



FIAIP
CENTRO STUDI

FIAIP MONITORA

ANDAMENTO DEL MERCATO IMMOBILIARE TURISTICO IN ITALIA

giugno 2025



Cercare casa online è facile, ma comprare casa è un'altra cosa. Al tuo fianco hai gli Agenti Immobiliari, con la loro professionalità e competenza comprare e vendere casa è semplice e sicuro, ogni agente sa come dare il giusto valore al tuo sogno, con noi il tuo domani inizia oggi.



FIAIP. Professionisti di Professione.

www.fiaip.it

Associati in 72 ore direttamente al
Centro Tesseramento Nazionale

06.45.23.181

FIAIP MONITORA ITALIA



ANDAMENTO DEL MERCATO IMMOBILIARE TURISTICO

giugno 2025

A cura di
Centro Studi e Ufficio Stampa Fiaip

Coordinamento tecnico
BasicSoft srl

BasicSoft
software e network technologies

TURISMO , UN CAOS ORDINATO

La soluzione all'overtourism non sta sempre nell'abbattere i numeri, ma nel ridistribuirli in modo più razionale ed equilibrato.



Leonardo Piccoli

*Vicepresidente Nazionale Fiaip
con delega al Turistico*

Mentre assistiamo a sforzi regolamentari che contrastano l'accoglienza turistica extra alberghiera con provvedimenti ideologici e

divieti alla proprietà, il mercato reale ci indica la strada. Una strada che guarda con interesse sempre più accentuato la prenotazione in strutture extra alberghiere che offrono una soluzione alternativa e non concorrenziale all'alberghiero che continuerà ad essere, se rinnovato anche nel rapporto qualità prezzo, la scelta principale dell'utenza. L'extra alberghiero con oltre 3 milioni di posti letto garantisce l'accoglienza nel Paese ma soprattutto nei piccoli centri e questo è un'opportunità per le comunità.

È indubbio che il sovraffollamento turistico può risultare fastidioso come ogni sovraffollamento lo è nell'ordinaria quotidianità, ma non si deve combatterlo con i divieti ma semplicemente con una regolazione dei flussi. La banca dati istituita presso il Ministero del Turismo può e deve essere lo strumento idoneo a regolare i flussi se i dati saranno saggiamente trattati e messi a disposizione degli host e delle amministrazioni locali. La Fiaip da sempre utilizza il buon senso e si è messa a disposizione di chi ha responsabilità di governo per individuare attraverso delle

concrete proposte il giusto equilibrio in un settore, quello turistico, che segna percentuali molto importanti di PIL ed anche per questo va protetto. Un mercato immobiliare maturo, per definirsi tale, deve guardare all'equilibrio tra domanda ed offerta ed allinearsi a quanto sancito dall'art.47 della Costituzione della Repubblica che definisce il diritto alla casa un aspetto fondamentale e per questo è indispensabile una riforma profonda delle politiche abitative, sottraendole alla logica dell'autoregolazione del mercato nel quale la casa è divenuta sempre più un asset finanziario e reddituale. Nel Real estate l'attenzione all'ambiente è oramai consolidata, quella al sociale, invece è ancora marginale, mentre dovrebbe essere centrale. Introdurre obblighi o incentivi per destinare una quota degli investimenti ad alloggi accessibili potrebbe rappresentare un primo passo per riallineare interessi pubblici e privati. Altrettanto necessario è il ricorso a strumenti fiscali come la defiscalizzazione delle locazioni a canone calmierato.

Il caso italiano è emblematico, la normativa sulle locazioni residenziali, nata con l'intento di proteggere il conduttore, si presenta oggi inadatta a rispondere alle esigenze sia del locatore che del conduttore. La durata minima inderogabile, i vincoli stringenti alla facoltà di disdetta da parte del locatore e la lentezza cronica delle procedure di sfratto hanno spinto molti proprietari a ritirarsi dal mercato o a privilegiare formule più flessibili e redditizie come le locazioni brevi ad uso turistico.

LOCAZIONI BREVI AD USO TURISTICO: SÌ O NO?

Il dilemma del turismo moderno, un fenomeno in crescita ma con molte ombre.



Marco Bettiol

*Vicepresidente Centro Studi Fiaip
con delega al Turistico*

prepotentemente negli articoli di stampa. Ci troviamo di fronte a un momento storico di grande confusione, soprattutto a livello normativo, dove certezze e dubbi si intrecciano in un dibattito acceso. Se da un lato si riconosce l'importanza di questo segmento per il turismo, offrendo un'alternativa flessibile rispetto alle strutture alberghiere tradizionali, dall'altro emergono le sfide legate alla regolamentazione e all'impatto sul tessuto sociale ed economico delle località turistiche. In questo scenario incerto, il Ministero del Turismo, anche attraverso interlocuzioni con FIAIP, sta cercando di fare chiarezza sulle normative nazionali, che inevitabilmente si riflettono poi a livello territoriale.

Le recenti normative nazionali, come l'introduzione del Codice Identificativo Nazionale (CIN), mirano a portare maggiore trasparenza e sicurezza nel settore.

Il mercato delle seconde case e le locazioni brevi. Un dato interessante da considerare è la dinamica del mercato delle seconde case, che si presenta stabile per quanto riguarda le locazioni a reddito e con

Qual è il futuro di questo settore? Questa è la domanda che serpeggia tra gli addetti ai lavori e che emerge sempre più

compravendite. Questo evidenzia come l'investimento immobiliare a scopo di reddito, anche attraverso le locazioni brevi ad uso turistico, rappresenti una modalità per molti italiani di investire i propri risparmi e la ricaduta economica sul sistema-Italia generata.

I dati parlano chiaro: cresce la professionalizzazione e la domanda. Un dato interessante che emerge è il crescente numero di locazioni brevi ad uso turistico gestite da agenti immobiliari.

Questo trend evidenzia una professionalizzazione del settore. Secondo il Report di FIAIP Monitora, si è registrato un aumento di oltre 15% negli ultimi cinque anni nel numero di agenzie immobiliari che includono le locazioni brevi ad uso turistico tra i servizi offerti. Questo cambiamento porta con sé una serie di vantaggi, sia per i proprietari che per i turisti, in termini di maggiore affidabilità, servizi offerti e gestione complessiva dell'esperienza. La presenza di un intermediario professionale garantisce standard più elevati e una maggiore tutela per entrambe le parti.

Inoltre, i dati sulla saturazione degli appartamenti mostrano una forte domanda per questa tipologia di alloggio. In particolare, nel periodo estivo, il tasso di occupazione si attesta intorno al 80% per immobili in città di mare, mentre nelle città d'arte si supera l'85%. Questo dato conferma come le locazioni brevi ad uso turistico siano diventate una forma di accoglienza complementare, ma sempre più rilevante, nel panorama turistico italiano.

Il ruolo chiave degli agenti immobiliari.

È importante sottolineare come gli agenti immobiliari stiano assumendo un ruolo sempre più centrale nella gestione delle locazioni brevi. Queste figure professionali non si limitano alla semplice intermediazione, ma offrono un servizio a 360 gradi che comprende la promozione dell'immobile, la gestione delle prenotazioni, l'assistenza agli ospiti e la cura degli aspetti amministrativi e fiscali. In molti casi, l'agente immobiliare rappresenta il primo punto di contatto per il turista, fornendo informazioni sul territorio e suggerimenti per vivere al meglio l'esperienza di soggiorno. La formazione degli agenti immobiliari in materia di locazioni brevi è quindi fondamentale per garantire la qualità del servizio offerto e per rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Questo rappresenta una nuova sfida per la categoria, che deve proseguire ad ampliare le proprie competenze e adattarsi alle nuove dinamiche del settore turistico con la formazione continua.

Un report recente ha evidenziato come la maggior parte delle agenzie immobiliari gestisca un numero limitato di unità abitative dedicate alle locazioni brevi (meno di 10). Questo suggerisce che, per molte agenzie, questa attività rappresenta ancora una fonte di reddito aggiuntiva e complementare rispetto al core business delle compravendite immobiliari.

Le preferenze degli ospiti e le implicazioni per le infrastrutture.

Un altro aspetto interessante riguarda le preferenze degli ospiti che scelgono le locazioni brevi ad uso turistico. Sia i turisti italiani che stranieri prediligono appartamenti adatti ad ospitare nuclei familiari di 3-4 persone. La scelta dell'alloggio è fortemente influenzata dalla presenza di servizi di prossimità e da una

buona connettività. Questo non si limita alla dotazione interna dell'appartamento (Wi-Fi, aria condizionata, ecc.), ma include anche la disponibilità di infrastrutture e servizi nelle vicinanze, come trasporti pubblici, negozi, ristoranti e attrazioni turistiche.

Queste preferenze rappresentano un chiaro suggerimento per le politiche di sviluppo turistico. È fondamentale incentivare la realizzazione e il potenziamento di infrastrutture e servizi che possano migliorare l'esperienza di soggiorno degli ospiti e rendere le località turistiche più attrattive.

L'esperienza al centro della scelta. Oggi, il turista che sceglie una locazione breve ad uso turistico non cerca solo un alloggio, ma un'esperienza a 360 gradi. Il comfort, unitamente al fascino e alla posizione dell'appartamento stesso, sono fattori determinanti nella decisione finale. Con l'avvicinarsi della stagione estiva, le mete più ambite rimangono il mare e le città d'arte, ma si registra anche un crescente desiderio di esplorare nuove destinazioni e vivere vacanze esperienziali, con un aumento della domanda per le località meno conosciute ma ricche di attrattive naturali e culturali.

Turisti italiani vs. Turisti stranieri: tempi diversi.

Un'altra tendenza interessante riguarda la durata dei soggiorni. Se il turista straniero tende a pianificare vacanze di una o due settimane, con una spesa media giornaliera di 150/200 euro, il turista italiano predilige weekend più lunghi, ma ripetuti nel corso della stagione, con una spesa media di 120/160 euro. Questa differenza ha importanti implicazioni per la gestione delle prenotazioni e l'offerta di servizi da parte dei gestori.

Un'opportunità per il territorio. Ma qual è la ricaduta di tutto questo sul territorio? Le locazioni brevi rappresentano un'opportunità di crescita non solo per le località turistiche più blasonate, ma, anche, per i comuni minori, che possono così intercettare nuovi flussi turistici e valorizzare le proprie peculiarità. Questo tipo di turismo alternativo e complementare può generare un indotto significativo per le attività commerciali locali, creando nuove opportunità di sviluppo. Si stima che ogni euro speso in una locazione breve ad uso turistico generi un indotto di 1,5 euro per le attività commerciali del territorio, includendo ristorazione, negozi e servizi turistici.

Un aspetto da non sottovalutare è il contributo delle locazioni brevi ad uso turistico alle entrate comunali attraverso la tassa di soggiorno. I proventi derivanti da questa imposta, che in alcune località rappresentano una voce importante del bilancio, vengono o, meglio, dovrebbero

essere reinvestiti nel miglioramento dei servizi turistici e dell'attrattiva del territorio.

Sfide e prospettive future. Nonostante le opportunità, il settore delle locazioni brevi si trova ad affrontare importanti sfide. La concorrenza con le strutture alberghiere tradizionali, la gestione dei flussi turistici, la sicurezza e la qualità dell'offerta sono temi che richiedono un'attenta riflessione. Inoltre, la digitalizzazione del settore e l'emergere di nuove piattaforme e servizi stanno ridefinendo il modo di viaggiare e di soggiornare.

In conclusione, il settore delle locazioni brevi è un fenomeno complesso e in continua evoluzione, che richiede un'attenta riflessione e una regolamentazione chiara e condivisa. Solo così sarà possibile sfruttarne appieno le potenzialità, minimizzando al contempo i possibili impatti negativi e garantendo uno sviluppo sostenibile del turismo.





