



FIAIP[®]
CENTRO STUDI

FIAIP MONITORA

ANDAMENTO DEL MERCATO IMMOBILIARE TURISTICO IN ITALIA

luglio 2026



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

luglio 2026

A cura di
Centro Studi e Ufficio Stampa Fiaip

Coordinamento tecnico
BasicSoft srl

BasicSoft
software e network technologies

TURISMO ITALIA 2026: CRESCITA DEI FLUSSI E OPPORTUNITÀ PER IL MERCATO IMMOBILIARE

Ritorna forte la domanda interna, in crescita dopo anni di predominio del turismo internazionale.



Leonardo Piccoli

Presidente Centro Studi FIAIP

Le prospettive del turismo italiano per il 2026 confermano un quadro di crescita che rafforza il ruolo strategico del comparto nell'economia nazionale e nei mercati immobiliari collegati all'ospitalità. Le più recenti stime indicano infatti oltre 141 milioni di arrivi e circa 485 milioni di presenze, con un incremento rispettivamente del 2,1% e del 1% rispetto all'anno precedente. La spesa turistica complessiva cioè quanto spendono i turisti, è prevista oltre i 132 miliardi di euro con una crescita stimata del 4% rispetto al 2025, a conferma della capacità del settore di generare valore e occupazione. Il contributo del turismo al PIL che comprende anche gli effetti indiretti e indotti sull'economia si attesterà a circa 246-250 miliardi di euro pari a circa l'11% del PIL nazionale.

Particolarmente significativo appare il ritorno della domanda interna, che torna a crescere dopo anni di predominio del turismo internazionale. Parallelamente, il mercato estero continua a rappresentare il principale motore dello sviluppo turistico italiano, con oltre 263 milioni di presenze attese e pari a una quota di circa il 55%. Germania, Stati Uniti, Regno Unito e Francia si confermano i principali mercati di riferimento in entrata per il nostro Paese.

Per il settore immobiliare, osservato quotidianamente da FIAIP attraverso la propria rete di professionisti, tali dinamiche si traducono in una crescente attenzione verso le seconde case, le locazioni turistiche e gli investimenti nelle destinazioni ad alta attrattività. Accanto alle città d'arte e alle località balneari e montane più consolidate, emergono nuove opportunità nei borghi e nei piccoli comuni, che stanno intercettando una quota crescente di domanda orientata all'autenticità, alla sostenibilità e alla qualità dell'esperienza.

Le stime indicano che proprio i piccoli comuni turistici potrebbero superare i 21 milioni di arrivi e gli 80 milioni di presenze nel corso del 2026 con una permanenza media di 3,81 notti.

La sfida principale non sarà tuttavia soltanto aumentare il numero dei visitatori. Il vero obiettivo dovrà essere la creazione di valore diffuso sui territori, attraverso una gestione più equilibrata dei flussi, la destagionalizzazione dell'offerta e il miglioramento delle infrastrutture materiali e digitali. I segnali di un progressivo allungamento della stagione turistica rappresentano un elemento particolarmente positivo, capace di generare benefici economici più stabili e sostenibili per imprese, famiglie e comunità locali.

In questo scenario, il patrimonio immobiliare italiano assume una funzione centrale. Riqualficazione energetica, valorizzazione degli immobili destinati all'accoglienza, recupero dei centri storici minori e sviluppo di servizi innovativi rappresentano leve fondamentali per sostenere la competitività delle destinazioni italiane nel medio-lungo periodo.

La prima trimestrale 2026 dell'AdE conferma, con l'aumento del 4,4% delle transazioni residenziali sullo stesso periodo del 2025, la buona tenuta del settore in particolare delle seconde case che rappresentano il 31,28% delle compravendite complessive (56.185), delle quali circa il 18,22% (10.236) verranno destinate alla locazione turistica.

Come Centro Studi FIAIP riteniamo che il 2026 possa rappresentare un anno di consolidamento per il turismo nazionale. Le condizioni per una crescita duratura esistono: occorrerà però accompagnare l'aumento dei flussi con politiche di pianificazione territoriale, investimenti infrastrutturali e strategie capaci di coniugare sviluppo economico, qualità della vita dei residenti e tutela del patrimonio culturale e ambientale.

L'Italia dispone di un vantaggio competitivo unico al mondo. La sfida del 2026 sarà trasformare la crescita dei numeri in crescita del valore, affinché il turismo continui a essere uno dei principali motori dello sviluppo economico e immobiliare del Paese. Infine i dati regionali delle unità residenziali che hanno ottenuto il CIN (Codice Identificativo Nazionale) ci dimostrano una distribuzione equilibrata sui territori con percentuali rispetto alle abitazioni totali che vanno dal 6,47% della Valle d'Aosta al 0,70% della Calabria per una media nazionale del 1,82%.

Per FIAIP, questi dati confermano la resilienza del mercato immobiliare italiano e la centralità del credito nel sostenere la domanda. Alla luce della decisione di alcuni giorni fa della BCE sui tassi di interesse, sarà importante monitorare nei prossimi mesi l'evoluzione delle condizioni di finanziamento e il loro impatto sulla propensione all'acquisto delle famiglie, in particolare nel segmento della prima casa."

DAL TURISMO DEI NUMERI AL TURISMO DEL VALORE

Record di entrate con l'imposta di soggiorno. Nel 2025 il gettito ha superato il miliardo e 150 milioni di euro



Fabrizio Segalerba

Presidente Nazionale Fiaip

Quando si parla di turismo, il dibattito pubblico si concentra spesso sui record: più arrivi, più presenze, più spesa turistica. Sono indicatori importanti, ma non sufficienti per comprendere fino in fondo le trasformazioni che stanno interessando il nostro Paese.

La vera sfida che l'Italia ha davanti consiste nella capacità di distribuire meglio i benefici economici, sociali e territoriali che il turismo genera. I dati analizzati ci consegnano infatti una fotografia tanto positiva quanto significativa: il 75% dei flussi turistici si concentra in appena il 4% del territorio nazionale. Allo stesso tempo, l'Indice Complessivo di Sovraffollamento Turistico colloca Rimini, con 17000 turisti per Km², e Venezia, con 15200 turisti per Km², ai vertici della classifica nazionale per densità di visitatori. Si tratta di destinazioni che rappresentano autentiche eccellenze del sistema Italia. Tuttavia, questi numeri ci invitano a riflettere su un tema che nei prossimi anni sarà sempre più centrale: la sostenibilità dei flussi e la capacità di valorizzare territori che oggi rimangono ai margini dei grandi circuiti turistici.

Accanto alle mete più conosciute esiste infatti un'altra Italia. Un'Italia fatta di borghi, piccoli comuni, aree interne, località collinari e montane, centri storici minori e territori che custodiscono un patrimonio culturale, paesaggistico e identitario straordinario. È un'Italia che sempre più viaggiatori stanno iniziando a riscoprire e che può rappresentare una delle più importanti opportunità di sviluppo per il futuro.

Non è un caso che si inserisca nel dibattito il concetto di "undertourism", ovvero la valorizzazione delle destinazioni meno conosciute e la redistribuzione dei benefici economici derivanti dai flussi turistici. Se esiste un dato che fotografa meglio di altri il peso economico assunto dal turismo nel nostro Paese, è quello relativo all'imposta di soggiorno. Nel 2025 il gettito ha superato il miliardo e 150 milioni di euro, segnando un nuovo record. È la dimostrazione concreta di quanto il turismo generi valore per i territori. Proprio per questo sarebbe auspicabile una riflessione sempre più approfondita sulla capacità di reinvestire tali risorse in infrastrutture, servizi, accessibilità, sicurezza, mobilità e valorizzazione urbana, affinché la crescita dei flussi produca benefici tangibili anche per le comunità che li ospitano.

D'altronde i visitatori scelgono l'Italia per ragioni che vanno ben oltre la semplice vacanza. Arte e cultura rappresentano il principale elemento di attrazione del nostro Paese, seguite dall'enogastronomia, dalla straordinaria varietà dell'offerta turistica e dalla bellezza dei paesaggi.

Le rilevazioni dell'Osservatorio FIAIP Monitora Turistico evidenziano un mercato delle case vacanza che continua a mostrare segnali di vivacità e, soprattutto, confermano l'emergere di una domanda sempre più orientata verso autenticità, qualità della vita, sostenibilità e destinazioni meno congestionate. Sempre più spesso l'acquisto immobiliare diventa uno strumento attraverso il quale le persone costruiscono nuovi modi di vivere il territorio, alternando periodi di vacanza, lavoro da remoto, permanenze prolungate e utilizzo familiare dell'immobile.

Turismo e immobiliare non sono mondi separati. Ogni processo di valorizzazione territoriale genera effetti sul patrimonio edilizio esistente. Ogni investimento in infrastrutture, servizi e qualità urbana contribuisce a rafforzare l'attrattività di un luogo e, conseguentemente, il valore del suo patrimonio immobiliare. Per questo motivo il patrimonio immobiliare italiano può assumere una funzione strategica nelle politiche di sviluppo dei prossimi anni. Il recupero dei centri storici minori, la riqualificazione degli immobili esistenti, la valorizzazione delle seconde case e la rigenerazione urbana possono diventare strumenti capaci di sostenere la crescita economica senza consumare nuovo suolo e senza aumentare la pressione sulle destinazioni già congestionate.

L'Italia possiede probabilmente il patrimonio immobiliare turistico più diffuso d'Europa. Una ricchezza che attraversa migliaia di comuni e che può contribuire a contrastare fenomeni come lo spopolamento delle aree interne e l'abbandono di molti centri minori.

