rallentamento, se ristagno o crescita), e quali siano le preferenze degli acquirenti, che come abbiamo visto nell'analisi dimensionale preferiscono piccole e medio piccole dimensioni. Di notevole importanza è la visione del settore turistico attraverso la chiave di lettura del mercato immobiliare e della ricettività delle seconde case, in particolare di quelle utilizzate dai proprietari immobiliari. Questa base dati, che in parte conferma ed in parte arricchisce le tradizionali fonti sui comuni turistici, ci ha permesso di verificare la capacità di attrazione di investimenti in abitazioni da parte di acquirenti residenti in comuni differenti rispetto a quello di ubicazione dell'immobile.

Dall'analisi delle disparità del gruppo dei comuni turistici e non turistici, emerge che, per il primo gruppo di comuni le transazioni di unità immobiliari, nel corso degli ultimi anni, si conferma la brusca caduta che investe dal 2007 il mercato immobiliare, sia pure affievolita nel 2010. Tali comuni turistici, hanno però mantenuto quotazioni proporzionalmente più elevate e crescenti nel tempo rispetto al resto d'Italia.

Dall'analisi delle disparità tra i due gruppi di comuni all'interno di ogni singola regione, emerge che le regioni in cui i comuni turistici presentano maggiori quotazioni medie sono Liguria, Valle d'Aosta e Toscana.

Tale lavoro costituisce un primo approccio ad uno studio dell'offerta turistica delle seconde case, suscettibile di ulteriori approfondimenti nell'ambito degli studi del settore turistico immobiliare. La metodologia proposta per individuare la localizzazione della ricettività turistica nelle seconde case, offre un ulteriore criterio di classificazione dei comuni turistici rispetto a quelli considerati nella letteratura.

Bibliografia

Agenzia del Territorio (2008) *Manuale della banca dati dell'osservatorio del mercato immobiliare*.

Arondi S., (2010) *Il fenomeno della doppia residenzialità. Nouvelle vague e politiche*, XXIV Convegno Società Italiana di Scienza Politica, 16 - 18 settembre 2010 Università IUAV di Venezia

Garofoli G.(1991) *Modelli locali di sviluppo*, Angeli, Milano.

Politi M. Preger E. (1991) *Modelli di sviluppo turistico*, in Fuà G. (a cura di), *Orientamenti per la politica del territorio*, Il Mulino, Bologna.

Wallace *et al* (2005), *The Impact of Empty and Holiday Homes on the Sustainability of Rural Communities: A Systematic Literature Review*, University of York, Centre for Housing Policy, York.

Agenzia del Territorio (2010) *Rapporto immobiliare 2011 – Il settore residenziale*.