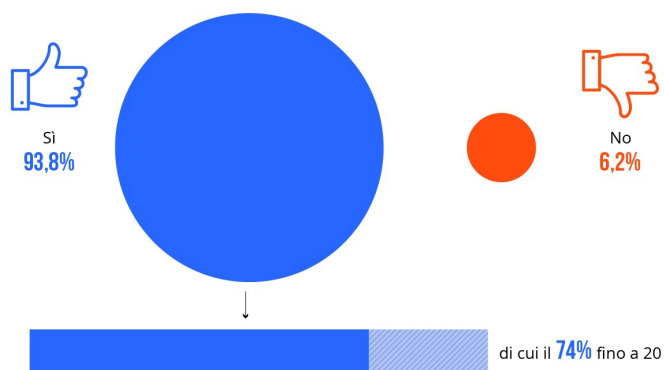
**cercacasa.it, la più grande
community di professionisti
dell'immobiliare.**

iscriviti subito ed entra oggi nel portale più innovativo per
Agenti Immobiliari e Consulenti del Credito e Assicurativo

cercacasa.it

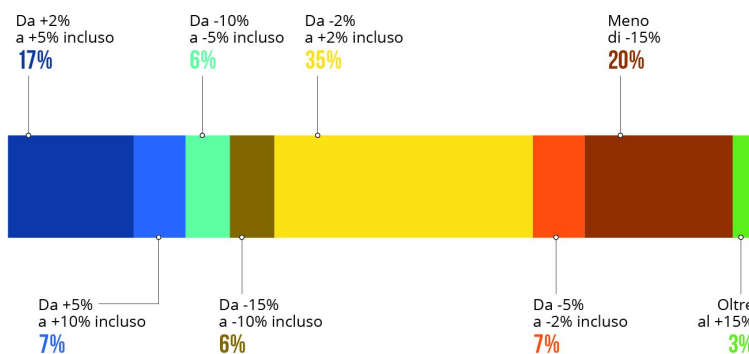
**ANALISI E TREND
DEL MERCATO IMMOBILIARE
TURISTICO IN ITALIA**

LA SUA AGENZIA SI OCCUPA DI COMPRAVENDITE IMMOBILIARI?



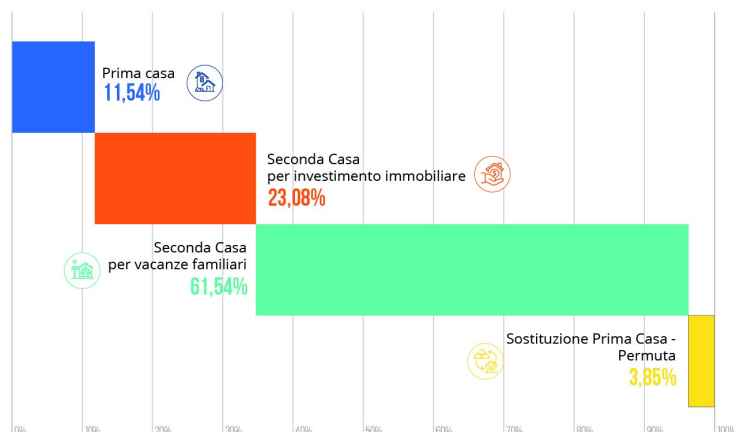
Il 93,8% degli agenti immobiliari professionali Fiaip che hanno risposto all'indagine si occupa di compravendite di seconde case e tra questi il 74% ha stipulato nel corso del 2024 fino a 20 contratti di compravendite di immobili ad uso turistico, per la maggior parte di immobili al mare (63,4%) in campagna (16,8%), nelle città d'arte (13%), in montagna (5,6%)

QUALE VARIAZIONE HA NOTATO LA SUA AGENZIA NEL VOLUME DELLE COMPRAVENDITE DI IMMOBILI AD USO TURISTICO (2° CASA) DAL TERZO QUADRIMESTRE 2024 RISPETTO AL PRIMO QUADRIMESTRE DI QUEST'ANNO (GENNAIO - APRILE 2025)?



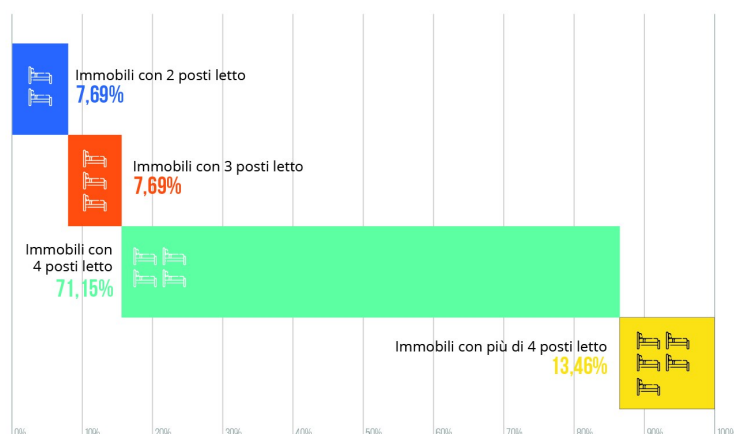
I dati raccolti rilevano che il volume di compravendite di immobili ad uso turistico (2° casa) dal terzo quadrimestre (periodo compreso tra settembre e dicembre 2024) rispetto al primo quadrimestre di quest'anno (gennaio - aprile 2025) per il 20% è diminuito del -15%, mentre per il 35% degli intervistati tra il -2% e +2%, per il 17percento degli intervistati da +2 a +5% ed infine il 3% del campione segnala un aumento delle compravendite di ben oltre il 15%.

CHE UTILIZZO PREVALENTE DELL'IMMOBILE INTENDE FARE IL CLIENTE CHE ACQUISTA DALLA SUA AGENZIA UN'ABITAZIONE IN UNA LOCALITÀ TURISTICA?



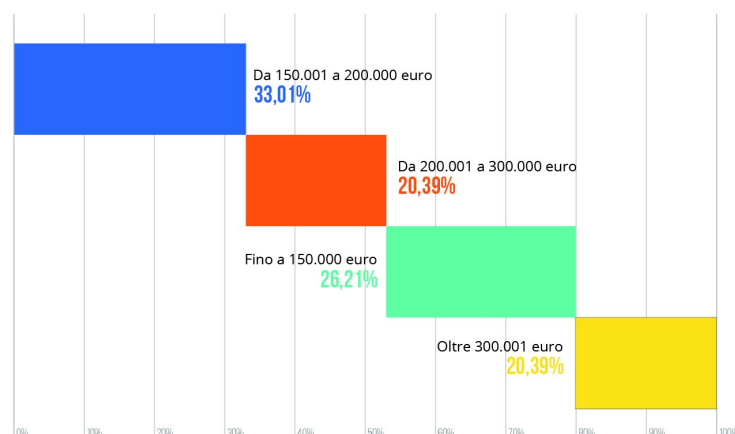
La clientela che acquista in agenzia immobiliare un'abitazione ad uso turistico per il 61,54% sceglie sempre di più una seconda casa per le vacanze familiari. Aumentano rispetto all'anno precedente del +23,08% chi acquista per investimento e coloro che scelgono una permuta 3,85% in sostituzione della prima casa.

QUALE TIPOLOGIA ABITATIVA VALUTA IL CLIENTE DELLA SUA AGENZIA CHE OPTA PER L'ACQUISTO DI UNA CASA AD USO TURISTICO?



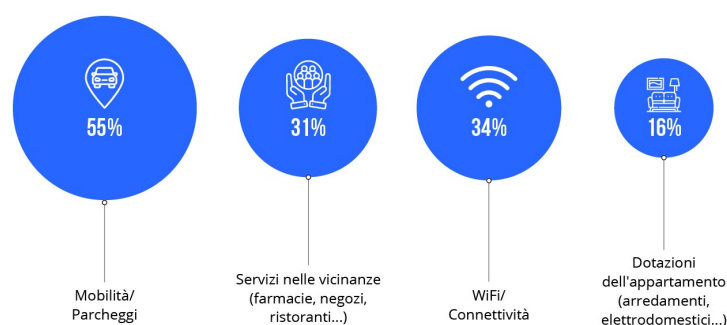
L'aumento sostanziale delle locazioni brevi ad uso turistico evidenzia un'aumento della richiesta di locazioni brevi per la tipologia abitativa di ampia metratura e con più di 4 posti letto + 13,46% in netta crescita rispetto all'anno precedente. Viene ricercata la tipologia dei 4 posti letto per il 71,15% di coloro che optano su una casa per le vacanze.

QUAL' E' IL BUDGET MEDIO CHE IL CLIENTE METTE A DISPOSIZIONE PER UNA COMPRAVENDITA GESTITA DALLA SUA AGENZIA?



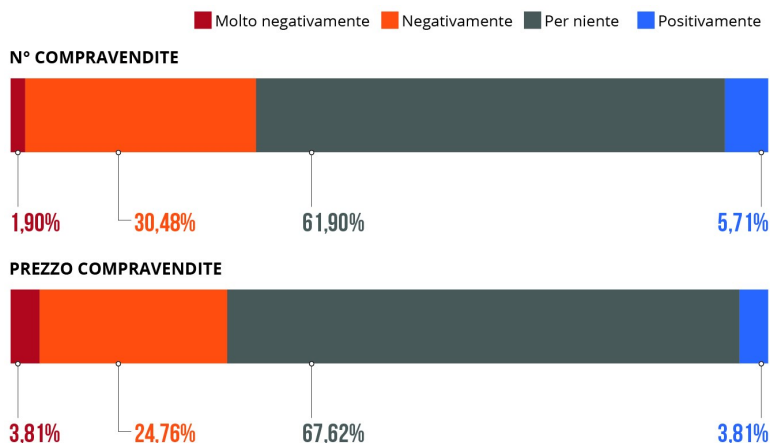
Il budget medio che il cliente mette a disposizione per una compravendita gestita da un'agenzia immobiliare è in chiaro aumento nel 2025, nonostante l'aumento dei prezzi registrato dal 27,5% degli agenti intervistati. Crescono i budget per gli acquisti immobiliari: il 33,01% degli acquirenti fino a 200.000 Euro, per il 20,39% da 200mila a 300mila Euro e oltre i 300mila Euro per il 20,39%.

QUANTA IMPORTANZA HANNO I SEGUENTI SERVIZI PER UN NUCLEO FAMILIARE INTENZIONATO AD ACQUISTARE UN IMMOBILE AD USO TURISTICO (2° CASA)?



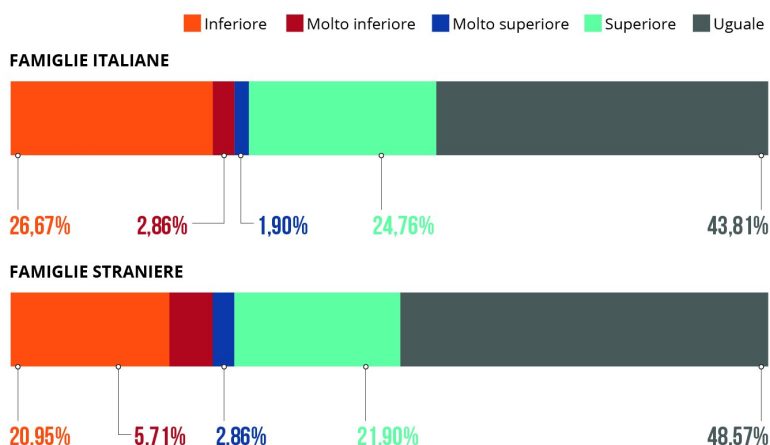
I nuclei familiari scelgono di acquistare immobili ad uso turistico dotati di servizi quali: mobilità e parcheggi 55%, servizi di prossimità (farmacie, negozi e ristoranti) 31% e Wi-Fi e connettività per il 34%.

L'INTRODUZIONE DELLA CEDOLARE AL 26% SUGLI IMMOBILI DESTINATI AD USO TURISTICO PER LE LOCAZIONI BREVI QUANTO HA INCISO SUL MERCATO DELLE COMPRAVENDITE DELLE SECONDE CASE?



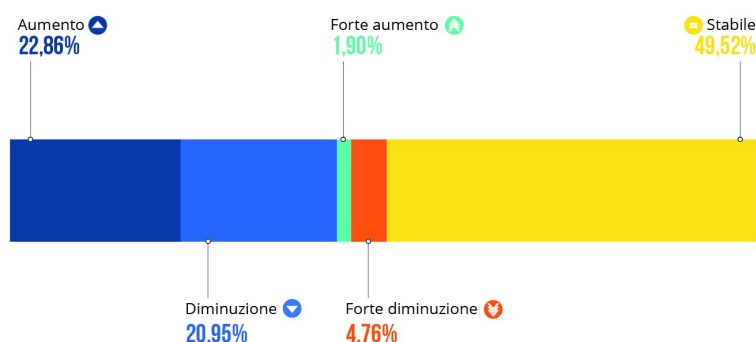
L'introduzione della cedolare secca al 26% sugli immobili destinati ad uso turistico per le locazioni brevi non ha inciso sul mercato delle compravendite delle seconde case: né sul numero delle compravendite, né sui sui prezzi degli immobili. Le risposte degli agenti immobiliari Fiaip sottolineano come questa aliquota variata non abbia inciso sul numero delle compravendite (61,90%), né sul prezzo delle stesse (67,62%).