La sfida dei prossimi anni non sarà quindi semplicemente attrarre più visitatori, ma trasformare il turismo in una leva di riequilibrio territoriale, valorizzazione immobiliare e sviluppo sostenibile. Come Fiaip crediamo che nei prossimi anni il futuro del turismo italiano si misurerà nella capacità di trasformare i flussi in opportunità, gli immobili in valore e i territori in protagonisti di una crescita equilibrata e duratura.



CRESCITA TRAINATA DAGLI STRANIERI NEI PRIMI MESI DELL'ANNO, CON TASSI SUPERIORI A SPAGNA, FRANCIA E GERMANIA.

L'effetto del Turismo sul mattone: seconde case, locazioni brevi e trend di mercato tra inverno 2025/26 ed estate 2026.



Giuliana Taranto

*Vicepresidente Nazionale Fiaip
con delega al Turismo,
Hospitality e Investimenti
Immobiliari*

La stagione turistica invernale 2025/2026 ha confermato la straordinaria capacità attrattiva dell'Italia, registrando risultati molto positivi sia nelle località montane sia nelle principali città d'arte e destinazioni leisure. I dati del Ministero del Turismo e dell'ISTAT evidenziano una crescita costante durante tutto il primo trimestre del 2026.

A gennaio si sono registrati oltre 21,4 milioni di presenze (+9,9% rispetto all'anno precedente), salite a 23,3 milioni a febbraio (+16,9%) e a quasi 27 milioni a marzo (+20,6%). La crescita è stata trainata soprattutto dalla componente internazionale, con incrementi delle presenze straniere che hanno raggiunto il +30,1% nel mese di marzo.

Particolarmente significativo è il confronto con i principali competitor europei. L'Italia continua a collocarsi stabilmente tra le principali destinazioni turistiche continentali, registrando tassi di crescita superiori a quelli di Spagna, Francia e Germania e confermando una permanenza media tra le più elevate d'Europa.

Un contributo importante è arrivato dai territori coinvolti nelle Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026. In queste aree l'evento non ha rappresentato soltanto una vetrina sportiva internazionale, ma un vero acceleratore di visibilità, investimenti e valorizzazione immobiliare. Tuttavia il fenomeno non si è limitato alle sole località sede di gara: l'effetto si è esteso all'intero sistema territoriale circostante, coinvolgendo vallate, centri minori e destinazioni collegate dalle nuove infrastrutture.

In territori già consolidati come Cortina d'Ampezzo, l'effetto olimpico si è sommato a dinamiche preesistenti caratterizzate da forte domanda internazionale, scarsità di offerta e presenza di investitori di fascia alta. Le Olimpiadi non hanno creato questi mercati, ma ne hanno rafforzato ulteriormente il posizionamento internazionale, accelerando processi di riqualificazione, efficientamento energetico e miglioramento dell'offerta hospitality.

Se il Nord Italia ha beneficiato della spinta derivante dai Giochi Olimpici e dalla consolidata attrattività delle destinazioni montane, particolarmente interessante è stato anche l'andamento delle regioni del Sud durante la stagione invernale 2025/2026.

L'analisi FIAIP rileva una crescita significativa dell'interesse immobiliare nelle principali località montane interessate dai Giochi Olimpici. Livigno si conferma tra i mercati più dinamici, sostenuta dalla forte domanda nazionale e internazionale e dall'attrattività legata agli sport invernali. Bormio evidenzia un andamento positivo grazie agli investimenti infrastrutturali e all'incremento delle richieste di seconde case. Anche Anterselva e la Val di Fiemme mostrano segnali di crescita e consolidamento del mercato, confermando come l'effetto olimpico abbia contribuito ad aumentare la visibilità internazionale e l'appeal turistico di numerose destinazioni alpine.

Ciò che emerge con maggiore evidenza è che i benefici non si sono limitati alle sole località sede di gara, ma si sono estesi anche ai territori circostanti. Come spesso accade in presenza di grandi eventi internazionali, l'incremento della domanda turistica e degli investimenti tende a distribuirsi lungo l'intero sistema territoriale, favorendo la valorizzazione delle seconde case, la riqualificazione del patrimonio immobiliare e l'attrazione di nuovi investitori.

Parallelamente, le locazioni brevi hanno registrato una crescita particolarmente significativa. Durante il periodo olimpico, in alcune località montane si sono osservati incrementi tariffari compresi tra il +50% e il +300% rispetto ai periodi ordinari. È importante precisare che tali aumenti rappresentano fenomeni eccezionali legati alla concentrazione della domanda durante l'evento e non una crescita strutturale del mercato. Tuttavia, il dato evidenzia la forte capacità delle destinazioni ad alta attrattività di intercettare turismo internazionale e domanda premium, generando un significativo aumento del valore economico prodotto dal turista presente.

Nord Italia ha beneficiato dell'effetto Milano-Cortina, particolarmente interessante è stata anche la performance delle regioni del Sud. L'analisi FIAIP evidenzia una crescente destagionalizzazione dei flussi turistici, favorita dall'aumento dei collegamenti aerei, dalla crescita della domanda internazionale e dalla valorizzazione del patrimonio culturale, naturalistico ed enogastronomico.

Puglia, Sicilia, Campania e Sardegna stanno progressivamente trasformandosi da destinazioni prevalentemente estive a mercati turistici attivi per gran parte dell'anno. Questo fenomeno sta incidendo positivamente anche sul mercato delle seconde case, dove i valori risultano ancora competitivi rispetto alle principali località alpine e consentono interessanti prospettive di redditività attraverso le locazioni brevi.

Un dato particolarmente significativo riguarda l'offerta ricettiva nazionale. Oggi oltre il 70% delle strutture censite è costituito da alloggi privati destinati alle locazioni brevi e all'extralberghiero. Le regioni con la maggiore concentrazione di strutture risultano Toscana, Lombardia, Lazio e Veneto, mentre nei comuni a vocazione marittima si concentra oltre il 40% dell'offerta ricettiva nazionale, con Sardegna, Puglia, Sicilia e Liguria tra i territori più rappresentativi.

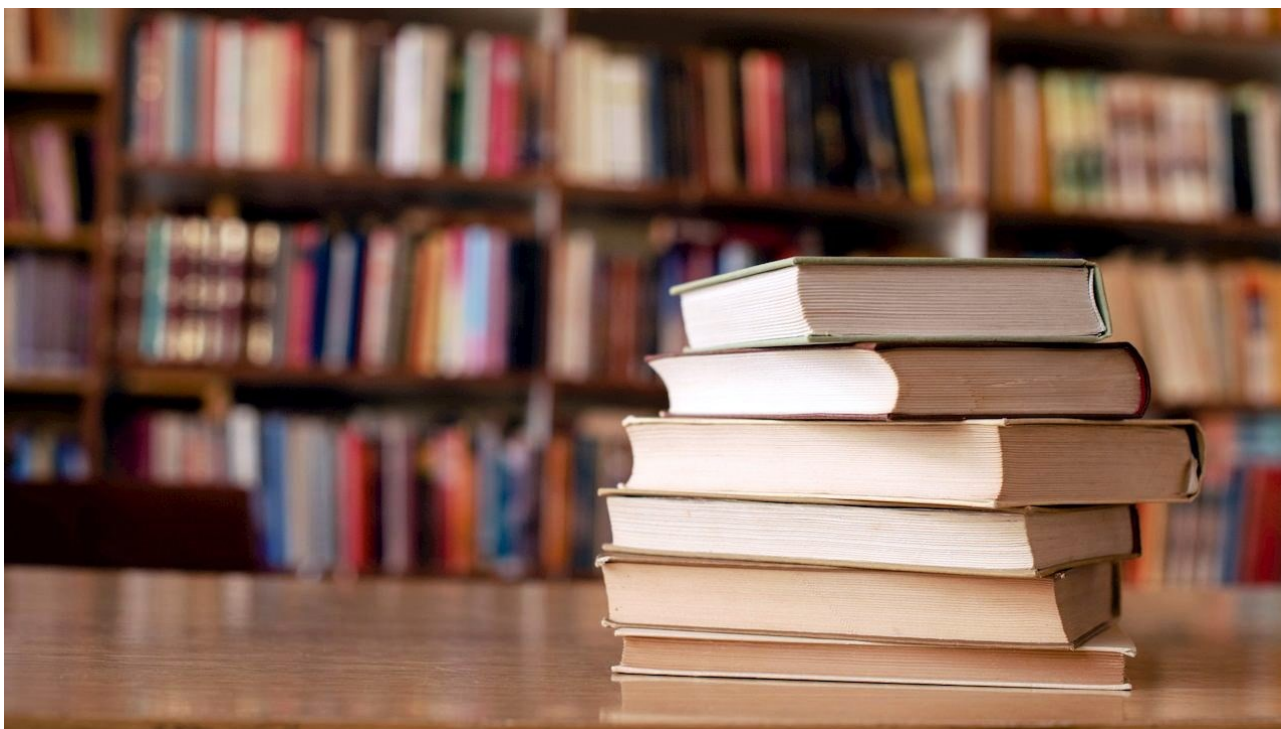
Dal punto di vista immobiliare emerge una tendenza ormai consolidata: la seconda casa non viene più acquistata esclusivamente per uso personale, ma sempre più frequentemente come investimento capace di combinare utilizzo diretto e redditività attraverso le locazioni turistiche. Questo modello sta sostenendo la domanda sia nelle località montane sia nelle principali destinazioni balneari italiane.

Le prospettive per l'estate 2026 risultano particolarmente favorevoli. Le rilevazioni mostrano livelli di occupazione elevati nelle principali destinazioni turistiche e una domanda internazionale in costante crescita. Lazio, Toscana, Veneto, Campania, Sicilia e Liguria registrano i migliori livelli di saturazione delle strutture ricettive, mentre le tariffe medie continuano a mantenersi su valori sostenuti.

Particolarmente positivo appare il trend del Mezzogiorno, che beneficia di una crescente attenzione da parte dei mercati esteri e di una maggiore competitività dei valori immobiliari rispetto alle principali destinazioni europee.

Un dato più interessante non riguarda soltanto l'aumento dei flussi turistici, ma soprattutto la crescita del valore economico del turista. Aumenta la capacità di spesa, cresce la presenza internazionale e si rafforza la domanda di immobili, servizi e strutture di qualità superiore. La vera sfida per i prossimi anni sarà governare questa crescita, favorendo investimenti, riqualificazione del patrimonio immobiliare e sviluppo economico, senza compromettere la residenzialità e l'identità dei territori.

Il tema centrale resta quello della "legacy": la capacità di trasformare la crescita turistica e i grandi eventi in valore duraturo per le comunità locali, attraverso infrastrutture efficienti, immobili riqualificati, maggiore competitività internazionale e sviluppo sostenibile nel lungo periodo.



IL CENTRO STUDI FIAIP

Riferimento Nazionale per il mercato immobiliare

A cura di **Ufficio Stampa FIAIP**

Il Centro Studi FIAIP è il polo di ricerca, analisi e approfondimento della Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali. Nasce con l'obiettivo di osservare, interpretare e valorizzare l'evoluzione del mercato immobiliare italiano, offrendo strumenti concreti di conoscenza a supporto degli operatori del settore, delle istituzioni e dei cittadini.

Attraverso studi, ricerche, analisi statistiche e report tematici, il Centro Studi FIAIP monitora le dinamiche economiche, normative e sociali che influenzano il comparto immobiliare, contribuendo alla diffusione di una cultura professionale basata su competenza, trasparenza e qualità.

Il Centro Studi collabora con enti pubblici e privati, università, istituti di ricerca e

osservatori economici, ponendosi come interlocutore qualificato nel dibattito nazionale sui temi della casa, dell'abitare e dello sviluppo urbano. I contenuti prodotti rappresentano un punto di riferimento per l'elaborazione di politiche di settore e per il miglioramento continuo della professionalità degli agenti immobiliari.

Grazie ad una piattaforma dedicata vengono inoltre raccolti i prezzi di compravendita e i canoni di locazione relativi al mercato immobiliare residenziale e non residenziale e il Centro Studi Fiaip realizza le previsioni immobiliari nonché le analisi sui rendimenti immobiliari, sulla domanda, sulla disponibilità di spesa, sull'offerta, sulle caratteristiche socio - demografiche di venditori ed acquirenti.

Sono state inoltre realizzate analisi e focus specifici sui nuovi trends e i drivers che guidano le scelte abitative dei Millennials, sulla “turistificazione” delle città d’arte e sulle città intelligenti “smart cities”. L’analisi congiunturale del settore immobiliare è presentata annualmente con il Fiaip Monitora Italia ed il Fiaip Monitora Turistico che contengono i valori immobiliari di tutte le località italiane e forniscono una descrizione dell’andamento dei singoli mercati, oltre ad analizzare insieme ad ENEA ed I-Com le dinamiche del mercato immobiliare in funzione delle caratteristiche energetiche degli edifici. Il Centro Studi, presieduto da Leonardo Piccoli, si avvale di un Comitato Tecnico Scientifico il quale svolge funzioni di garanzia scientifica delle attività di ricerca e analisi, definendone le linee guida, i temi di ricerca prioritari e la

metodologia di raccolta dei dati.

CENTRO STUDI FIAIP

Presidente

Leonardo Piccoli

Componenti

Arianna Aggio

Tommaso Andreani

Adriano Profumo

COMITATO TECNICO SCIENTIFICO

Componenti

Prof. Fabrizio Antolini

Cristiano Dell'Oste

Prof. Alberto Maria Camillotti

Prof. Alessio Fornasin

Prof. Ezio Micelli

Prof.ssa Alessandra Oppio

Prof. Andrea Pin





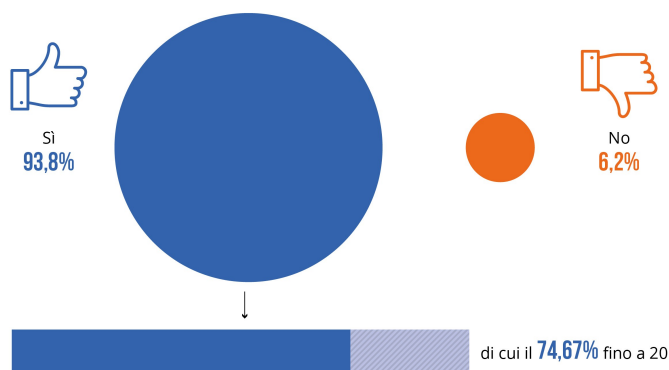
**cercacasa.it, la più grande
community di professionisti
dell'immobiliare.**

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

cercacasa.it

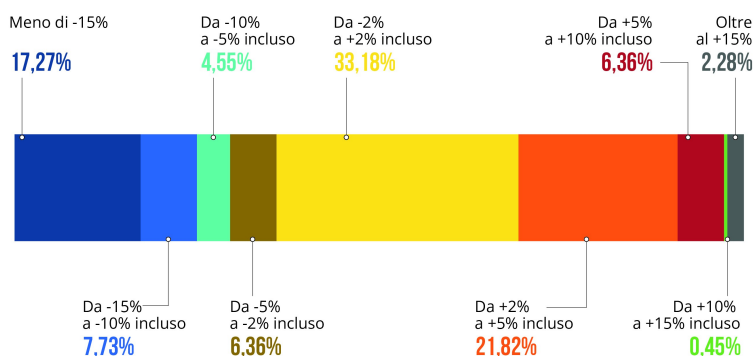
**ANALISI E TREND
DEL MERCATO IMMOBILIARE
TURISTICO IN ITALIA**

LA SUA AGENZIA SI OCCUPA DI COMPRAVENDITE IMMOBILIARI?



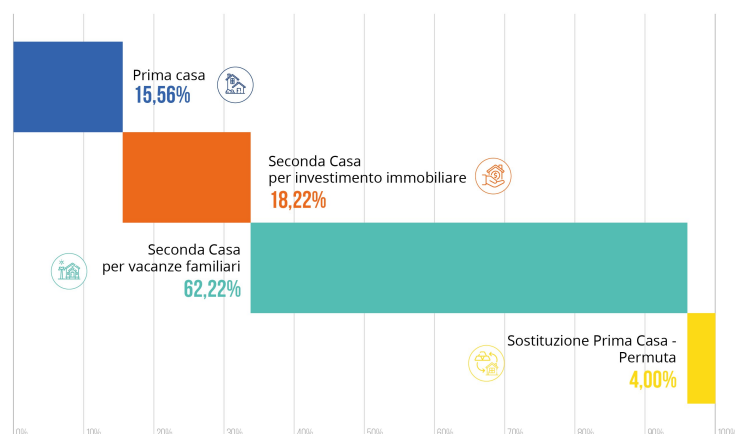
Il 93,8% degli agenti immobiliari professionali Fiaip che hanno risposto all'indagine si occupa di compravendite di seconde case e tra questi il 74,6% ha stipulato nel corso del 2025 fino a 20 contratti di compravendite di immobili ad uso turistico, per la maggior parte di immobili al mare (48,81%) in campagna (18,09%), nelle città d'arte (15,36%), in montagna (13,31%), laghi (4,10%)

QUALE VARIAZIONE HA NOTATO LA SUA AGENZIA NEL VOLUME DELLE COMPRAVENDITE DI IMMOBILI AD USO TURISTICO (2° CASA) DAL TERZO QUADRIMESTRE 2025 RISPETTO AL PRIMO QUADRIMESTRE DI QUEST'ANNO (GENNAIO - APRILE 2026)?



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 2025) rispetto al primo quadrimestre di quest'anno (gennaio - aprile 2026) per il 33,18% degli intervistati é aumentato del +2%, per il 23,64% é aumentato invece da +2% a +5%, diminuito -15% per il 17,27 per cento degli agenti immobiliari professionali.

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



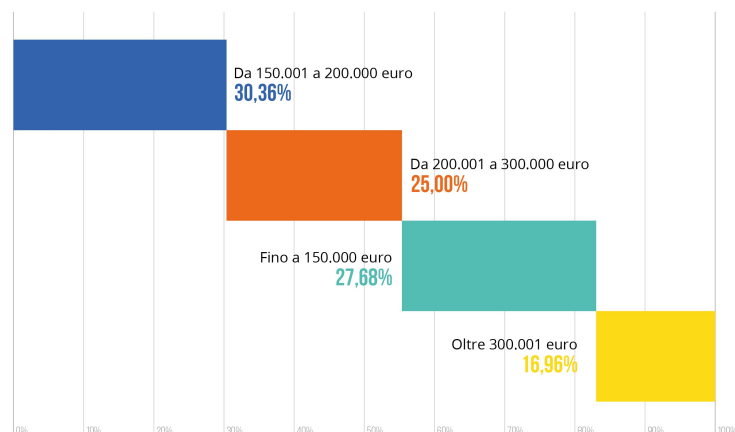
La clientela che acquista in agenzia immobiliare un'abitazione ad uso turistico per il 62,22% (in aumento del 1% rispetto al 2025) sceglie sempre di più una seconda casa per le vacanze familiari. Diminuisce di 5 punti percentuali rispetto all'anno precedente del +18,22%, e cresce rispetto al 2025 il numero di coloro che acquistano come prima casa in località di vacanza +15,56% e coloro che scelgono una permuta 4% 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?