RISPETTO A QUANTO OSSERVATO NEI PASSATI 12 MESI, IL NUMERO DI FAMIGLIE INTENZIONATE AD ACQUISTARE UN'ABITAZIONE AD USO TURISTICO (2° CASA) IN ITALIA NEI PROSSIMI 12 MESI SARA'?



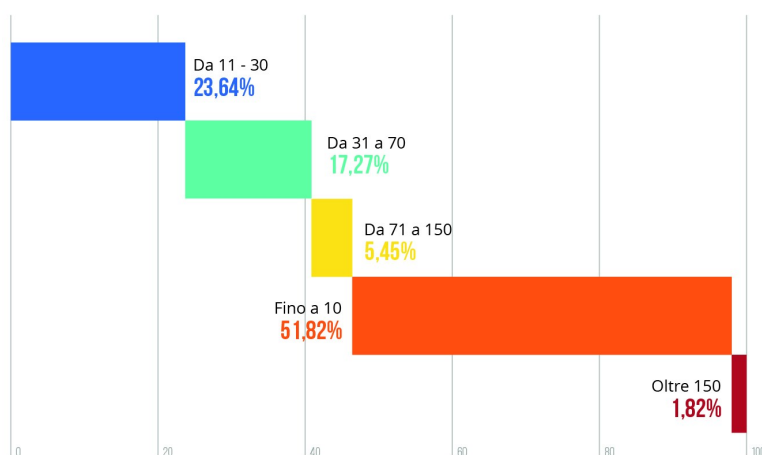
Prospettive positive per il mercato. In netta crescita +43,81% il numero delle famiglie italiane che hanno deciso di acquistare una seconda casa ad uso turistico nei prossimi 12 mesi. Una percezione che rimane stabile per il 48,57% di famiglie straniere

TREND - PENSA CHE IL PERIODO MAGGIO 2025 - SETTEMBRE 2025 PORTERA' VARIAZIONE SU N° COMPRAVENDITE ?



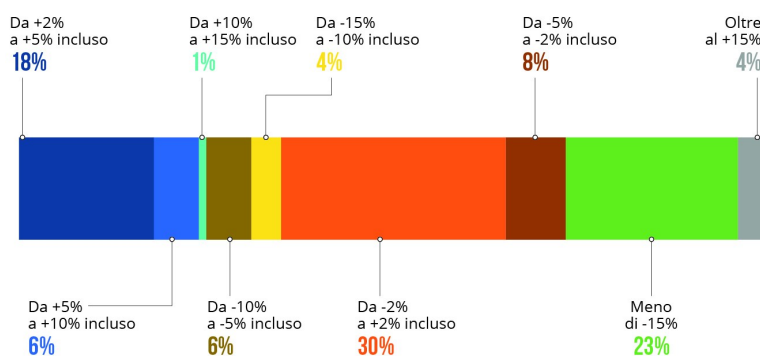
Gli agenti immobiliari Fiaip ritengono che vi sia un trend per l'Estate 2025 in aumento per il 22,86% degli intervistati, un forte aumento viene segnalato dal 1,90% ed il 49,52% ritiene l'andamento delle compravendite allo stesso livello dello scorso anno.

QUAL' E' IL NUMERO DI IMMOBILI GESTITI DALLA SUA AGENZIA PER LOCAZIONI TURISTICHE NELL'ULTIMO ANNO?



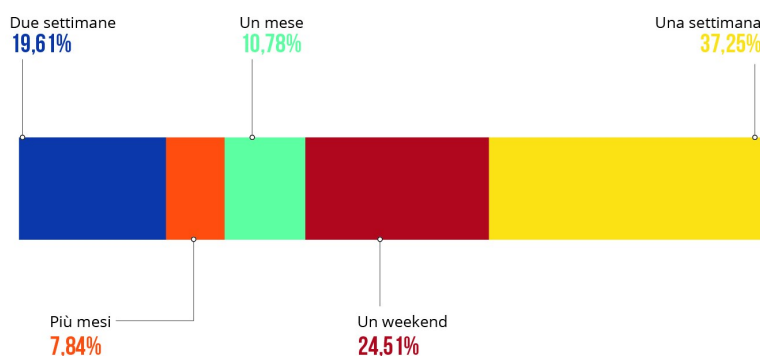
Il numero di immobili gestiti dalle agenzie immobiliari per locazioni turistiche nell'ultimo anno ha avuto una media fino a 10 immobili per la maggior parte ovvero 51,82% e da 31 a 70 immobili in gestione per il 17,27% degli agenti. Solo il 1,82% ha avuto oltre 150 immobili in gestione nel corso dell'anno.

DAL 2024 AD OGGI, QUAL' E' STATA LA VARIAZIONE NEL NUMERO DI LOCAZIONI DI IMMOBILI AD USO TURISTICO GESTITA DALLA SUA AGENZIA RISPETTO AGLI INCARICHI ?



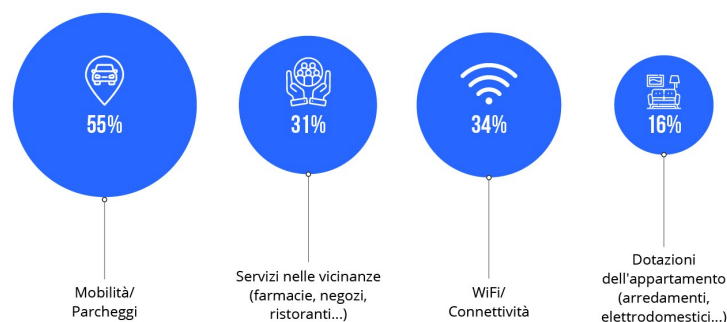
L'aumento della variazione nel numero di locazioni di immobili ad uso turistico gestita dalle agenzie immobiliari (incarichi) é in crescita tra il 2-5% per il 18% degli agenti, tra il 5-10% per il 6% e oltre il 15% per il 4% degli intervistati.

SECONDO LA SUA ESPERIENZA, QUAL' E' IL SOGGIORNO MEDIO DI UNA FAMIGLIA ITALIANA PER UNA CASA ADIBITA A LOCAZIONE TURISTICA?



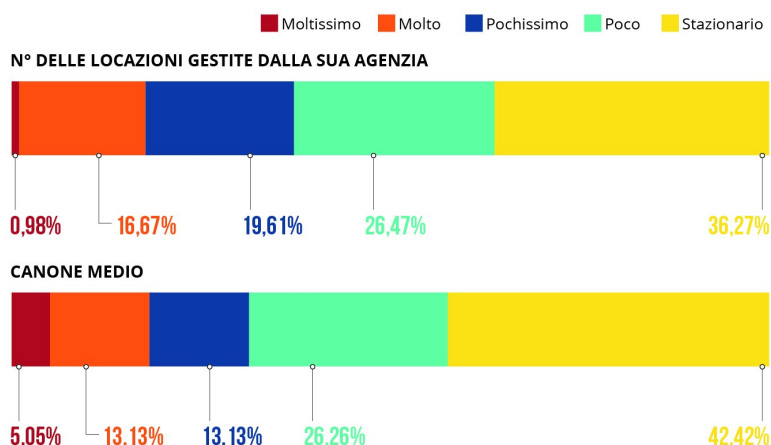
La durata media di un soggiorno per una famiglia italiana media che opta per un immobile ad uso turistico é di un weekend per il 24,51%, di due settimane per il 19,61%, di una settimana per la maggior parte degli agenti 37,25% e solo il 10,78% sceglie soggiorni mensili o di più mesi (7,84%).

QUANTA IMPORTANZA HANNO I SEGUENTI SERVIZI VALUTATI DAL CLIENTE QUANDO SCEGLIE UN IMMOBILE AD USO TURISTICO?



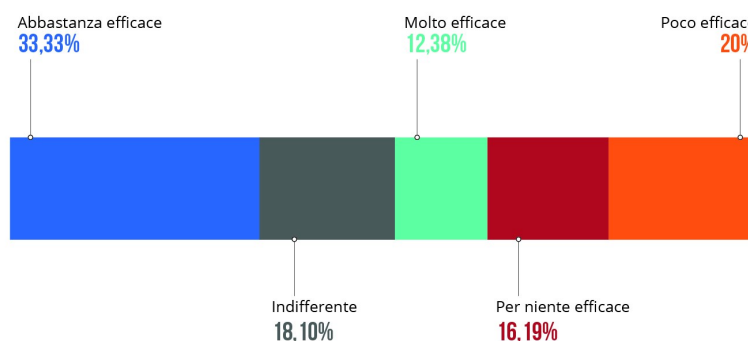
Per i clienti degli immobili ad uso turistico hanno particolare importanza i servizi offerti da chi affitta una casa per le vacanze come i parcheggi (55%), i servizi di prossimità (31%) e il WiFi 34%.

RISPETTO AL 2024, QUANTO HA INCISO L'INTRODUZIONE DELLA CEDOLARE SECCA PER IL PROPRIETARIO PRIVATO AL 26% NELLA VARIAZIONE DELLE LOCAZIONI E SUI CANONI ?



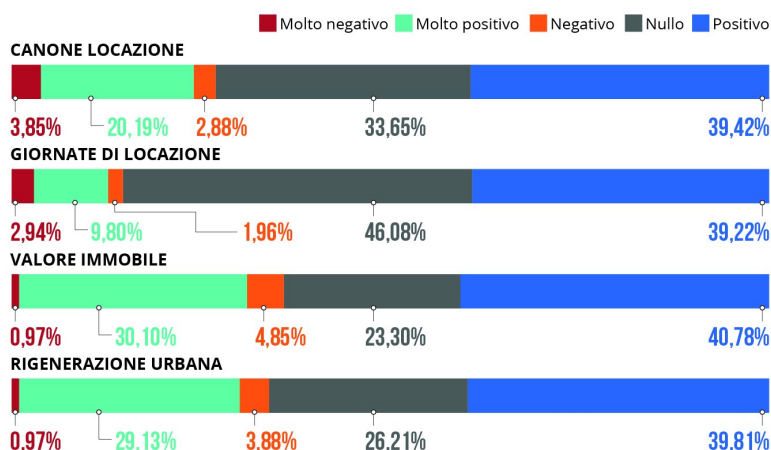
Il numero delle locazioni immobiliari gestite dalle agenzie immobiliare é stazionario rispetto all'anno precedente (36,27%), nonostante l'aliquota fiscale al 26%. Il canone medio per le locazioni per il 42,42% degli intervistati é stazionario.

QUANTO SARA' EFFICACE IL CIN - CODICE IDENTIFICATIVO NAZIONALE - CONTRO L'ABUSIVISMO NELLE LOCAZIONI?



Il CIN - codice identificativo nazionale, una volta applicato da tutti i portali immobiliari, avrà buoni risultati nella lotta al contrasto all'abusivismo degli annunci immobiliari on line. Per il 33,33% é abbastanza efficace contro l'abusivismo nelle locazioni, molto efficace per il 12,38%, mentre solo il 16,19% degli intervistati lo ritiene per niente efficace.

PARLANDO DI IMMOBILI ADIBITI A LOCAZIONE TURISTICA, IN CHE MODO INCIDE LA LORO CONFORMITA' ALLE NORMATIVE URBANISTICHE, EDILIZIE, IGIENICO-SANITARIE E DI SICUREZZA DEGLI IMPIANTI ?



Negli immobili ad uso turistico emerge un dato molto importante rispetto alle recenti normative: la conformità alle normative urbanistiche, edilizie, igienico-sanitarie e di sicurezza degli impianti incide in maniera nettamente positiva per il valore immobiliare (40,78%), secondo gli intervistati Fiaip, molto positiva per il 20,19% rispetto al canone di locazione, così come per la rigenerazione urbana 29,13%.

COME CONTRIBUISCE L'AUMENTO DELLE LOCAZIONI BREVI NEI CENTRI STORICI E/O NELLE LOCALITÀ TURISTICHE?