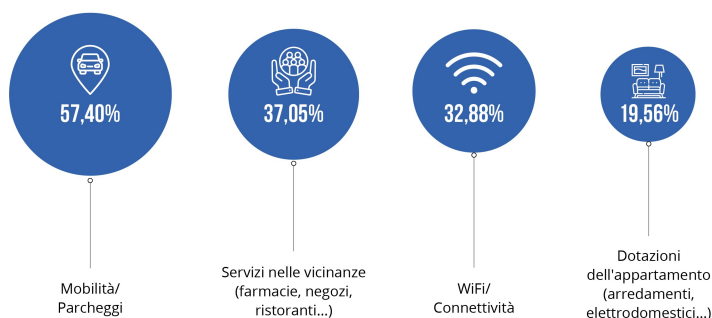
L'aumento sostanziale delle locazioni brevi ad uso turistico evidenzia un'aumento della richiesta di locazioni brevi per la tipologia abitativa di ampia metratura e con 4 posti letto +64,89%. Viene ricercata la tipologia di più di 4 posti letto per il 13,46% di coloro che optano su una casa per le vacanze, solo il 9,78% ricerca immobili con 2/3 posti letto.

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



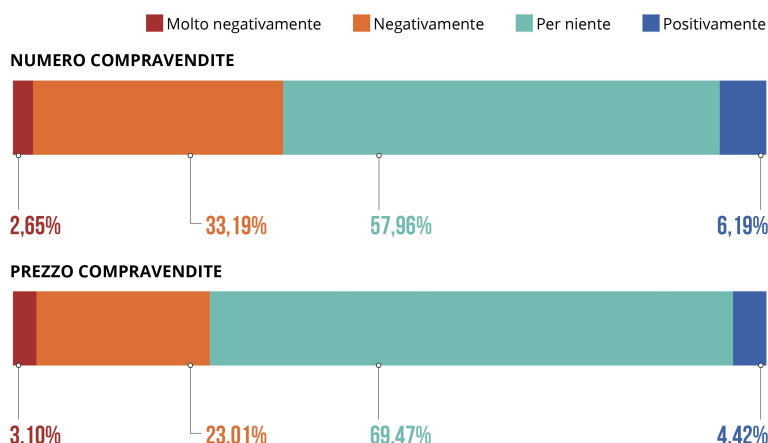
Il budget medio che il cliente mette a disposizione per una compravendita gestita da un'agenzia immobiliare è in chiaro aumento nel 2026. Crescono i budget per gli acquisti immobiliari: il 30,36% degli acquirenti fino a 200.000 Euro, per il 27,68% fino a 150mila Euro, da 200mila a 300mila euro per il 25% e solo il 16,96% della clientela conferma un budget oltre 300mila Euro.

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



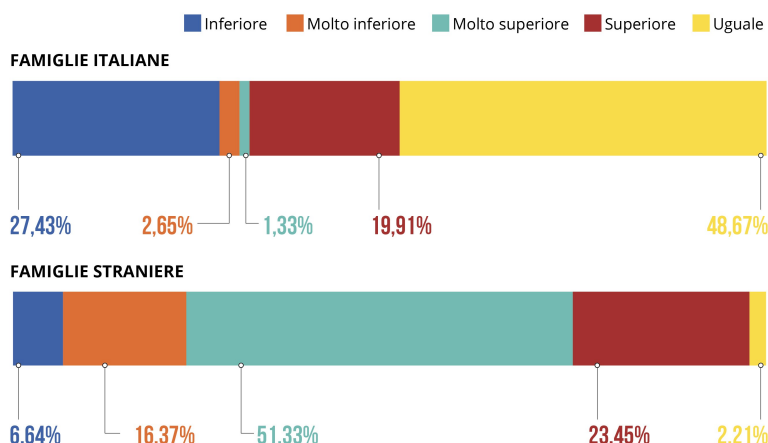
I nuclei familiari scelgono di acquistare immobili ad uso turistico dotati di servizi quali: mobilità e parcheggi 57,40%, servizi di prossimità (farmacie, negozi e ristoranti) 37% e Wi-Fi e connettività per il 32,8%.. Si guarda rispetto al passato alle dotazioni dell'appartamento (19,56%).

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?



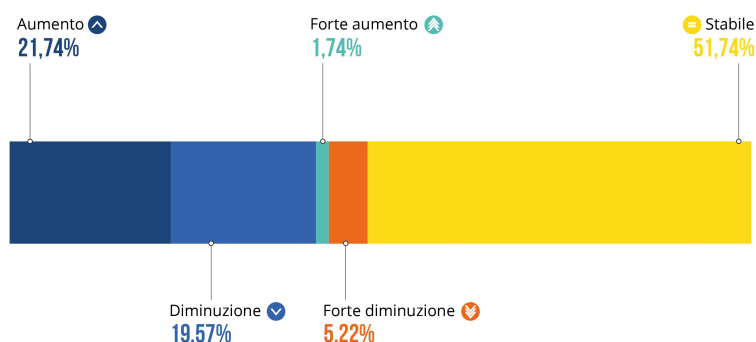
L'introduzione della cedolare secca al 26% sugli immobili destinati ad uso turistico per le locazioni brevi non ha inciso sul mercato delle compravendite delle seconde case: né sul numero delle compravendite, né sui sui prezzi degli immobili. Le risposte degli agenti immobiliari Fiaip sottolineano come questa aliquota variata non abbia inciso sul numero delle compravendite (57,96%), né sul prezzo delle stesse (69,47%).

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'?



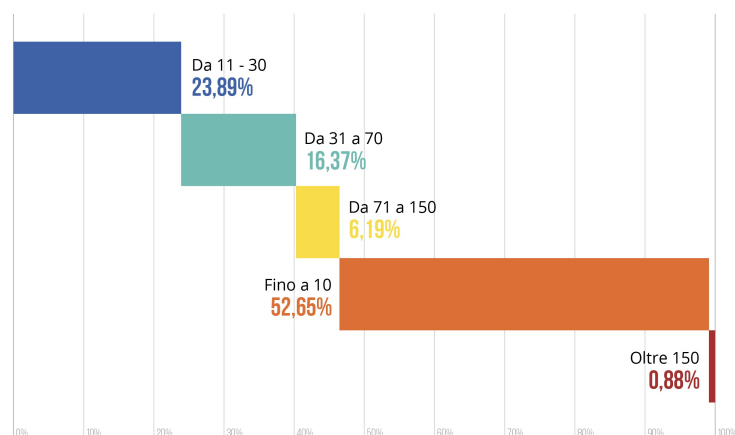
Prospettive positive per il mercato. Stabile +48,67% il numero delle famiglie italiane che hanno deciso di acquistare una seconda casa ad uso turistico nei prossimi 12 mesi. Una percezione che cresce di tre punti percentuali, rispetto al 2025, per le famiglie straniere +51,33%.

TREND - PENSA CHE IL PERIODO MAGGIO 2026 - SETTEMBRE 2026 PORTERA' VARIAZIONE SU N° COMPRAVENDITE ?



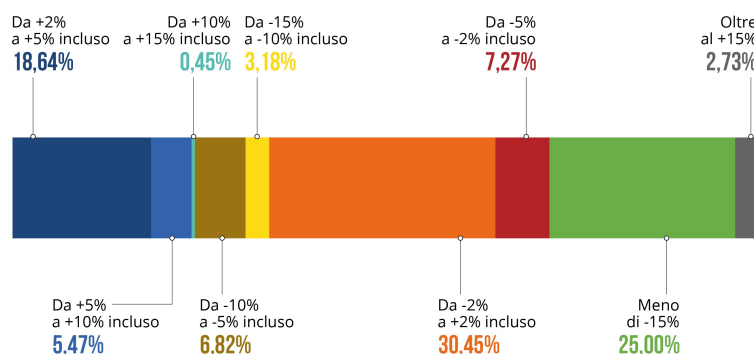
Gli agenti immobiliari Fiaip ritengono che vi sia un trend per l'Estate 2026 in aumento per il 21,74% degli intervistati, l'1,74% parla di forte aumento, ed il 51,74% ritiene l'andamento delle compravendite allo stesso livello dello scorso anno, sebbene un 19% degli intervistati parla di una diminuzione.

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



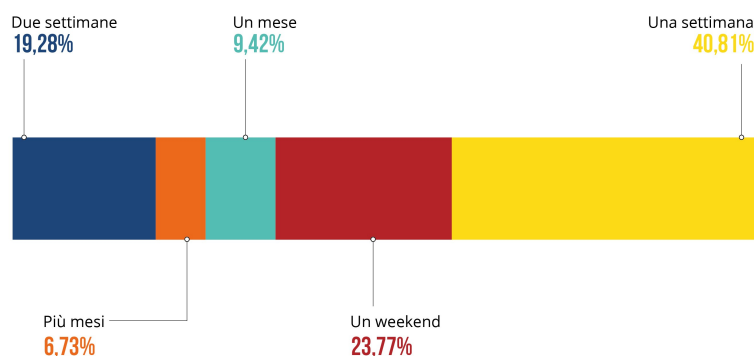
Il numero di immobili gestiti dalle agenzie immobiliari per locazioni turistiche nell'ultimo anno ha avuto una media fino a 10 immobili per la maggior parte ovvero 52,65% e da 31 a 70 immobili in gestione per il 16,37% degli agenti. Solo il 0,88% ha avuto oltre 150 immobili in gestione nel corso dell'anno.

DAL 2025 AD OGGI, QUAL' E' STATA LA VARIAZIONE NEL NUMERO DI LOCAZIONI DI IMMOBILI AD USO TURISTICO GESTITA DALLA SUA AGENZIA RISPETTO AGLI INCARICHI ?