16,82%
positivamente

N° di residenti

65,74%
positivamenteN° di attività
commerciali/
indotto83,5%
positivamentePotenzialità
turistica
del territorio
(nuove attività)62,96%
positivamenteDecoro urbano/
rigenerazione
del patrimonio
edilizio50,93%
positivamenteInvestimenti da parte
della Pubblica
Amministrazione
(utilizzando la tassa
di soggiorno)

L'aumento delle locazioni brevi ad uso turistico nei centri storici, così come nelle località turistiche viene visto positivamente per il numero di residenti (16,82%), rispetto alla ricaduta turistica sul territorio (83,5%) e sull'indotto delle attività commerciali locali (65,74%), per il decoro urbano e la rigenerazione urbana che portano queste tipologie di ricettività extra-alberghiera ai centri storici e alle località turistiche (62,96%) oltre che una ricaduta positiva per l'amministrazione con la tassa di soggiorno (50,93%).

SIMPLY AGENT

Il Personal Back Office per la tua agenzia immobiliare, tu vendi e noi pensiamo a tutto il resto

ALCUNI DEI NOSTRI SERVIZI



Antiriciclaggio NoProblem

Il primo gestionale antiriciclaggio che ti supporta in ogni fase, adeguata verifica, analisi del rischio, archiviazione e conservazione attraverso le migliori tecnologie presenti sul mercato.



Firma Digitale

Firma i tuoi contratti e fai firmare gratuitamente ai tuoi clienti qualsiasi documento senza spostarti dall'ufficio, senza carta e con pieno valore legale!



START - Il punto di partenza della valutazione immobiliare

L'unico servizio che permette di integrare la tua valutazione immobiliare con i dati reali di compravendita degli immobili



Planimetrie

Con pochi click ed in poco tempo puoi ricevere direttamente nella tua casella di posta elettronica la visura planimetrica di qualsiasi immobile. Senza abbonamenti o anticipi!



Gestione e registrazione contratti di locazione

Registra con noi i tuoi contratti di locazione, senza errori e con la massima velocità!



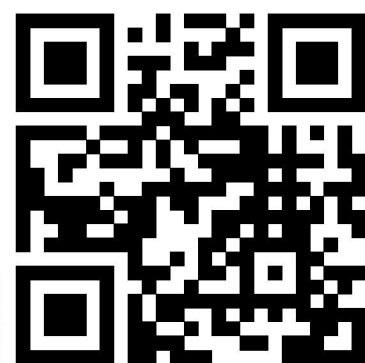
Consulenza del Lavoro

Acquista la consulenza in materia di diritto del lavoro, sindacale e previdenza. Metti al sicuro i rapporti con i tuoi collaboratori! Offriamo anche il servizio di certificazione del contratto di lavoro



Scopri tutti i servizi sul sito
simplyagent.it

o inquadra il QRCode



**CANONI
NELLE LOCAZIONI BREVI
AD USO TURISTICO**

E

**VALORI
NELLE COMPRAVENDITE
DELLE SECONDE CASE**



IL TURISMO BALNEARE E' IL PUNTO DI FORZA PER L'OFFERTA NAZIONALE

Locazioni brevi alla stregua dell'hôtellerie

A cura di **Centro Studi Fiaip**

Il turismo balneare è in assoluto il punto di forza del turismo nazionale e vede la sua presenza capillare nell'intero territorio nazionale, che per sua collocazione naturale geografica si affaccia sul mare.

La costa italiana offre un'ampia scelta di possibilità di soggiornare in località con spiagge sabbiose, baie con insenature incantevoli, coste rocciose, con un mare unico nella sua diversità.

Gli appartamenti e le ville per vacanze gestiti per le locazioni brevi dalle agenzie immobiliari turistiche specializzate sono garantiti nel rapporto diretto, nell'offerta di un prodotto di qualità e nella trasparenza e correttezza del servizio.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
BASILICATA				
Lido di Metaponto (MT)	500	900	200	400
Maratea (PZ)	700	1.100	350	500
Marina di Pisticci (MT)	600	1.100	200	400
Nova Siri (MT)	350	800	150	400
Policoro (MT)	700	1.200	300	500
Scansano Jonico (MT)	400	900	200	450
CALABRIA				
Capo Vaticano (VV)	950	1.150	500	750
Caulonia (RC)	450	550	200	350
Pizzo Calabro(VV)	900	1.100	450	700
Roccella Ionica (RC)	600	700	350	500
Scalea (CS)	700	1.100	400	700
Siderno (RC)	550	650	250	400
Tropea (VV)	1.100	1.200	500	800
CAMPANIA				
Amalfi (SA)	2.000	2.400	700	1.000
Capaccio Paestum (SA)	1.600	2.000	500	1.000
Palinuro (SA)	800	1.000	300	600
Positano (SA)	2.000	2.400	500	600
Sorrento (NA)	2.000	2.400	400	500
Vietri sul Mare (SA)	700	900	300	450
EMILIA ROMAGNA				
Cattolica (RN)	900	1.000	500	580
Cervia (RA)	1.100	1.250	600	700
Cesenatico (FC)	1.000	1.200	550	700
Milano Marittima (RA)	1.250	2.800	850	950
Riccione (RN)	1.300	1.500	870	980
Rimini (RN)	1.000	1.500	400	750
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Grado (GO)	550	1.150	400	650
Lignano Sabbiadoro (UD)	550	1.250	200	450
LAZIO				
Anzio (RM)	1.200	2.500	800	1.500
Fondi (LT)	1.000	1.800	500	900
Gaeta (LT)	1.200	2.500	700	1.300
Montalto Marina (VT)	1.200	2.100	800	1.200

Canoni di locazione turistica, espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Sabaudia (LT)	1.400	2.000	800	1.400
Santa Marinella (RM)	1.000	2.000	700	1.200
Tarquinia Lido (VT)	1.000	2.000	700	1.200
Terracina (LT)	800	1.500	500	900
LIGURIA				
Alassio (SV)	1.200	3.000	500	1.000
Arenzano (GE)	650	850	400	550
Cinque Terre Parco Nazionale (SP)	1.700	3.000	800	1.500
Diano Marina (IM)	800	1.400	350	500
Finale Ligure (SV)	700	1.400	400	600
Imperia (IM)	650	1.000	450	650
Lerici (SP)	1.700	2.500	350	800
Sanremo (IM)	750	1.000	350	450
Santa Margherita Ligure (GE)	2.000	3.000	800	1.200
Sestri Levante (GE)	900	1.500	400	700
MARCHE				
Fano (PU)	700	1.000	300	650
Gabicce Mare (PU)	900	1.200	400	800
Grottamare (AP)	800	1.100	300	500
Marotta (PU)	700	1.100	300	650
Numana/Marcelli (AN)	700	1.400	400	600
Pesaro (PU)	700	900	300	600
Porto San Giorgio (FM)	800	1.100	350	500
Porto Recanati (MC)	800	1.100	450	600
San Benedetto del Tronto (AP)	800	1.100	300	500
Senigallia (AN)	800	1.300	400	700
Sirolo (AN)	800	1.500	400	750
PUGLIA				
Campomarino (TA)	700	1.200	400	600
Castellaneta Marina (TA)	1.000	2.000	500	750
Castro (LE)	800	1.200	400	600
Cisternino (BR)	800	1.200	350	600
Gallipoli (LE)	1.000	1.700	600	900
Leporano (TA)	800	1.200	400	600
Monopoli (BA)	1.000	1.500	450	700
Ostuni (BR)	800	1.200	350	600
Otranto (LE)	950	1.350	600	800

Canoni di locazione turistica, espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Peschici (FG)	700	1.000	300	450
Polignano a Mare (BA)	1.000	1.500	450	700
Porto Cesareo (LE)	1.000	1.400	400	600
Pulsano (TA)	800	1.200	400	600
S.Isidoro - Nardò (LE)	900	1.200	300	500
San Cataldo (LE)	650	850	400	550
San Foca (LE)	800	1.200	400	600
Santa Maria al Bagno - Nardò (LE)	1.100	1.700	400	600
Savelletri (BR)	1.200	2.500	500	900
Torre dell'Orso (LE)	600	1.200	300	500
Ugento (LE)	800	1.300	400	600
Vieste (FG)	800	1.100	300	450
SARDEGNA				
Arzachena (SS)	1.500	2.200	700	1.000
Muravera/Castidas Mare (OT)	1.500	2.000	1.000	1.500
Orosei (NU)	800	1.800	500	900
Porto Cervo (SS)	2.500	3.500	1.800	3.000
Porto Rotondo (SS)	1.800	3.500	1.500	2.500
Villasimius (CA)	1.500	3.000	1.000	2.000
SICILIA				
Cefalù (PA)	800	1.300	500	700
Giardini Naxos (ME)	1.200	2.400	170	350
Milazzo (ME)	800	1.400	450	650
Taormina (ME)	1.700	3.500	600	1.200
TOSCANA				
Castiglioncello (LI)	1.000	1.300	550	670
Castiglione della Pescaia (GR)	1.500	2.900	800	1.100
Forte dei Marmi (LU)	2.200	4.000	800	1.500
Marina di Cecina (LI)	800	900	350	400
Orbetello (GR)	1.000	1.800	700	900
Vada (LI)	900	1.200	500	600
Viareggio (LU)	700	2.000	400	1.000
VENETO				
Bibione (VE)	1.200	1.300	500	600
Cavallino-Treporti (VE)	1.100	1.200	500	600
Jesolo (VE)	1.200	1.300	500	700
Lido di Venezia (VE)	1.500	1.700	600	800

Canoni di locazione turistica, espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
BASILICATA		
Lido di Metaponto (MT)	675	700
Maratea (PZ)	1.000	2.000
Marina di Pisticci (MT)	1.000	1.200
Nova Siri (MT)	600	1.300
Policoro (MT)	1.200	2.500
Scansano Jonico (MT)	600	1.200
CALABRIA		
Capo Vaticano (VV)	1.000	1.400
Caulonia (RC)	750	1.050
Pizzo calabro (RC)	900	1.300
Roccella Ionica (RC)	900	1.300
Siderno (RC)	800	1.100
Tropea (VV)	1.200	1.600
CAMPANIA		
Amalfi (SA)	8.000	10.000
Capaccio Pestum (SA)	1.200	1.700
Palinuro (SA)	1.500	2.000
Positano (SA)	8.000	10.000
Sorrento (NA)	8.000	10.000
Vietri sul Mare (SA)	2.400	3.000
EMILIA ROMAGNA		
Cervia (RA)	3.500	3.800
Cesenatico (FC)	3.500	3.900
Cattolica (RN)	2.800	3.300
Milano Marittima (RA)	4.300	4.700
Riccione (RN)	5.000	5.500
Rimini (RN)	3.300	3.500
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Grado (GO)	2.800	3.500
Lignano Sabbiadoro (UD)	3.300	3.900

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
LAZIO		
Anzio (RM)	1.400	2.300
Fondi (LT)	1.400	1.800
Gaeta (LT)	1.800	2.500
Montalto Marina (VT)	2.000	2.700
Sabaudia (LT)	1.700	2.200
Santa Marinella (RM)	1.650	2.350
Tarquinia Lido (VT)	1.550	2.300
Terracina (LT)	1.850	2.500
LIGURIA		
Alassio (SV)	5.000	8.000
Arenzano (GE)	2.800	3.800
Diano Marina (IM)	3.000	4.500
Imperia (IM)	n.p	n.p
Finale Ligure (SV)	3.500	6.000
Lerici (SP)	3.000	5.000
Sanremo (IM)	2.000	4.000
Santa Margherita Ligure (GE)	4.300	5.800
Sestri Levante (GE)	3.500	5.000
MARCHE		
Ancona (AN)	1.300	1.300
Fano (PU)	2.000	2.800
Gabicce (PU)	2.500	3.500
Grottanare (AP)	2.800	5.500
Marotta (PU)	2.100	2.500
Numana (AN)	2.300	2.800
Pesaro (PU)	2.300	3.200
Porto PotenzaPicena (MC)	1.800	2.400
Porto San Giorgio (FM)	2.200	2.500
PortoRecanati (MC)	1.800	2.400
San Benedetto del Tronto (AP)	2.800	4.000
Senigallia (AN)	1.800	2.200
Sirolo (AN)	2.100	2.700

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
PUGLIA		
Campomarino (TA)	2.000	3.500
Castellneta Marina (TA)	1.500	3.000
Castro (LE)	1.800	2.800
Cisternino (BR)	1.400	2.100
Gallipoli (LE)	1.350	1.900
Leporano (TA)	1.500	2.200
Monopoli (BA)	1.800	3.800
Ostuni (BR)	1.500	3.500
Otranto (LE)	2.400	3.000
Peschici (FG)	1.500	1.700
Polignano a Mare (BA)	2.000	3.500
Porto Cesareo (LE)	1.800	2.800
Pulsano (TA)	1.500	2.200
Rodi Garganico (FG)	1.200	1.500
S.Isidoro - Nardo (LE)	900	1.300
San Cataldo (LE)	1.350	1.600
San Foca (LE)	1.600	2.000
Santa Caterina - Nardò (LE)	1.800	3.500
Santa Maria al Bagno - Nardò (LE)	1.600	3.000
Savelletri (BR)	2.500	4.500
Torre dell'Orso (LE)	1.700	3.200
Ugento (LE)	1.100	2.300
Vieste (FG)	1.700	2.000
SARDEGNA		
Arzachena (SS)	1.500	1.750
Muravera/Castiadas Mare (SU)	1.900	2.700
Porto Cervo (SS)	3.900	5.600
Porto Rotondo (SS)	2.600	3.800
Villasimius (SU)	2.200	3.000

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
SICILIA		
Capo d'Orlando (ME)	1.500	1.800
Giardini Naxos (ME)	1.500	3.000
Messina	1.100	1.500
Milazzo (ME)	1.300	1.600
Taormina (ME)	2.500	5.500
TOSCANA		
Castiglioncello (LI)	2.500	3.200
Marina di Cecina (LI)	2.100	2.800
Vada (LI)	2.200	3.000
Viareggio (LU)	2.200	2.600
VENETO		
Bibione (VE)	1.900	2.250
Caorle (VE)	2.150	2.450
Cavallino-Treporti (VE)	2.000	2.700
Jesolo (VE)	2.350	2.800
Lido di Venezia (VE)	2.800	3.300

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.