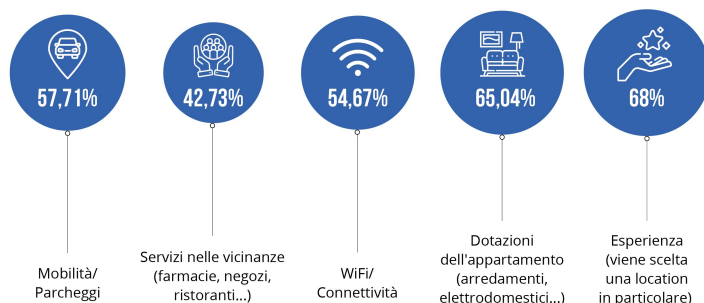
L'aumento della variazione nel numero di locazioni di immobili ad uso turistico gestita dalle agenzie immobiliari (incarichi) é in crescita tra il 2-5% per il 18,64% degli agenti, tra il 5-10% per il 5,47% e oltre il 15% per il 2,73% degli intervistati.

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 23,77%, di due settimane per il 19,28%, di una settimana per la maggior parte degli agenti 40,81% e solo il 9,42% sceglie soggiorni mensili o di più mesi (6,73%).

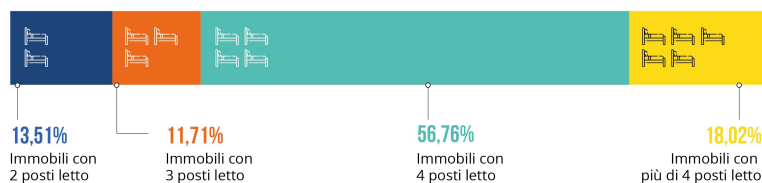
QUANTA IMPORTANZA HANNO I SEGUENTI SERVIZI VALUTATI DAL CLIENTE QUANDO SCEGLIE UN IMMOBILE AD USO TURISTICO?



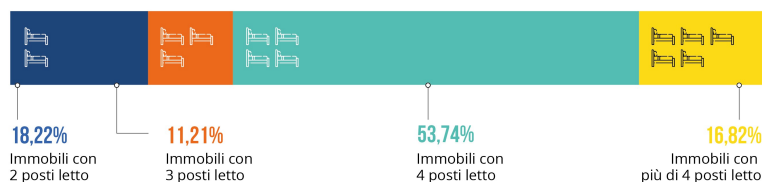
Per i clienti degli immobili ad uso turistico, oltre all'esperienza che si può vivere durante il soggiorno in un'abitazione durante le vacanze, hanno particolare importanza i servizi offerti da chi affitta una casa per le vacanze come le dotazioni dell'appartamento locato (65,04%), i parcheggi (57,71%), i servizi di prossimità (42,73%) e il WiFi 54,67%.

RISPETTO AL 2025, QUALE TIPOLOGIA DI IMMOBILI SONO SCELTI PIU' DI FREQUENTE DAI SUOI CLIENTI CHE OPTANO PER LOCARE UNA CASA AD USO TURISTICO ?

CLIENTI ITALIANI



CLIENTI STRANIERI



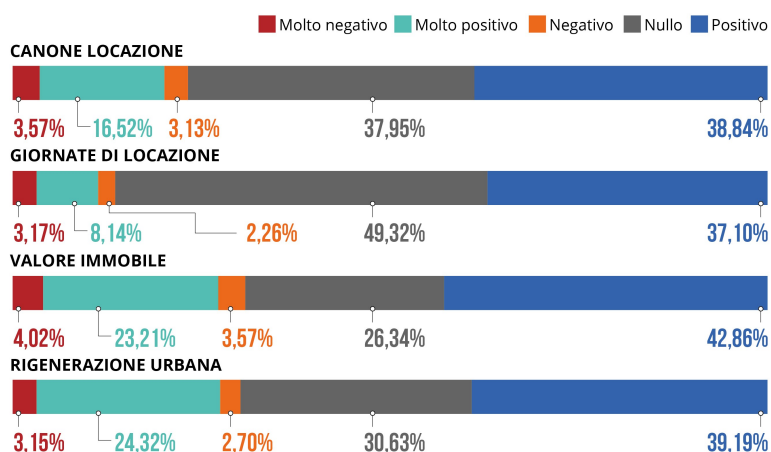
Il numero delle clienti italiane che optano per un immobile ad uso turistico con 4 posti letto é in crescita 56,76%, rispetto a chi cerca immobili in locazione con 2 posti letto 13,51% o 3 posti letto 11,71%. Anche la clientela straniera che si rivolge alle agenzie immobiliari opta per immobili con 4 posti letto 53,74%.

<RITIENE CHE L'ENTRATA IN VIGORE DI NUOVE REGOLE E OBBLIGHI DI LEGGE COME IL CIN (CODICE IDENTIFICATIVO NAZIONALE) ABBAIA APPORTATO STRUMENTI A CONTRASTO DELL'ABUSIVISMO NELLE LOCAZIONI?



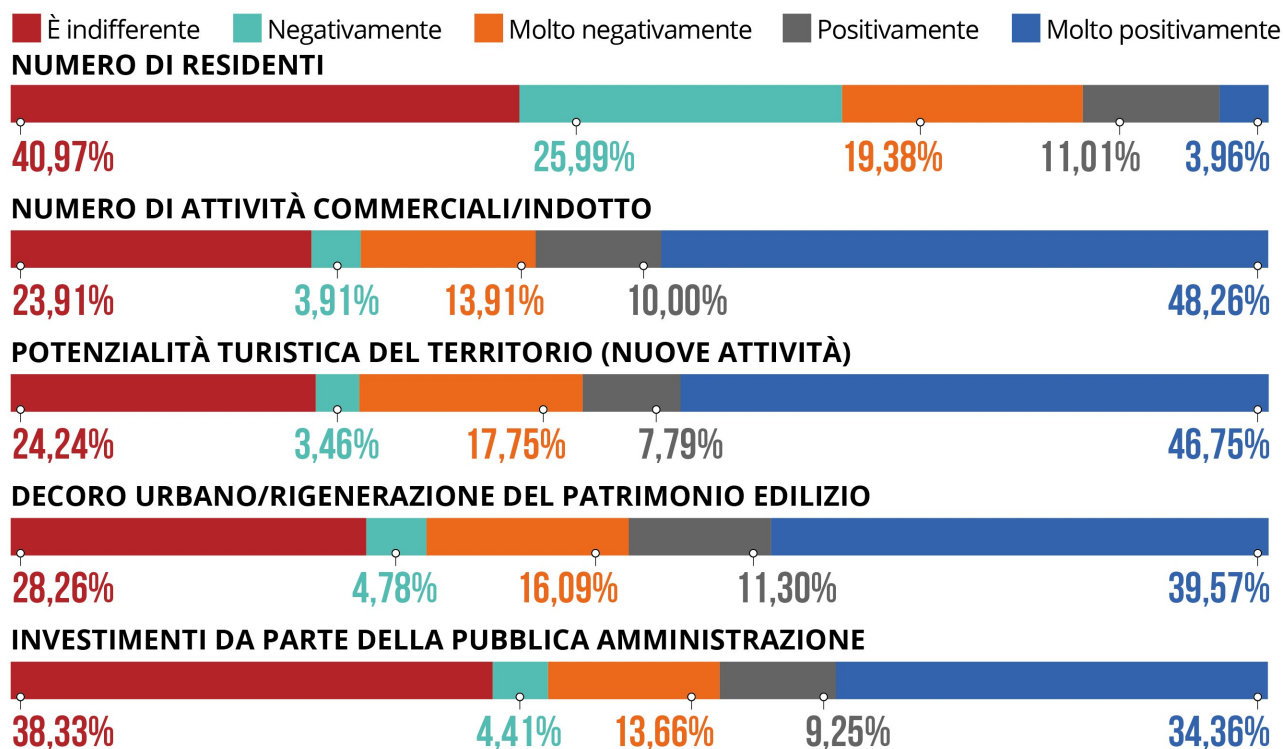
Per il 61,1% degli agenti immobiliari l'entrata in vigore delle nuove regole ha comportato regole importanti, che avranno buoni risultati anche nella lotta al contrasto dell'abusivismo. Solo il 39,9% circa ritiene lo strumento inefficace

PARLANDO DI IMMOBILI ADIBITI A LOCAZIONE TURISTICA, IN CHE MODO INCIDE LA LORO CONFORMITÀ 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 (42,86%), secondo gli intervistati Fiaip, molto positiva per il 16,52% rispetto al canone di locazione così come è positiva la risposta degli agenti immobiliari rispetto alla rigenerazione urbana 39,19%.

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



L'aumento delle locazioni brevi ad uso turistico nei centri storici, così come nelle località turistiche viene visto positivamente per il numero di residenti (40,97%), rispetto alla ricaduta turistica sul territorio e sull'indotto delle attività commerciali locali (48,26%), per il decoro urbano e la rigenerazione urbana del patrimonio edilizio (46,75%) che portano questa tipologia di ricettività extra alberghiera nei centri storici e nelle località turistiche anche una ricaduta fattiva e molto positiva per le casse dell'amministrazioni locali e agli investimenti locali da parte della PA grazie all'utilizzo della tassa di soggiorno (34,36%).

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!



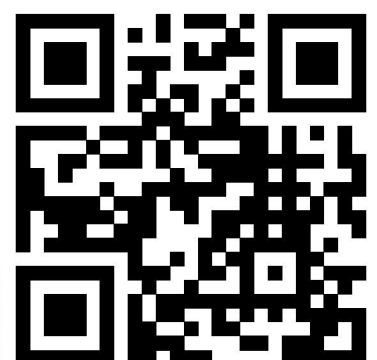
Consulenza del Lavoro

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	1100	350	500
Marina di Pisticci (MT)	600	1100	200	400
Nova Siri (MT)	350	800	150	400
Policoro (MT)	700	1200	300	500
Scansano Jonico (MT)	400	900	200	450
CALABRIA				
Capo Vaticano (VV)	1200	2500	400	650
Caulonia (RC)	600	1200	300	450
Pizzo Calabro(VV)	1000	2000	400	650
Roccella Ionica (RC)	1000	2000	400	600
Scalea (CS)	1000	2000	400	600
Siderno (RC)	1000	2000	400	600
Tropea (VV)	1500	3000	500	800
CAMPANIA				
Amalfi (SA)	2000	2400	700	1000
Capaccio Paestum (SA)	1700	2200	500	1000
Palinuro (SA)	800	1000	300	600
Positano (SA)	2000	2400	500	600
Sorrento (NA)	2000	2400	400	500
Vietri sul Mare (SA)	1500	2000	800	1500
EMILIA ROMAGNA				
Cattolica (RN)	900	1000	500	580
Cervia (RA)	1100	1400	600	800
Cesenatico (FC)	1000	1350	550	780
Milano Marittima (RA)	1250	2800	850	950
Lido degli Estensi e Spina (FE)	500	750	150	300
Lido Scacchi e Pomposa (FE)	500	650	150	300
Lido Nazioni (FE)	500	750	150	300
Riccione (RN)	1300	1600	870	980
Rimini (RN)	1000	1500	400	750
FRIULI - VENEZIA GIULIA				
Grado (GO)	550	1150	400	650
Lignano Sabbiadoro (UD)	550	1250	200	450

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
LAZIO				
Anzio (RM)	900	1800	500	800
Civitavecchia (RM)	800	1400	500	900
Fondi (LT)	1300	2500	800	1200
Fregene (RM)	1000	2000	500	1200
Gaeta (LT)	1300	2500	700	1300
Ladispoli (RM)	600	1000	400	600
Latina (LT)	1000	2000	600	1000
Marina di Cerveteri (RM)	800	1200	500	800
Montalto Marina (VT)	1200	2100	800	1200
Ostia Lido - Roma (RM)	900	1500	500	800
Sabaudia (LT)	1400	2000	800	1400
Sabaudia (LT)	1500	2500	800	1400
San Felice Circeo (LT)	1200	2500	700	1300
Santa Marinella (RM)	1000	2000	700	1200
Santa Severa (RM)	1000	1300	400	900
Sperlonga (LT)	1800	3000	800	1500
Tarquinia Lido (VT)	1000	2000	700	1200
Terracina (LT)	1000	2000	600	1000
LIGURIA				
Alassio (SV)	1200	3000	500	1000
Arenzano (GE)	650	850	400	550
Bergeggi(SV)	700	2000	300	650
Cinque Terre Parco Nazionale (SP)	1700	3000	800	1500
Diano Marina (IM)	800	1400	350	500
Fiano Ligure (SV)	900	2400	400	800
Finale Ligure (SV)	700	1400	400	600
Imperia (IM)	650	1000	450	650
Lerici (SP)	1700	2500	350	800
Sanremo (IM)	750	1000	350	450
Santa Margherita Ligure (GE)	2000	3000	800	1200
Sestri Levante (GE)	900	1500	400	700
Varazze (GE)	700	2000	300	650
MARCHE				
Fano (PU)	700	1100	350	650
Gabicce Mare (PU)	900	1200	450	800
Grottamare (AP)	800	1100	300	500

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
Marotta (PU)	700	1100	300	650
Numana/Marcelli (AN)	800	1500	400	600
Pesaro (PU)	800	1100	400	750
Porto San Giorgio (FM)	800	1100	350	500
Porto Recanati (MC)	800	1100	450	600
San Benedetto del Tronto (AP)	800	1100	300	500
Senigallia (AN)	800	1300	400	700
Sirolo (AN)	1000	1700	400	750
PUGLIA				
Campomarino (TA)	700	1200	400	600
Castellaneta Marina (TA)	1000	2000	500	750
Castro (LE)	800	1200	400	600
Cisternino (BR)	800	1200	350	600
Gallipoli (LE)	1000	1700	600	900
Ginosa Marina (TA)	200	250	150	200
Leporano (TA)	800	1200	400	600
Margherita di Savoia (BAT)	800	1800	500	1050
Monopoli (BA)	1000	1500	450	700
Ostuni - Marina (BR)	800	4300	450	1050
Ostuni - Rosa Marina (BR)	3500	7000	1500	3000
Otranto (LE)	950	1350	600	800
Peschici (FG)	700	1000	300	450
Polignano a Mare (BA)	1000	1500	400	750
Porto Cesareo (LE)	1000	1400	400	600
Pulsano (TA)	800	1200	400	600
S. Isidoro - Nardò (LE)	900	1200	300	500
San Cataldo (LE)	650	850	400	550
San Foca (LE)	800	1200	400	600
Santa Caterina - Nardò (LE)	1100	1700	400	600
Santa Cesaria Terme (LE)	800	1300	400	600
Santa Maria al Bagno - Nardò (LE)	1100	1700	400	600
Santa Maria di Leuca (LE)	1100	1700	600	700
Savelletri (BR)	1200	2500	500	900
Savelletri (BR)	700	3000	600	1000
Torre dell'Orso (LE)	600	1200	300	500
Tricase	800	1000	400	500
Ugento (LE)	800	1300	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
Vieste (FG)	800	1100	300	450
SARDEGNA				
Alghero (SS)	1500	2200	700	1000
Muravera/Costa Rei (OT)	1500	2000	1000	1500
Orosei (NU)	800	1800	500	900
Porto Cervo (SS)	2500	3500	1800	3000
Porto Rotondo (SS)	1800	3500	1500	2500
Villasimius -Porto Luna (CA)	1500	3000	1000	2000
SICILIA				
Cefalù (PA)	800	1300	500	700
Giardini Naxos (ME)	1200	2400	170	350
Milazzo (ME)	800	1400	450	650
Taormina (ME)	1700	3500	600	1200
TOSCANA				
Castiglioncello (LI)	1000	1300	550	670
Castiglione della Pescaia (GR)	1500	2900	800	1100
Forte dei Marmi (LU)	2200	4000	800	1500
Marina di Cecina (LI)	800	900	350	400
Orbetello (GR)	1000	1800	700	900
Vada (LI)	900	1200	500	600
Viareggio (LU)	700	2000	400	1000
VENETO				
Bibione (VE)	1200	1300	500	600
Cavallino-Treporti (VE)	1100	1200	500	600
Jesolo (VE)	1200	1300	500	700
Lido di Venezia (VE)	1500	1700	600	800

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)	1.400	2.000
Caulonia (RC)	700	900
Pizzo calabro (RC)	1.400	1.800
Roccella Ionica (RC)	600	800
Siderno (RC)	800	1.000
Tropea (VV)	2.500	3.000
CAMPANIA		
Amalfi (SA)	10.000	12.000
Capaccio Pestum (SA)	2.200	3.700
Palinuro (SA)	2.000	2.500
Positano (SA)	10.000	12.000
Sorrento (NA)	8.000	10.000
Vietri sul Mare (SA)	2.500	3.500
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Grado (GO)	2.800	3.500
Lignano Sabbiadoro (UD)	3.300	3.900
EMILIA ROMAGNA		
Cattolica (RN)	2.800	3.300
Cervia (RA)	3.500	3.800
Cesenatico (FC)	3.500	3.900
Milano Marittima (RA)	4.300	4.700
Riccione (RN)	5.000	5.500
Rimini (RN)	3.300	3.500

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
LAZIO		
Anzio (RM)	2.100	2.700
Civitavecchia (RM)	1.600	2.000
Fondi (LT)	1.900	2.800
Fregene	2.800	3.400
Gaeta (LT)	3.000	5.000
Ladispoli (RM)	2.000	2.400
Latina (LT)	1.500	2.500
Marina di Cerveteri (RM)	1.700	2.200
Montalto Marina (VT)	2.000	2.700
Montalto Marina (VT)	2.000	2.700
Ostia Lido - Roma (RM)	2.300	2.800
Sabaudia (LT)	1.700	3.000
San Felice Circeo (LT)	2.000	3.000
Santa Marinella (RM)	2.100	2.600
Santa Severa (RM)	2.700	3.200
Tarquinia Lido (VT)	1.550	2.300
Terracina (LT)	1.950	2.800
LIGURIA		
Alassio (SV)	4.000	7.000
Arenzano (GE)	2.800	3.800
Bergeggi (SV)	2.500	4.500
Diano Marina (IM)	3.000	4.500
Finale Ligure (SV)	5.000	8.000
Imperia (IM)	n.p	n.p
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
Varazze (SV)	4.000	7.000
MARCHE		
Ancona (AN)	1.400	1.800
Fano (PU)	1.800	3.000

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Gabicce (PU)	2.500	3.500
Grottanare (AP)	2.800	5.500
Marotta (PU)	2.100	2.500
Numana (AN)	2.000	3.500
Pesaro (PU)	2.000	4.000
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)	2.000	4.000
PUGLIA		
Campomarino (TA)	2.000	3.500
Castellneta Marina (TA)	1.500	3.000
Castro (LE)	1.700	2.600
Cisternino (BR)	1.400	2.100
Gallipoli (LE)	1.700	2.600
Ginosa Marina (TA)	800	1.100
Leporano (TA)	1.500	2.200
Manfredonia (FG)	1.100	1.350
Margherita di Savoia (BAT)	900	1.600
Monopoli (BA)	1.800	3.800
Ostuni - Rosa Marina (BR)	3.000	4.000
Ostuni - Marina (BR)	1.500	3.500
Otranto (LE)	2.200	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)	1.300	1.700
San Cataldo (LE)	1.350	1.800
San Foca (LE)	1.500	2.300