LE PIU' BELLE E QUELLE MENO CONOSCIUTE D'ITALIA

All'insegna del turismo sostenibile e responsabile

A cura di **Centro Studi FIAIP**

Il fascino delle isole italiane è conosciuto in tutto il mondo ed ha qualcosa fuori dal comune: che si tratti di spiagge e cale immacolate o scogliere che precipitano nel Mediterraneo, l'Italia offre ai suoi avventori infinite possibilità di scelta che vengono sempre più gettonate dalla clientela straniera.

Ma quali sono le isole italiane che andrebbero visitate almeno una volta nella vita?

In Italia le isole sono più di 800, ma gli agenti immobiliari Fiaip ne hanno scelte quest'anno solo alcune che per bellezza e unicità sapranno certamente entrare nel cuore di molti turisti.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
CAMPANIA				
Capri (NA)	2.600	4.200	1.100	1.600
Ischia (NA)	1.300	1.800	700	1.000
LAZIO				
Pontine (LT)	1.400	2.550	1.150	2.250
PUGLIA				
Isole Tremiti: San Dominio (FG)	800	2.000	700	750
Isole Tremiti: San Nicola (FG)	1.000	2.500	750	900
SARDEGNA				
Carloforte (SU)	1.200	1.500	500	800
Maddalena (SS)	1.400	2.000	600	900
SICILIA				
Isole Eolie: Alicudi (ME)	1.100	1.500	850	980
Isole Eolie: Filicudi (ME)	1.300	1.700	800	1.000
Isole Eolie: Lipari (ME)	980	1.400	500	850
Isole Eolie: Panarea (ME)	1.300	2.200	950	1.150
Isole Eolie: Salina (ME)	1.150	1.500	700	950
Isole Eolie: Stromboli (ME)	1.250	1.700	700	1.000
Isole Eolie: Vulcano (ME)	1.100	1.400	550	850
Lampedusa (AG)	900	1.500	500	900
Marettimo (TP)	1.000	1.500	500	900
TOSCANA				
Elba (LI)	1.900	3.000	500	1.100

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
CAMPANIA		
Capri (NA)	7.000	12.000
Ischia (NA)	2.500	3.500
LAZIO		
Isole Pontine (LT)	3.500	5.000
PUGLIA		
Isole Tremiti: San Dominio (FG)	2.500	4.000
Isole Tremiti: San Nicola (FG)	2.500	5.000
SARDEGNA		
Carloforte (SU)	1.000	1.950
Maddalena (SS)	2.200	3.000
SICILIA		
Isole Eolie: Alicudi (ME)	1.000	1.500
Isole Eolie: Filicudi (ME)	1.500	2.400
Isole Eolie: Lipari (ME)	1.800	2.200
Isole Eolie: Panarea (ME)	2.000	2.500
Isole Eolie: Salina (ME)	1.400	2.500
Isole Eolie: Stromboli (ME)	1.900	2.200
Isole Eolie: Vulcano (ME)	1.900	2.200
TOSCANA		
Elba (LI)	3.000	3.750

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.



TURISMO RURALE

Una meta sempre piu' richiesta
per lo splendore della campagna italiana

A cura di **Centro Studi FIAIP**

L'Italia è conosciuta in tutto il mondo per le bellezze paesaggistiche, in particolare per le spettacolari colline e campagne che ne impreziosiscono il territorio.

Le località di vacanza situate in campagna offrono soggiorni ideali per chi ama il verde, le passeggiate, il trekking, i percorsi con la mountain bike, ideali per famiglie ed appassionati delle escursioni plen air in tutte le stagioni.

Gli appartamenti e le ville, anche bifamiliari, offerti sul mercato delle locazioni brevi dalle agenzie immobiliari turistiche, appartengono a quel segmento dell'ospitalità che da sempre coniuga la voglia di libertà e la qualità della vacanza.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
BASILICATA				
Val D'Agri (PZ)	600	1.100	200	400
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Collio Goriziano (GO)	760	1.520	450	800
PUGLIA				
Alberobello (BA)	1.000	2.200	600	900
Carovigno (BR)	700	2.500	400	600
Fasano (BR)	700	2.500	400	600
Galatina (LE)	600	850	450	550
Leverano (LE)	600	850	450	550
Manfredonia (FG)	600	1.000	250	350
Martina Franca (TA)	900	1.500	400	600
Minervino Murge (BAT)	800	1.100	300	500
Nardò (LE)	700	900	400	600
San Fedrdinando Puglia (BAT)	700	1.000	300	500
San Vito dei Normanni (BR)	700	1.300	400	600
Vernole (LE)	600	850	450	550
TOSCANA				
Greve in Chianti (FI)	1.400	2.150	850	1.600
Maremma (GR)	800	1.200	500	900
Montalcino (SI)	800	1.600	700	1.100
Mugello (FI)	900	1.500	600	1.100
UMBRIA				
Orvieto (TR)	650	1.000	500	800
Spoletto (PG)	650	1.000	500	800
Todi (PG)	650	1.000	500	800
VENETO				
Abano Terme (PD)	1.100	1.200	500	600
Belluno (BL)	1.100	1.200	500	600
Valdobbiadene (TV)	900	1.200	400	500

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
BASILICATA		
Lavello (PZ)	850	1.000
Val d'Agri (PZ)	700	900
Venosa (PZ)	850	1.000
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Collio Goriziano (GO)	850	1.150
MARCHE		
Jesi (AN)	1.300	1.800
PUGLIA		
Alberobello (BA)	1.500	3.000
Carovigno (BR)	1.400	2.100
Fasano (BR)	1.300	2.500
Galatina (LE)	1.100	1.500
Leverano (LE)	450	700
Manfredonia (FG)	800	1.700
Martina Franca (TA)	800	2.000
Minervino Murge (BAT)	600	1.300
Nardò (LE)	1.100	1.700
San Ferdinando di Puglia (BAT)	700	1.700
San Vito dei Normanni (BR)	1.000	2.000
Vernole (LE)	1.300	1.600
TOSCANA		
Castelnuovo Berardenga (SI)	1.300	1.600
Greve in Chianti (FI)	1.800	2.200
San Quirico d'Orcia (SI)	1.000	1.200
UMBRIA		
Orvieto (TR)	800	2.500
Spoletto (PG)	800	2.500
Todi (PG)	800	2.500
VENETO		
Abano Terme (PD)	1.000	1.200
Belluno (BL)	1.450	1.750
Valdobbiadene (TV)	1.000	1.200

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.



PER GLI AMANTI DEL TURISMO DI PROSSIMITA'

Sempre piu' promossi come risorsa di turismo lento

A cura di **Centro Studi FIAIP**

Luoghi che ci trasmettono la storia delle tradizioni e della cultura oramai passate all'insegna dell'ambiente, dell'enogastronomia e di quel turismo lento che oramai tocchiamo con mano quotidianamente.

Questo fenomeno farà vivere quelle comunità e garantire quei servizi di vicinato importanti per la popolazione che vi risiede.

Molto importante sarà la valorizzazione di quel patrimonio residenziale da troppo tempo è rimasto con le luci spente e che oggi vede nei flussi turistici e nelle locazioni brevi una nuova ripartenza da non contrastare, ma sostenere anche attraverso investimenti sulle infrastrutture tecnologiche.

Importante sarà riuscire a programmare una stagione di eventi turistici che abbracci tutti i dodici mesi dell'anno. Ma questo gli amministratori locali lo sanno molto bene.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
BASILICATA				
Matera (MT)	800	2.000	500	900
CALABRIA				
Gerace (RC)	400	500	200	250
CAMPANIA				
Castellabate (SA)	2.500	3.500	500	1.500
Cetara (SA)	700	1.000	320	400
Pompei (NA)	1.400	2.000	700	1.000
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Aquileia (UD)	300	560	250	350
Sauris (UD)	740	980	540	710
LAZIO				
Atina (FR)	700	900	500	700
Castelgandolfo (RM)	900	1.500	700	1.200
Isola del Liri (FR)	900	1.300	700	1.000
Nemi (RM)	700	1.300	500	800
San Felice Circeo (LT)	1.200	2.500	700	1.300
Sperlonga (LT)	1.600	2.350	650	1.100
Sutri (VT)	800	1.300	600	1.000
Tarquinia (VT)	1.000	2.000	500	1.200
LIGURIA				
Finalborgo (SV)	700	1.200	300	500
Monterosso (SP)	1.700	3.000	800	1.500
Portofino (GE)	10.000	18.000	n.p.	n.p.
LOMBARDIA				
Boario Terme (BS)	450	1.350	350	1.150
Crema (CR)	600	1.850	500	1.650
Pavia (PV)	900	1.900	850	1.550
MARCHE				
Gradara (PU)	600	800	250	250
PUGLIA				
Vico del Gargano (FG)	800	1.100	300	450
Monte Sant'Angelo (FG)	700	1.000	300	450
Polignano a Mare (BA)	1.000	1.500	450	700
Locorotondo (BA)	1.000	1.500	450	700
Trani (BAT)	700	1.100	350	600
Carovigno (BS)	800	1.200	350	600

Canoni di locazione turistica espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Martina Franca (TA)	1.000	1.500	500	750
Grottaglie (TA)	700	1.000	400	600
Acaya (LE)	600	770	300	480
Otranto (LE)	950	1.350	600	800
Nardò (LE)	700	1.000	400	600
Galatina (LE)	600	1.000	400	600
Leverano (LE)	600	1.000	400	600
Matino (LE)	420	600	300	600
Ostuni (BS)	800	1.200	350	600
SARDEGNA				
Alghero (SS)	1.200	1.500	500	800
Castelsardo (SS)	850	1.800	500	800
Posada (NU)	1.300	1.700	450	700
Santa Teresa Gallura (SS)	600	800	500	750
TOSCANA				
Burano (GR)	1.500	1.700	600	800
Capalbio (GR)	950	1.600	750	1.300
Certaldo (FI)	900	1.300	500	900
Massa Marittima (GR)	900	1.500	500	900
Montalcino (SI)	800	1.200	450	800
Pitigliano (GR)	750	1.250	450	800
San Gimignano (SI)	600	1.000	350	700
TRENTINO - ALTO ADIGE				
Vipiteno (BZ)	1.400	2.300	700	1.300
VENETO				
Asolo (TV)	1.100	1.200	500	600
Follina (TV)	900	1.200	400	500
Marostica (VI)	900	1.200	400	500
Peschiera (VR)	2.100	2.500	900	1.000

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
BASILICATA		
Matera (MT)	2.500	4.000
Melfi (PZ)	1.000	1.300
CALABRIA		
Gerace (RC)	500	800
CAMPANIA		
Castellabate (SA)	2.000	2.500
Cetara (SA)	3.300	4.000
Pompei (NA)	1.700	1.900
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Aquileia (UD)	800	1.200
San Daniele del Friuli (UD)	800	1.100
Sauris (UD)	720	1.430
LAZIO		
Atina (FR)	700	900
Castelgandolfo (RM)	1.600	2.300
Isola del Liiri (FR)	600	700
Nemi (RM)	1.200	1.600
San Felice Circeo (LT)	2.000	2.500
Sperlonga (LT)	5.000	7.500
Sutri (VT)	1.000	1.300
Tarquinia (VT)	1.500	2.000
LIGURIA		
Finalborgo (SV)	3.000	6.000
Monterosso (SP)	5.200	7.000
Portofino (GE)	14.000	18.000
LOMBARDIA		
Boario Terme (BS)	1.050	1.350
Crema (CR)	1.200	2.000
Pavia (PV)	1.900	2.200
Valeggio (PV)	1.150	1.650
MARCHE		
Arcevia (AN)	400	500

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Cingoli (MC)	1.000	1.200
Genga/Frasassi (AN)	400	500
Gradara (PU)	1.500	2.000
Offagna (AN)	900	1.300
PUGLIA		
Acaya (LE)	1.400	1.900
Carovigno (BS)	1.300	2.800
Galatina (LE)	800	2.000
Grottaglie (TA)	800	1.500
Leverano (LE)	400	800
Locorotondo (BA)	1.800	2.500
Martina Franca (TA)	800	1.200
Matino (LE)	900	1.350
Monte Sant'Angelo (GF)	1.500	1.700
Nardò (LE)	1.100	2.000
Ostuni (BS)	1.500	3.500
Otranto (LE)	2.400	3.000
Polignano a Mare (BA)	2.500	3.500
Trani (BAT)	900	1.700
Vito del Gargano (FG)	1.700	2.000
SARDEGNA		
Alghero (SS)	2.000	2.650
Castelsardo (SS)	1.400	2.000
Posada (NU)	1.350	1.900
Santa Teresa di Gallura (SS)	1.400	2.000
TOSCANA		
Burano (GR)	1.800	2.600
VENETO		
Asolo (TV)	1.550	1.900
Follina (TV)	900	1.000
Marostica (VI)	900	1.200
Murano (VE)	1.800	2.600
Peschiera (VR)	1.900	2.800

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

CITTÀ D'ARTE



L'INTRAMONTABILE FASCINO DEI CENTRI STORICI

Storia e cultura attraggono turisti da tutto il mondo

A cura di **Centro Studi FIAIP**

La bellezza del patrimonio culturale italiano torna a conquistare visitatori stranieri e moltissimi italiani e le città d'arte si candidano al ruolo di protagoniste anche nell'inverno 2024/2025.

Le città d'arte sono solitamente le mete preferite dai viaggiatori stranieri ed italiani ormai tutto l'anno, e anche il prossimo anno faranno il pieno di visitatori che affolleranno centri storici, musei, aree archeologiche, mostre, ristoranti e locali, come nella Capitale dove con il Giubileo 2025 si attendono 35milioni di presenze.

Il quadro che emerge è quello di una netta accelerazione, agevolata dalla presenze locali e dalla ripresa dei movimenti turistici internazionali: quest'estate il turismo culturale crescerà sensibilmente rispetto all'anno precedente.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
BASILICATA				
Matera (MT)	900	1.500	600	1.000
CAMPANIA				
Napoli (NA)	1.200	2.200	800	1.500
Salerno (SA)	650	1.500	350	650
EMILIA ROMAGNA				
Bologna (BO)	1.200	1.600	900	1.200
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Trieste (TS)	620	1.050	280	430
LAZIO				
Ostia Antica (RM)	800	1.200	500	800
Roma (RM)	1.000	1.600	800	1.100
Tivoli (RM)	800	1.400	500	800
Tuscania (VT)	800	1.200	500	800
Viterbo (VT)	800	1.500	500	1.000
LIGURIA				
Genova (GE)	600	900	500	700
LOMBARDIA				
Milano (MI)	1.200	7.300	950	6.400
PIEMONTE				
Torino (TO)	950	1.500	700	1.000
PUGLIA				
Alberobello (BA)	1.000	2.000	600	900
Andria (BAT)	700	1.100	350	600
Bari (BA)	1.000	1.500	400	550
Brindisi (BS)	800	1.200	450	600
Foggia (FG)	900	1.300	400	600
Galatina (LE)	600	1.000	300	500
Lecce (LE)	900	1.500	600	900
Manfredonia (FG)	600	1.000	250	350
Martina Franca (TA)	900	1.500	400	600
Nardò (LE)	700	900	400	600
Ostuni (BS)	800	1.200	350	600
Otranto (LE)	950	1.350	600	800
Taranto (TA)	900	1.500	400	600

Canoni di locazione turistica espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
SARDEGNA				
Cagliari (CA)	1.200	1.800	700	1.000
SICILIA				
Palermo (PA)	800	1.350	500	1.100
TOSCANA				
Firenze (FI)	1.100	1.500	800	1.100
Siena (SI)	900	1.500	700	1.000
VENETO				
Venezia (VE)	1.600	1.800	900	1.200
Verona (VR)	1.600	1.800	900	1.000

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
BASILICATA		
Matera (MT)	2.000	2.500
CAMPANIA		
Napoli (NA)	2.000	3.500
Salerno (SA)	4.000	6.000
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Trieste (TS)	1.820	2.250
LAZIO		
Ostia Antica (RM)	1.800	2.700
Roma (RM)	5.500	5.800
Tivoli (RM)	1.100	1.650
Tuscani (VT)	1.200	1.500
Viterbo (VT)	1.300	1.500
LIGURIA		
Genova (GE)	1.800	2.700
LOMBARDIA		
Milano (MI)	4.000	8.500
MARCHE		
Fabriano (AN)	600	800
Jesi (AN)	700	900
Loreto (PU)	1.000	1.200
Urbino (PU)	1.800	2.300
PUGLIA		
Alberobello (BA)	1.500	3.300
Andria (BT)	900	1.700
Bari (BA)	2.200	4.500
Brindisi (BS)	900	2.000
Foggia (FG)	900	1.300
Galatina (LE)	800	2.000
Lecce (LE)	1.200	2.200
Manfredonia (FG)	800	1.700
Martina Franca (TA)	800	2.000
Nardò (LE)	1.100	1.700
Ostuni (BS)	1.500	3.500

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Otranto (LE)	2.400	3.000
Taranto (TA)	1.000	2.500
SARDEGNA		
Cagliari (CA)	1.600	2.500
TOSCANA		
Firenze (FI)	4.500	5.500
Lucca (LU)	3.000	3.700
Siena (SI)	3.200	3.600
UMBRIA		
Orvieto (TR)	700	1.500
Spoletto (PG)	700	1.500
Todi (PG)	700	1.500
VENETO		
Belluno (BL)	1.800	2.600
Padova (PD)	2.400	2.900
Rovigo (RO)	1.000	2.000
Treviso (TV)	2.500	3.600
Venezia (VE)	3.950	6.500
Verona (VR)	4.000	5.600

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.



PASSEGGIATE ED ATTIVITA' ALL'ARIA APERTA

Luoghi per rigenerarsi totalmente

A cura di **Centro Studi FIAIP**

Sono sempre più coloro che scelgono vacanze all'insegna della natura, alla riscoperta di sentieri e rifugi, del trekking, del contatto con se stessi e dell'attività all'aria aperta. Moltissimi gli appassionati dell'outdoor e dell'alta e bassa montagna che amano le passeggiate, i ghiacciai e le località dove fare sport all'aperto in località turistiche sempre più internazionali e che spesso possono regalare temperature miti ai viaggiatori durante tutto l'anno.

In tutt'Italia i laghi sono un patrimonio da valorizzare ulteriormente grazie alla collaborazione tra istituzioni, enti locali, agenzie immobiliari ed operatori dei territori e nel Nord Italia in particolare, anche in vista dell'importante appuntamento delle Olimpiadi Milano - Cortina 2026. I laghi, spesso sono delle vere e proprie porte d'ingresso per le montagne, come in Lombardia e Veneto, e rappresentano un driver fondamentale per il turismo e lo sviluppo economico territoriale di molte aree del Paese, ognuno con le proprie tipicità, vero valore aggiunto per un turismo in grado di rispondere alle esigenze specifiche di ogni visitatore.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
ABRUZZO				
Ovindoli (AQ)	950	1.300	600	1.100
BASILICATA				
Pietrapertosa (PZ)	400	900	200	450
Sanseverino Lucano (PZ)	400	900	200	450
Terranova di Pollino (PZ)	400	900	200	450
CALABRIA				
Gambarie (RC)	500	600	200	400
Serra San Bruno (VV)	500	600	200	400
CAMPANIA				
Laceno (AV)	800	2.000	300	800
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Forni di Sopra (UD)	500	750	350	550
Sappada (UD)	850	1.450	450	600
Tarvisio - Camporosso (UD)	750	850	350	400
LAZIO				
Lago di Bolsena (VT)	900	1.200	600	900
Lago di Bracciano (RM)	800	1.100	500	700
LOMBARDIA				
Angera (VA)	750	1.500	400	1.350
Bormio (SO)	1.800	4.600	450	1.850
Chiesa in Valmalenco (SO)	1.100	3.900	350	1.600
Colico (LC)	700	2.750	550	1.750
Como (CO)	960	2.950	680	2.260
Iseo (BS)	1.500	3.000	800	1.500
Lecco (LC)	900	2.200	590	1.550
Livigno (SO)	1.850	6.780	580	1.400
Madesimo (SO)	1.900	4.800	800	1.500
Sirmione (BS)	1.800	3.800	1.000	2.500
PIEMONTE				
Sestriere (TO)	1.000	1.900	700	1.500
TRENTINO - ALTO ADIGE				
Madonna di Campiglio (TN)	1.400	2.500	700	1.500
Merano (BZ)	900	1.800	500	1.100
Ortisei (BZ)	1.100	1.800	1.000	1.500
Plan de Corones (BZ)	800	1.500	500	1.300
Selva di Val Gardena (BZ)	1.500	2.000	1.200	1.700

Canoni di locazione turistica espressi in euro, per una settimana in appartamento con 4 posti letto.

LOCALITA'	ALTA STAGIONE		BASSA STAGIONE	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Val di Fassa - Canazei (TN)	1.000	1.500	600	900
UMBRIA				
Lago Trasimeno (PG)	1.350	2.800	600	1.200
VALLE D'AOSTA				
Courmayeur (AO)	1.100	2.000	800	1.200
Gressoney (AO)	1.600	2.000	700	1.200
VENETO				
Alleghe (BL)	1.150	2.350	550	1.050
Asiago (VI)	2.100	2.400	900	1.000
Auronzo di Cadore (BL)	1.800	2.200	900	1.000
Cortina d'Ampezzo (BL)	2.100	2.500	900	1.000
Falcade (BL)	1.150	2.350	550	1.050
Lago di Garda (VR)	2.350	3.000	900	1.400

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
ABRUZZO		
Ovindoli (AQ)	1.150	1.700
BASILICATA		
Pietrapertosa (PZ)	600	800
Sanseverino Lucano (PZ)	600	800
Terranova di Pollino (PZ)	600	800
CALABRIA		
Gambarie (RC)	600	800
Serra San Bruno (VV)	700	900
CAMPANIA		
Laceno (AV)	500	1.200
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Sappada (UD)	1.850	2.800
LAZIO		
Lago di Bolsena (VT)	1.200	1.700
Lago di Bracciano (RM)	1.100	1.600
LOMBARDIA		
Angera (VA)	1.400	2.000
Bormio (SO)	2.500	4.500
Chiesa di Val Malenco (SO)	1.300	2.300
Colico (LC)	2.000	4.300
Como (CO)	2.500	4.500
Lago di Lecco (LC)	2.100	2.750
Lago d'Iseo - Iseo (BS)	1.650	2.250
Livigno (SO)	3.000	6.000
Madesimo (SO)	3.500	4.700
Sirmione (BS)	2.500	5.000
PIEMONTE		
Sestriere (TO)	2.200	3.200
TRENTINO - ALTO ADIGE		
Madonna di Campiglio - Pinzolo (TN)	9.000	12.000
Merano (BZ)	3.500	4.100
Ortisei (BZ)	5.000	9.500
Selva di Val Gardena (BZ)	5.700	9.200

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Val di Fassa - Canazei - Marmolada (TN)	5.000	6.800
UMBRIA		
Lago Trasimeno - Castiglione dal Lago (PG)	900	1.000
VALLE D'AOSTA		
Courmayeur (AO)	6.200	8.900
Gressoney (AO)	2.500	3.400
VENETO		
Asiago (VI)	1.000	1.200
Auronzo (BL)	1.000	1.200
Cortina D'Ampezzo (BL)	8.000	8.500
Falcade (BL)	1.600	2.300
Lago di Garda - Sirmione (VR)	4.600	5.700
Val di Zoldo (BL)	1.200	1.450

Valori di compravendita, espressi in euro/mq commerciale, per un appartamento con due camere.