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Santa Caterina - Nardò (LE)	1.800	3.000
Santa Cesaria Terme (LE)	1.500	2.200
Santa Maria al Bagno - Nardò (LE)	1.600	3.000
Savelletri (BR)	2.500	4.500
Torre dell'Orso (LE)	1.700	3.200
Torre dell'Orso (LE)	1.500	2.600
Tricase (LE)	1.350	2.100
Ugento (LE)	1.100	2.300
Ugento (LE)	1.300	2.300
Vieste (FG)	1.200	1.400
SARDEGNA		
Alghero - Stintino (SS)	2.500	3.300
Muravera/ Costa Rei (SU)	2.500	3.850
Porto Cervo (SS)	3.500	8.600
Porto Rotondo (SS)	2.900	12.000
Villasimius (SU)	8.000	5.400
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)	2600	4200	1100	1600
Ischia (NA)	1300	2000	700	1000
LAZIO				
Pontine (LT)	1400	2550	800	1950
SARDEGNA				
Carloforte (SU)	1200	1500	500	800
Maddalena (SS)	1400	2000	600	900
PIEMONTE				
Isole Borromee (VB)	900	1800	550	1000
PUGLIA				
Isole Tremiti: San Dominio (FG)	800	2000	700	750
Isole Tremiti: San Nicola (FG)	1000	2500	750	900
SICILIA				
Isole Egadi: Marettimo (TP)	1000	1500	500	900
Isole Egadi: Favignana (TP)	1200	1800	600	1000
Isole Eolie: Alicudi (ME)	1100	1500	850	980
Isole Eolie: Filicudi (ME)	1300	1700	800	1000
Isole Eolie: Lipari (ME)	980	1400	500	850
Isole Eolie: Panarea (ME)	1300	2200	950	1150
Isole Eolie: Salina (ME)	1150	1500	700	950
Isole Eolie: Stromboli (ME)	1250	1700	700	1000
Isole Eolie: Vulcano (ME)	1100	1400	550	850
Isole Pelagie: Lampedusa (AG)	900	1500	500	900
TOSCANA				
Elba (LI)	900	3000	450	1000

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
PIEMONTE		
Isole Borromee (VB)	n.p.	n.p.
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 Egadi: Favignana (TP)	2.400	4.000
Isole Egadi: Levanzo (TP)	2.000	3.000
Isole Egadi: Marettimo (TP)	2.200	3.200
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
LOMBARDIA				
Corte Franca - Franciacorta (BS)	1.800	3.200	1.000	2.000
Erbusco - Franciacorta (BS)	1.800	3.200	1.000	2.000
PIEMONTE				
Langhe (CN)	900	1.700	550	1.000
Roero (CN)	800	1.500	500	900
Monferrato (AT-AL)	750	1.500	500	900
PUGLIA				
Alberobello (BA)	1.000	2.200	600	900
Alezio (LE)	500	600	300	450
Carovigno (BR)	700	2.500	400	600
Castrignano del Capo (LE)	500	700	300	450
Fasano (BR)	700	2.500	400	600
Galatina (LE)	600	850	450	550
Lecce (VE)	700	900	400	600
Leverano (LE)	600	850	450	550
Manfredonia (FG)	600	1.000	250	350
Martina Franca (TA)	900	1.500	400	600
Meludugno (LE)	600	750	400	550
Minervino Murge (BAT)	800	1.100	300	500
Morciano di Leuca (LE)	600	900	300	450
Nardò (LE)	700	900	400	600
San Fedinando Puglia (BAT)	700	1.000	300	500
San Vito dei Normanni (BR)	700	1.300	400	600
Squinzano (LE)	500	600	300	450
Taviano (LE)	500	600	300	450
Tuglie (LE)	500	600	300	450
Ugento (LE)	500	600	300	450
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

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
Mugello (FI)	900	1.500	600	1.100
UMBRIA				
Orvieto (TR) - 4 camere	3.000	5.000	2.500	3.500
Spoletto (PG) - 4 camere	3.000	4.000	2.000	2.700
Todi (PG) - 4 camere	3.000	4.000	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	
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
LOMBARDIA		
Corte Franca - Franciacorta (BS)	1.800	3.200
Erbusco - Franciacorta (BS)	1.800	3.200
PUGLIA		
Acaya (BR)	1.200	1.600
Acquarica di Lecce (LE)	700	1.200
Alberobello (BA)	1.500	3.000
Alezio (LE)	800	1.400
Carovigno (BR)	1.400	2.100
Castrignano del Capo (LE)	800	1.550
Fasano (BR)	1.300	2.500
Galatina(LE)	1.100	1.500
Lecce (LE)	1.100	1.800
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
Racale (LE)	700	1.200
San Ferdinando di Puglia (BAT)	700	1.700
San Vito dei Normanni (BR)	1.000	2.000
Squinzano (LE)	700	1.100
Taviano (LE)	700	1.200
Tuglie (LE)	700	1.200
Ugento (LE)	900	1.600
Vanze (LE)	700	1.200

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
Vernole (LE)	900	1.700
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) 4 camere	1.300	2.100
Spoletto (PG) 4 camere	1.000	1.600
Todi (PG) 4 camere	1.100	1.700
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	250	400
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)	500	700	500	700
Bracciano (RM)	700	1.100	400	700
Castelgandolfo (RM)	800	2.600	500	800
Isola del Liri (FR)	550	850	550	850
Nemi (RM)	600	1.500	400	700
San Donato Val di Comino (FR)	500	700	500	700
Sermoneta (LT)	700	1.100	400	700
Subiaco (RM)	700	1.200	500	800
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)	1.000	2.000	800	1.500
Crema (CR)	1.000	1.800	800	1.400
Pavia (PV)	1.200	2.000	900	1.550
MARCHE				
Gradara (PU)	600	800	300	500
PUGLIA				
Acaya (LE)	700	850	350	500
Ceglie Messapica (BR)	450	1.100	300	600
Alessano (LE)	500	650	300	450
Galatina (LE)	600	1.000	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
Marittima (LE)	700	1.000	400	600
Grottaglie (TA)	700	1.000	400	600
Leverano (LE)	600	1.000	400	600
Locorotondo (BA)	1.000	1.500	450	700
Martina Franca (TA)	1.000	1.500	500	750
Matino (LE)	420	600	300	600
Monte Sant'Angelo (FG)	700	1.000	300	450
Nardò (LE)	700	1.000	400	600
Ostuni (BS)	800	1.200	350	600
Otranto (LE)	950	1.350	600	800
Polignano a Mare (BA)	1.000	1.500	450	700
Trani (BAT)	700	1.100	350	600
Pressice - Acquarica (LE)	500	700	300	500
Specchia	450	600	300	400
Spongano (LE)	500	750	350	550
Vico del Gargano (FG)	800	1.100	300	450
SARDEGNA				
Alghero (SS)	1.200	1.500	500	800
Castelsardo (SS)	850	1.800	500	800
Posada - Calaforte (NU)	1.300	1.700	450	700
Santa Teresa Gallura (SS)	600	800	500	750
TOSCANA				
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	1.300	350	900
TRENTINO - ALTO ADIGE				
Vipiteno (BZ)	1.400	2.300	700	1.300
UMBRIA				
Montefalco (PG)	750	1.000	500	750
Spello (PG)	800	1.300	500	800
VENETO				
Asolo (TV)	1.100	1.200	500	600
Follina (TV)	900	1.200	400	500
Marostica (VI)	900	1.200	400	500

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
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)	900	1.100
CAMPANIA		
Castellabate (SA)	2.500	3.000
Cetara (SA)	3.500	4.500
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
Bracciano (RM)	1.900	2.700
Castelgandolfo (RM)	2.300	3.200
Gallinaro (FR)	700	900
Isola del Liiri (FR)	800	1.200
Nemi (RM)	1.800	2.500
San Donato val di Comino (FR)	700	900
Sermoneta (LT)	1.500	2.000
Subiaco (RM)	900	1.200
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)	10.000	18.000
LOMBARDIA		
Boario Terme (BS)	1.200	1.800
Crema (CR)	1.700	2.200
Pavia (PV)	2.200	2.800

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
MARCHE		
Arcevia (AN)	400	500
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	2.000
Alessano (LE)	900	1.500
Carovigno (BR)	900	1.800
Ceglie Messapica (BR)	800	1.500
Conversano (BA)	500	2.500
Galatina (LE)	800	2.000
Grottaglie (TA)	800	1.500
Leverano (LE)	400	800
Locorotondo (BA)	1.800	2.500
Marittima (LE)	1.450	2.000
Martina Franca (TA)	800	1.200
Matino (LE)	900	1.500
Monte Sant'Angelo (FG)	850	1.100
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
Presicce - Acquarica (LE)	1.100	1.600
Specchia	1.350	1.700
Spongano (LE)	1.200	1.600
Trani (BAT)	900	1.700
Vito del Gargano (FG)	700	950
SARDEGNA		
Alghero (SS)	1.000	2.000
Castelsardo (SS)	1.500	1.800
Posada, Calaforte (NU)	900	1.600
Santa Teresa di Gallura (SS)	4.000	1.920