FOCUS
OLIMPIADI INVERNALI 2026

MILANO - CORTINA

BELLUNO SI PREPARA AL BOOM CON I GIOCHI OLIMPICI

Olimpiadi 2026 motore del mercato immobiliare tra locazioni turistiche e nuove infrastrutture



Giuliano dal Magro

*Delegato Regionale FIAIP Turismo
Veneto*

La provincia di Belluno si sta rapidamente trasformando in vista dei Giochi Olimpici Invernali di Milano Cortina 2026, con un mercato immobiliare in fermento e un focus crescente sulle locazioni turistiche e sullo sviluppo infrastrutturale. L'assegnazione dei Giochi ha acceso i riflettori su questo gioiello delle Dolomiti, innescando una corsa agli investimenti e una rinnovata attenzione verso il potenziale turistico del territorio. Locazioni turistiche in prima linea: Il settore delle locazioni turistiche sta vivendo una fase di grande espansione. La domanda di alloggi a breve termine è in costante aumento, trainata dalla crescente visibilità internazionale della zona e dalle

aspettative di un significativo afflusso di turisti durante e dopo l'evento olimpico. Appartamenti, chalet e case vacanza nelle località più iconiche come Cortina d'Ampezzo, Arabba, Falcade, Alleghe e Auronzo di Cadore vedono i prezzi degli affitti salire vertiginosamente. Abbiamo registrato un incremento significativo delle richieste di locazione turistica, soprattutto per il periodo dei Giochi e per la stagione invernale in generale.

Molti proprietari stanno investendo nella riqualificazione delle loro proprietà per poterle offrire sul mercato con standard elevati, consapevoli del potenziale di guadagno. Tuttavia, questa crescita impetuosa non è priva di sfide. È fondamentale garantire una gestione sostenibile del fenomeno, evitando la "gentrificazione" di alcune aree e assicurando che l'offerta di alloggi sia accessibile anche ai residenti. Infrastrutture: la chiave per il futuro: Parallelamente al boom delle locazioni, un elemento cruciale per il successo dei Giochi e per lo sviluppo a lungo termine della provincia è rappresentato dalle infrastrutture. Sono in corso importanti interventi per migliorare la viabilità, i trasporti pubblici e i servizi essenziali.

Tra i progetti più significativi spiccano: • Miglioramento della rete stradale: interventi di ampliamento e messa in sicurezza di strade esistenti per facilitare l'accesso alle diverse località e ai siti di gara. • Potenziamento del trasporto pubblico: investimenti in nuove linee di autobus e treni per garantire una mobilità efficiente e sostenibile. • Rinnovamento degli impianti sportivi: ammodernamento delle strutture esistenti e costruzione di nuovi impianti che ospiteranno le competizioni olimpiche. • Sviluppo della banda larga e della connettività: infrastrutture digitali all'avanguardia per supportare le esigenze di atleti, turisti e residenti.

"Le Olimpiadi rappresentano un'opportunità unica per modernizzare il nostro territorio," sottolinea l'Assessore alle Infrastrutture della Regione Veneto, Elisa De Berti. "Stiamo lavorando in sinergia con il governo e gli enti locali per realizzare interventi che non solo saranno funzionali ai Giochi, ma che lasceranno un'eredità positiva per le future generazioni."

Un mercato immobiliare in evoluzione: L'effetto Olimpiadi si fa sentire anche sul mercato delle compravendite. L'interesse degli investitori, sia italiani che stranieri, è in aumento, con un conseguente incremento dei prezzi degli immobili, soprattutto nelle zone più strategiche. Chi investe oggi a Belluno guarda al lungo termine,. Le Olimpiadi sono un catalizzatore, ma il vero potenziale di questa provincia risiede nella sua bellezza naturale, nella sua offerta turistica diversificata e nella qualità della vita.

Sfide e opportunità: Nonostante l'entusiasmo e le prospettive di crescita, la provincia di Belluno si trova di fronte a importanti sfide. È cruciale trovare un equilibrio tra lo sviluppo turistico e la tutela del patrimonio ambientale e culturale. È necessario pianificare attentamente l'utilizzo delle nuove infrastrutture dopo i Giochi, evitando la creazione di "cattedrali nel deserto".

Tuttavia, le opportunità generate dalle Olimpiadi sono immense. Belluno ha la possibilità di consolidare la sua posizione come destinazione turistica di eccellenza a livello internazionale, attrarre nuovi investimenti e creare nuove opportunità di lavoro per i suoi residenti. In conclusione, il mercato immobiliare della provincia di Belluno è in fermento, sospinto dall'onda lunga delle Olimpiadi Milano Cortina 2026. Le locazioni turistiche rappresentano un'opportunità immediata, mentre gli investimenti infrastrutturali gettano le basi per una crescita sostenibile e duratura. La sfida per il territorio sarà quella di gestire questo



VALTELLINA 2026: LE OLIMPIADI COME VOLANO PER LO SVILUPPO TURISTICO E IMMOBILIARE

I Giochi olimpici saranno un catalizzatore di cambiamento e di sviluppo sostenibile, con l'obiettivo di lasciare un'eredità positiva per le comunità.



Cristian Porta

*Delegato Regionale FIAIP Turismo
Lombardia*

Con l'avvicinarsi delle Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026, la Valtellina si conferma uno dei poli strategici non solo per le competizioni sportive, ma anche per lo sviluppo turistico e immobiliare della Lombardia. Il territorio valtellinese, noto per la sua vocazione montana e la qualità del suo patrimonio ambientale, è oggi al centro di un'importante trasformazione, stimolata dalle opportunità che l'evento olimpico sta generando. Locazioni turistiche: un mercato in fermento. L'interesse crescente verso la Valtellina ha avuto un impatto diretto sul comparto delle locazioni turistiche, che già negli ultimi anni

mostrava segnali di vivacità, complice la crescente domanda di soggiorni brevi e di esperienze legate alla natura, al wellness e agli sport invernali.

L'approssimarsi delle Olimpiadi ha ulteriormente rafforzato questa tendenza, con un aumento significativo delle richieste di immobili in affitto breve, sia da parte di operatori turistici che da investitori privati. Località come Bormio, Livigno, Santa Caterina Valfurva e Aprica stanno registrando un incremento della domanda che ha già inciso sui canoni medi di locazione stagionale, contribuendo a una maggiore professionalizzazione del settore e a una più ampia diffusione di formule ricettive alternative all'hotellerie tradizionale. Opportunità di investimento immobiliare: il momento è ora. In vista dell'appuntamento olimpico, il comparto immobiliare della Valtellina offre interessanti opportunità per gli investitori. Si registra un rinnovato dinamismo nelle compravendite, in particolare su immobili con finalità turistiche, spesso destinati a locazione breve o trasformati in seconde case. I valori, seppur in crescita, restano ancora competitivi rispetto ad altre zone alpine più consolidate, offrendo margini di rivalutazione nel medio termine.

Le prospettive sono favorevoli anche per le nuove costruzioni e le riqualificazioni energetiche, in linea con le direttive europee e i trend sostenibili del turismo moderno. Gli investimenti infrastrutturali in corso aumentano la connettività e l'attrattività dell'intera area, consolidando l'appeal per chi guarda alla Valtellina come a un territorio da vivere e valorizzare. Infrastrutture: un'eredità duratura per il territorio. Il piano infrastrutturale collegato alle Olimpiadi rappresenta un altro importante motore di sviluppo. In provincia di Sondrio sono attualmente in corso numerosi interventi, tra cui il potenziamento della rete viaria, il miglioramento dell'accessibilità ferroviaria e la modernizzazione degli impianti sportivi. Tali opere, pensate per sostenere la logistica dell'evento, avranno un impatto duraturo, migliorando la qualità della vita per i residenti e l'esperienza dei visitatori.

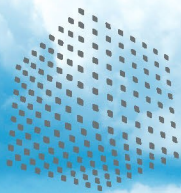
Queste infrastrutture, oltre a sostenere la mobilità e i servizi durante i Giochi, costituiranno un vantaggio competitivo per la Valtellina anche nel post-Olimpiadi, facilitando l'organizzazione di eventi internazionali, incentivando il turismo di ritorno e ampliando il bacino di utenza. Dopo le Olimpiadi: un'eredità immobiliare da cogliere La sfida più grande sarà capitalizzare l'eredità dei Giochi Olimpici.

Se ben governato, il post-2026 potrà rappresentare una nuova stagione di sviluppo per il mercato immobiliare valtellinese, grazie a un contesto migliorato in termini di infrastrutture, visibilità internazionale e attrattività turistica.

La Valtellina avrà allora l'opportunità di consolidarsi come destinazione turistica di eccellenza, anche oltre il perimetro stagionale invernale, abbracciando un modello di turismo sostenibile, integrato e destagionalizzato. FIAIP Turismo Lombardia continuerà a monitorare con attenzione questo processo, offrendo supporto e informazione agli operatori e promuovendo una cultura immobiliare che sappia valorizzare, in chiave strategica, le grandi opportunità legate all'evento olimpico.



SIMPLY



AGENT



START

IL MIGLIORE AMICO DEL VALUTATORE IMMOBILIARE

- 1** Conosci i **prezzi reali** degli immobili compravenduti **dal 2019**
- 2** Ottieni una **scheda immobile** accurata
- 3** Puoi **comparare più immobili** geolocalizzati
- 4** Ad un **prezzo super conveniente**

simplyagent.it



CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

Ai sensi dell'Appendice D della Norma UNI 11932:2024

A cura di **Francesco La Commare** | **Presidente Centro Studi FIAIP**

Con la pubblicazione della Norma UNI 11932:2024 si è colmato un vuoto normativo inerente un univoco criterio per il computo della superficie commerciale, lo stesso era presente nella Norma UNI 10750:2005 ma sostituita a seguito della pubblicazione della UNI EN 15733:2011 che non lo riportava in quanto norma europea e non nazionale.

Per superficie commerciale si intende una superficie convenzionale formata dall'intera superficie principale e da frazioni delle superfici secondarie dell'immobile. La superficie commerciale si basa sulla preliminare rilevazione delle superfici reali dell'immobile. Le superfici degli immobili si possono classificare in superfici principali e secondarie, superfici annesse e collegate, superfici coperte e scoperte, superfici interne ed esterne.

Ai fini della determinazione della superficie commerciale, incidenze diverse debitamente motivate, potranno essere applicate alle superfici accessorie in casi specifici quali caratteristiche del bene nonché in correlazione con posizione, qualità e peculiarità del mercato locale.

CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

RESIDENZIALE

NUMERO	DESCRIZIONE	INCIDENZA*	ANNOTAZIONI
1 superficie principale	superficie utile (netta/calpestabile)	100%	
	muri interni e perimetrali esterni	100%	fino allo spessore di 50 cm
	muri perimetrali in comunione con altre proprietà o locali condominiali	50%	fino allo spessore di 25 cm
2 Superfici accessorie	balconi (profondità max mt 1,40)	25%	accessori praticabili, in proprietà esclusiva e comunicanti con i vani principali
	balconi coperti (profondità max mt 1,40)	35%	
	terrazzi (profondità min. mt 1,40)	35%	
	terrazzi coperti (profondità min. mt 1,40)	45%	
	lastrici solari (terrazzi di copertura)	15%	
	lastrici solari coperti (terrazzi di copertura)	25%	incidenze fino alla superficie di mq 25 per ogni accessorio, la superficie eccedente da considerare alla metà dell'incidenza medesima
	altane coperte aperte	60%	
	altane coperte chiuse con vetrate	90%	
	logge e portici	35%	per accessori non comunicanti o ad un piano diverso dei vani principali, considerare un terzo dell'incidenza
	verande integrate all'abitazione e con finiture analoghe	80%	
	verande separate dall'abitazione da preesistente infisso	70%	
	corti, cortili e patii	10%	
3	giardini, resedi e aree di pertinenza a servizio diretto dei vani principali di un appartamento	15%	fino alla concorrenza della superficie principale; l'eccedenza fino alla ulteriore concorrenza della superficie principale al 2%; l'ulteriore eccedenza allo 0,5%
	giardini, resedi e aree di pertinenza a servizio diretto dei vani principali di ville e villini	10%	
	giardini, resedi e aree di pertinenza a servizio indiretto dei vani principali	5%	

ai sensi dell'Appendice D della Norma UNI 11932:2024

CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

4	posti auto scoperti	20%	dimensioni medie 2,50 x 5,00 = 12,50 mq
	posti auto coperti in autorimessa condominiale	40%	
	garage - box auto con accesso condominiale	50%	
	garage con accesso indipendente o collegati con la superficie principale	60%	
5	cantine, soffitte, locali accessori non collegati con la superficie principale	20%	
	locali accessori collegati con la superficie principale, provvisti di agibilità (es. taverna)	60%	altezza media minima mt 2,40
	locali accessori collegati con la superficie principale	35%	altezza media minima inferiore a mt 2,40 ed altezza minima $\geq$ di mt 1,50
6	sottotetti abitabili / mansarde collegati con la superficie principale	100%	altezza minima mt 2,70
	sottotetti abitabili / mansarde collegati con la superficie principale	75%	altezza minima mt 2,40
	sottotetti collegati con la superficie principale	35%	altezza media minima inferiore a mt 2,40 ed altezza minima $\geq$ di mt 1,50; superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
7	soppalchi abitabili con accesso agevole ed altezza minima mt 2,70	100%	
	soppalchi abitabili con accesso agevole ed altezza minima mt 2,40	80%	
	soppalchi non abitabili	50%	altezza media minima inferiore a mt 2,40 ed altezza minima $\geq$ di mt 1,50; superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
8	locali tecnici	15%	

* Coefficiente di calcolo ai fini della determinazione della superficie commerciale.

ai sensi dell'Appendice D della Norma UNI 11932:2024

CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

COMMERCIALE

NUMERO	DESCRIZIONE	INCIDENZA*	ANNOTAZIONI
1 Superficie principale	superficie utile (netta/calpestabile)	100%	
	muri interni e perimetrali esterni	100%	fino allo spessore di 50 cm
	muri perimetrali in comunione con altre proprietà o locali condominiali	50%	fino allo spessore di 25 cm
2 Superfici accessorie	depositi, magazzini, locali/vani accessori collegati con la superficie principale e con accesso agevole	60%	superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
	depositi, magazzini, locali/vani accessori non collegati con la superficie principale	40%	
3	area esterna carrabile coperta con struttura fissa	30%	fino alla concorrenza della superficie principale; l'eccedenza fino alla ulteriore concorrenza della superficie principale al 2%; l'ulteriore eccedenza allo 0,5%
	area esterna non carrabile coperta con struttura fissa	25%	
	area esterna carrabile scoperta	15%	
	area esterna non carrabile scoperta	10%	
4	posti auto scoperti in adiacenza alla superficie principale	20%	dimensioni tipo di posto auto mt 2,50 x 5,00 = 12,50 mq
	posti auto coperti	40%	
5	locali tecnici	15%	

* Coefficiente di calcolo ai fini della determinazione della superficie commerciale.

CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

DIREZIONALE

NUMERO	DESCRIZIONE	INCIDENZA*	ANNOTAZIONI
1 Superficie principale	superficie utile (netta/calpestabile) muri interni e perimetrali esterni muri perimetrali in comunione con altre proprietà o locali condominiali	100% 100% 50%	fino allo spessore di 50 cm fino allo spessore di 25 cm
2 Superfici accessorie	balconi, terrazzi e lastrici solari, balconi coperti, terrazzi coperti e logge, portici e patii, verande, "terrazze a tasca", corti e cortili, giardini, resedi	5%	fino alla concorrenza della superficie principale; l'eccedenza fino alla ulteriore concorrenza della superficie principale al 2%; l'ulteriore eccedenza allo 0,5% accessori collegati con la superficie principale per accessori non collegati con la superficie principale considerare la metà dell'incidenza
3	posti auto scoperti posti auto coperti	20% 40%	dimensioni tipo di posto auto mt 2,50 x 5,00 = 12,50 mq
4	depositi, magazzini, locali/vani accessori collegati con la superficie principale e con accesso agevole depositi, magazzini, locali/vani accessori non collegati con la superficie principale	50% 30%	superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
5	locali tecnici	15%	

* Coefficiente di calcolo ai fini della determinazione della superficie commerciale.

ai sensi dell'Appendice D della Norma UNI 11932:2024

CRITERIO PER IL COMPUTO DELLA SUPERFICIE COMMERCIALE O CONVENZIONALE VENDIBILE

ARTIGIANALE - INDUSTRIALE

NUMERO	DESCRIZIONE	INCIDENZA*	ANNOTAZIONI
1 Superficie principale	superficie utile (netta/calpestabile)	100%	fino allo spessore di 50 cm fino allo spessore di 25 cm
	muri interni e perimetrali esterni	100%	
	muri perimetrali in comunione con altre proprietà o locali condominiali	50%	
2 Superfici accessorie	depositi, magazzini, locali/vani accessori collegati con la superficie principale e con accesso agevole	60%	superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
	depositi, magazzini, locali/vani accessori non collegati con la superficie principale	40%	
3	area esterna carrabile coperta con struttura fissa	30%	fino alla concorrenza della superficie principale; l'eccedenza fino alla ulteriore concorrenza della superficie principale al 2%; l'ulteriore eccedenza allo 0,5%
	area esterna non carrabile coperta con struttura fissa	15%	
	area esterna carrabile scoperta	10%	
	area esterna non carrabile scoperta	5%	
4	posti auto scoperti	10%	dimensioni tipo di posto auto mt 2,50 x 5,00 = 12,50 mq
	posti auto coperti	30%	
5	locali tecnici	15%	

* Coefficiente di calcolo ai fini della determinazione della superficie commerciale.



**TROVA L'EQUILIBRIO
PERFETTO PER
VALUTARE L'IMMOBILE
DEL TUO CLIENTE
IN UN ISTANCE**

<https://www.fiaipprice.it>

FIAIPPrice è il tool professionale scelto dagli associati FIAIP per effettuare valutazioni professionali in pochissimi minuti.

FIAIPPrice è lo strumento riservato agli associati FIAIP per effettuare valutazioni immobiliari professionali in pochi istanti personalizzabile secondo le specifiche esigenze.

Tramite questo tool le agenzie associate potranno ottenere un'analisi dettagliata del mercato immobiliare ed individuare così **il più probabile prezzo di compravendita**.

Inoltre, grazie alla funzionalità di stampa integrata si potrà personalizzare e confezionare un report che potrà essere stampato o inviato al cliente. **FIAIPPrice** integra anche un report web che può essere consultato in qualsiasi momento e può essere reso dinamico per poter seguire l'andamento immobiliare nel tempo.

FIAIPPrice si basa su **dati reali**, recuperati da molteplici fonti quali professionisti immobiliari, Agenzia delle Entrate, portali web, oppure utilizzando il pannello di gestione integrato nel tool stesso o con il software gestionale e piattaforma MLS **GestiFIAIP**.

Il segreto della sua straordinaria efficienza risiede nella grande quantità e qualità di informazioni dalle quali riesce ad attingere, come riportato nello schema qui a fianco.

I NUMERI VINCENTI DI FIAIPPRICE



6.500.000

IMMOBILI UNIVOCI VERIFICATI ED AGGIORNATI



1.000.000

IMMOBILI VENDUTI NELL'ULTIMO ANNO



1.500.000

IMMOBILI VALUTATI DA PROFESSIONISTI

**Registrati GRATUITAMENTE per iniziare
a provare la potenza di FIAIPPrice**

✉ info@realprice.it
☎ 055 84 02 740



TEAM CHE HA PARTECIPATO AL REPORT

Grazie per aver dedicato tempo e dato un prezioso contributo

A cura di **Ufficio Stampa**

Gian Battista Baccarini

Presidente nazionale

Francesco La Commare

Presidente Centro Studi

Leonardo Piccoli

Vicepresidente nazionale
con delega al Turistico

Marco Bettiol

Vicepresidente Centro Studi
con delega al Turistico

Vincenzo Campo

Responsabile Comunicazione
ed Ufficio Stampa

Delegati regionali al Turistico e
Monitoraggio Andamento di Mercato:

Abruzzo

Evangelista Emanuele | Pichinelli Stefano

Basilicata

Olivieri Matteo | Musolino Sergio

Calabria

Romanò Gianluca | Colorito Ivan

Campania

Petraglia Alessandro | Mirabile Salvatore

Emilia Romagna

Zenobi Giorgio | Baccarini Pier Paolo

Friuli Venezia Giulia

Marcon Agostino | Bernardis Claudio

Lazio

Vertice Stefano | Cultraro Guido

Liguria

Perrera Davide | Profumo Adriano

Lombardia

Porta Cristian | Frizza Sara

Marche

Badioli Andrea | Suardi Claudio

Molise

Evangelista Emanuele | Pichinelli Stefano

Piemonte

Pellegrino Alice | Pusceddu Marco

Puglia

Ingrosso Fabio | Ingrosso Cosimo Danilo

Sardegna

Puddu Gianluca | Bianchi Angelo

Sicilia

Mangiapane Maria Letizia | Volpe Angelo

Giuseppe Davide

Toscana

Barsotti Armando | Pelosini Federico

Trentino Alto Adige

Burattin Michela | Fusina Alessandra

Umbria

Migni Giacomo | Bambagioni Marcello

Valle d'Aosta

Cominelli Angelo | Aresu Angelo

Veneto

Dal Magro Giuliano | Lion Matteo

Tutti gli agenti immobiliari
che hanno partecipato al sondaggio.



**UNA CONSULENZA
CREDITIZIA EVITANDO LE
CODE IN BANCA?
CON HOME TIMER SI PUÒ**

AUXILIA
FINANCE

**MUTUI
PRESTITI PERSONALI
CESSIONI DEL QUINTO
FINANZIAMENTI PMI
ASSICURAZIONI**

**INNOVATIVO
IN TEMPO REALE
ALTAMENTE SPECIALIZZATO
DIRETTAMENTE A CASA TUA**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Auxilia Finance S.p.A. è un mediatore creditizio iscritto al n. M21 del 12 dicembre 2012 dell'elenco tenuto dall'Organismo degli Agenti e dei Mediatori. È possibile prendere visione delle condizioni economiche e contrattuali prima della conclusione del finanziamento attraverso il modulo "Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori" disponibili presso i locali ove operano i collaboratori del Mediatore e sul sito <https://www.auxiliafinance.it>. Nello svolgimento della sua attività, Auxilia opera in qualità di Intermediario Finanziario con la clientela per la concessione di finanziamenti. Auxilia agisce quale mediatore convenzionato ed è legato da rapporti contrattuali con diversi finanziatori. Finanziamenti concessi previa istruttoria degli istituti di credito ed erogati da quest'ultimi, in quanto effettivi titolari di tutti i rapporti contrattuali.

Numero Verde
800 887171

 auxiliafinance.it

 help@auxiliafinance.it

**RATING DELLA
LEGALITÀ**
★★★★+



AUXILIA
FINANCE

ANNOTAZIONI

[illegible]

CENTRO STUDI FIAIP

Presidente: Francesco La Commare
Via Sardegna, 50 | 00187 Roma
tel. +39 06 452 31 81
centrostudi@fiaip.it

TI AIUTIAMO
A **REALIZZARE**
I TUOI PROGETTI
DI VITA

1
SOLO
OBIETTIVO

oltre
400
CONSULENTI
DEL CREDITO

**SERVIZIO HOME
TIMER:**
CONSULENZA
ON DEMAND
IN TEMPO
REALE

50
POINT
SUL
TERRITORIO

25
PARTNER
BANCARI E
ASSICURATIVI

AUXILIA
FLAIP FINANCE

I nostri **consulenti del credito** saranno una valida guida per una scelta chiara ed obiettiva, permettendoti di trovare il **miglior prodotto creditizio** adatto alle **tue** esigenze.

**MUTUI
PRESTITI PERSONALI
CESSIONI DEL QUINTO
FINANZIAMENTI AZIENDALI
ASSICURAZIONI**