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
TOSCANA		
Capalbio	1.800	2.600
UMBRIA		
Montefalco (PG)	850	1.200
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
CAMPANIA				
Avellino (AV)	500	800	400	700
Benevento (BN)	650	900	450	600
Caserta (CE)	650	1.250	450	650
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
Cerveteri (RM)	800	1.200	500	800
Frascati (RM)	800	1.500	500	1.000
Roma (RM)	1.100	2.500	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				
Brescia (BS)	1.000	1.800	800	1.400
Mantova (MN)	1.000	1.600	800	2.800
Milano (MI)	1.800	3.500	1.400	2.800
PIEMONTE				
Torino (TO)	950	1.500	700	1.000
Reggia di Venaria (TO)	600	1.000	400	750
Sacra di San Michele (TO)	550	900	350	650
PUGLIA				
Alberobello (BA)	1.000	2.000	600	900
Andria (BAT)	700	1.100	350	600
Bari (BA)	770	1.400	350	600
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
Maglie	600	800	400	500

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
Manfredonia (FG)	600	1.000	250	350
Martina Franca (TA)	900	1.500	400	600
Nardò (LE)	700	900	400	600
Ostuni (BS)	800	4.100	620	2.100
Otranto (LE)	950	1.350	600	800
Taranto (TA)	900	1.500	400	600
Tricase	600	800	400	500
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
UMBRIA				
Assisi (PG)	900	1.500	550	900
Orvieto (TR)	850	1.200	800	900
Perugia (PG)	700	1.200	450	700
Spoletto (PG)	800	1.200	700	900
Todi (PG)	800	1.600	700	900
VENETO				
Venezia (VE)	1.600	1.800	900	1.200
Verona (VR)	1.600	1.800	900	1.000

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
CAMPANIA		
Avellino (AV)	1.500	2.500
Benevento (BN)	1.000	1.500
Caserta (CE)	1.800	2.400
Napoli (NA)	4.100	6.500
Salerno (SA)	5.000	7.000
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		
Brescia (BS)	1.800	2.800
	1.500	2.500
Milano (MI)	5.000	8.500
MARCHE		
Fabriano (AN)	600	800
Jesi (AN)	700	900
Loreto (PU)	1.000	1.200
Urbino (PU)	1.500	2.500
PUGLIA		
Alberobello (BA)	1.500	3.300
Andria (BAT)	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)	1.500	2.700
Maglie (LE)	1.000	1.600

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Manfredonia (FG)	1.100	1.500
Martina Franca (TA)	800	2.000
Nardò (LE)	1.100	1.700
Ostuni (BR)	1.500	3.500
Otranto (LE)	2.200	3.000
Taranto (TA)	1.000	2.500
Tricase (LE)	1.000	1.600
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)	1.300	2.100
Spoletto (PG)	1.100	1.600
Todi (PG)	1.100	1.700
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	1.500	400	600
Serra San Bruno (VV)	600	800	350	450
CAMPANIA				
Laceno (AV)	600	900	400	700
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				
Bormio (SO)	2.800	5.000	1.400	2.500
Chiesa in Valmalenco (SO)	1.500	2.800	900	1.800
Colico (LC)	1.400	2.400	1.000	1.700
Como (CO)	5.000	9.000	3.000	5.500
Iseo (BS)	1.400	2.200	800	1.400
Lecco (LC)	1.500	2.500	1.000	1.800
Livigno (SO)	3.000	5.500	1.500	2.800
Luino (VA)	1.800	3.000	1.200	2.200
Madesimo (SO)	1.800	3.200	1.200	2.200
Ponte di Legno (BS)	1.800	3.500	1.000	2.000
Sirmione (BS)	1.500	1.500	1.000	1.600
PIEMONTE				
Alagna Valsesia (VC)	1.000	2.000	600	1.100
Bardonecchia (TO)	1.000	2.000	600	1.100
Lago d'Orta San Giuliano (NO)	800	1.500	500	900
Lago Maggiore - Cannobio (VB)	850	1.600	500	950
Lago Maggiore - Baveno (VB)	800	1.500	500	900
Lago Maggiore - Stresa (VB)	900	1.700	550	1.000

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
Lecce (LE)	1.500	2.700
Maglie (LE)	1.000	1.600
Manfredonia (FG)	1.100	1.500
Martina Franca (TA)	800	2.000
Nardò (LE)	1.100	1.700
Ostuni (BR)	1.500	3.500
Otranto (LE)	2.200	3.000
Taranto (TA)	1.000	2.500
Tricase (LE)	1.000	1.600
SAEDEGNA		
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)	1.300	2.100
Spoletto (PG)	1.100	1.600
Todi (PG)	1.100	1.700
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.

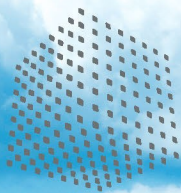
LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
ABRUZZO		
Ovindoli (AQ)	1.150	1.700
BASILICATA		
Pietrapertosa (PZ)	600	800
Sanseverino Lucano (PZ)	600	800
Terranova di Pollino (PZ)	600	800
CALABRIA		
Gambarie (RC)	800	1.100
Serra San Bruno (VV)	600	800
CAMPANIA		
Laceno (AV)	500	800
FRIULI VENEZIA-GIULIA		
Sappada (UD)	1.850	2.800
LAZIO		
Lago di Bolsena (VT)	1.200	1.700
Lago di Bracciano (RM)	1.100	1.600
LOMBARDIA		
Bormio (SO)	5.000	7.000
Chiesa di Val Malenco (SO)	1.800	2.400
Colico (LC)	2.200	4.300
Como (CO)	4.000	6.500
Lago di Lecco (LC)	2.200	2.800
Lago di Luino (VA)	1.800	2.500
Lago d'Iseo - Iseo (BS)	2.200	3.000
Livigno (SO)	6.500	9.500
Madesimo (SO)	3.000	4.500
Ponte di Legno (BS)	4.000	6.000
Sirmione (BS)	3.500	6.000
PIEMONTE		
Sestriere (TO)	2.200	3.200
PUGLIA		
Laghi Alinibni di Otranto	1.600	2.600
TOSCANA		
Capalbio Lago di Burano (GR)	1.800	2.600

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

LOCALITA'	BUONO STATO	
	MIN	MAX
TRENTINO - ALTO ADIGE		
Madonna di Campiglio - Pinzolo (TN)	9.000	12.000
Merano (BZ)	3.600	4.400
Ortisei (BZ)	6.500	9.500
Selva di Val Gardena (BZ)	9.000	9.200
Val di Fassa - Canazei - Marmolada (TN)	5.500	8.500
UMBRIA		
Lago Trasimeno - Castiglione dal Lago (PG)	1.200	1.600
VALLE D'AOSTA		
Ayas	3.500	7.000
Breuil Cervina	4.000	8.500
Brusson	2.500	5.500
Cogne	2.500	5.000
Courmayeur (AO)	6.000	12.000
Gressoney (AO)	2.500	5.000
La Thuile	4.000	7.000
VENETO		
Asiago (VI)	1.000	1.200
Auronzo (BL)	2.700	2.900
Cortina D'Ampezzo (BL)	11.900	13.900
Falcade (BL)	2.200	2.700
Lago di Garda - Sirmione (VR)	4.600	5.700
Val di Zoldo (BL)	2.000	2.500

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

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 **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%	per accessori non comunicanti o ad un piano diverso dei vani principali, considerare un terzo dell'incidenza
	logge e portici	35%	
	verande integrate all'abitazione e con finiture analoghe	80%	
	verande separate dall'abitazione da preesistente infisso	70%	
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.

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) 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	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	60% 40%	superfici con altezze inferiori a mt 1,50 non saranno computate
3	area esterna carrabile coperta con struttura fissa area esterna non carrabile coperta con struttura fissa area esterna carrabile scoperta area esterna non carrabile scoperta	30% 15% 10% 5%	fino alla concorrenza della superficie principale; l'eccedenza fino alla ulteriore concorrenza della superficie principale al 2%; l'ulteriore eccedenza allo 0,5%
4	posti auto scoperti posti auto coperti	10% 30%	dimensioni tipo di posto auto mt 2,50 x 5,00 = 12,50 mq
5	locali tecnici	15%	

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

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



**L'EQUILIBRIO
PERFETTO
PER VALUTARE
AL GIUSTO PREZZO
IN UN ISTANTE**

<https://www.fiaipprice.it>

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

I NUMERI VINCENTI DI FIAIPPRICE



11.500.000

IMMOBILI UNIVOCI VERIFICATI ED AGGIORNATI



1.800.000

IMMOBILI VENDUTI NELL'ULTIMO ANNO



2.500.000

IMMOBILI VALUTATI DA PROFESSIONISTI

FIAIPPrice è lo strumento riservato agli associati FIAIP per ottenere un'analisi dettagliata del mercato immobiliare individuando **il più probabile prezzo di compravendita** per accelerare i tempi e ridurre al minimo le problematiche.

Con **FIAIPPrice** potrete personalizzare e confezionare un report che potrà essere stampato oppure inviato al cliente tramite link per essere consultato in qualsiasi momento, rendendolo dinamico e seguire così l'andamento dei prezzi nel tempo.

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

FIAIPPrice inoltre integra il potente motore di ricerca **FIAIPReSearch** che permette di trovare gli annunci su web in vendita, all'asta oppure nei venduti dell'Agenzia delle Entrate, senza dover acquistare servizi aggiuntivi.

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

✉ info@realprice.it
☎ 055 84 02 740



PREQUALIFICA **AUXILIA FINANCE**



PERSONALIZZAZIONE



VELOCITÀ



CHIAREZZA



EFFICACIA

**Grazie al nostro servizio di Prequalifica,
saprai subito quale fascia di prezzo è
ideale per ogni cliente, permettendoti di
proporre solo soluzioni realistiche e
aumentare le probabilità di vendita.**

CENTRO STUDI FIAIP

Via Sardegna, 50
00187 Roma
tel. +39 06 452 31 81
centrostudi@fiaip.it

