



BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale
sul mercato delle abitazioni in Italia
Aprile 2016

Nuova serie

Anno XXVI - 20 Maggio 2016

Numero

25

Sommario

1. Introduzione.....	3
2. I principali risultati.....	3
Prezzi delle abitazioni.....	3
Compravendite.....	3
Incarichi a vendere	3
Trattative e tempi di vendita	4
Modalità di finanziamento degli acquisti.....	4
Locazioni.....	4
Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie.....	4
Le prospettive del mercato nazionale delle compravendite.....	4
Appendice A: Nota metodologica	5
Appendice B: Tavole statistiche	11
Appendice C: Il questionario	27

Questo fascicolo presenta i principali risultati dell'inchiesta trimestrale sul mercato delle abitazioni in Italia, condotta congiuntamente dalla Banca d'Italia, da Tecnoborsa e dall'Agenzia delle Entrate (Osservatorio del Mercato Immobiliare). I referenti sono, per la Banca d'Italia: Marco Bottone, Tatiana Cesaroni, Sergio Santoro (con la collaborazione di Elena Picchio per la parte editoriale); per Tecnoborsa: Giampiero Bambagioni e Ettore Troiani; per l'Agenzia delle Entrate, Osservatorio del Mercato Immobiliare: Maurizio Festa e Gianni Guerrieri.

I dati, raccolti esclusivamente per finalità di analisi economica, sono trattati ed elaborati in forma aggregata, nel rispetto della normativa sulla privacy.

Si ringraziano le agenzie che hanno accettato di partecipare all'indagine.

SONDAGGIO CONGIUNTURALE SUL MERCATO DELLE ABITAZIONI IN ITALIA

Aprile 2016

Nel primo trimestre del 2016 è proseguito il miglioramento del mercato immobiliare. La percentuale di operatori che hanno venduto almeno un'abitazione è cresciuta, in connessione con le più favorevoli condizioni della domanda. La quota di chi segnala un calo dei prezzi di vendita si è ancora ridotta e, sulla base delle attese rilevate dall'indagine, continuerebbe a contrarsi anche nel secondo trimestre dell'anno. Si conferma l'ottimismo degli agenti sull'evoluzione a breve termine del proprio mercato locale e sulle prospettive del mercato nazionale nel prossimo biennio.

1. Introduzione

Le interviste del Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia si sono svolte tra il 31 marzo ed il 5 maggio 2016. Vi hanno partecipato 1.004 agenzie immobiliari¹, operanti nel settore della mediazione su beni di terzi (tav. 1), che hanno fornito informazioni sulle attività di compravendita² e locazione e sui relativi prezzi nel trimestre gennaio-marzo 2016 e sulle prospettive di breve periodo. Sono oggetto di indagine le sole transazioni intermedie dagli agenti immobiliari, che si stima ammontino a circa la metà del totale. I principali risultati sono riassunti di seguito, mentre in appendice si riportano la nota metodologica, le tavole statistiche e il questionario utilizzato.

2. I principali risultati

Prezzi delle abitazioni

Nel primo trimestre del 2016 continua a ridursi la quota di operatori che riporta una diminuzione congiunturale dei prezzi di vendita, che si attesta ora al 44,8 per cento (46,4 nel trimestre precedente, 59,3 nella rilevazione di un anno fa; tav. 2 e fig. 1), a fronte di una prevalenza dei giudizi di stabilità rimasti sostanzialmente invariati al 52,4 per cento. Il miglioramento riflette principalmente gli andamenti riscontrati nelle regioni del Nord Est e nel Sud Italia.

Compravendite

La quota di agenti che hanno venduto almeno un'abitazione è salita nuovamente (al 79,9 per cento dal 77,8 dell'indagine precedente; tav. 3) confermando una tendenza in atto dal primo trimestre del 2015. Le condizioni della domanda si confermano positive: il saldo tra la quota di agenti che riportano un aumento e quella di coloro che segnalano una diminuzione del numero dei potenziali acquirenti è salito a 17,2 punti percentuali (da 15,6 nell'indagine precedente, 5,5 in quella di aprile 2015; tav. 4).

Incarichi a vendere

Il saldo tra le risposte di aumento e di diminuzione delle giacenze di incarichi a vendere si è stabilizzato a 7,0 punti percentuali (era 21,1 un anno prima, tav. 4), a fronte di una lieve diminuzione di quello relativo ai nuovi mandati (8,9 punti percentuali, da 10,4 in gennaio). Secondo il giudizio degli operatori, le principali cause di cessazione dell'incarico rimangono legate al divario tra prezzi offerti e domandati: la quota di chi segnala proposte di acquisto a prezzi ritenuti troppo bassi per il venditore è salita al 60,8 per cento (dal 59,8 della precedente indagine; tav. 5), a fronte di un calo dell'incidenza di indicazioni di prezzi di acquisto ritenuti

¹ Agenzie immobiliari operanti nel settore della mediazione immobiliare su beni di terzi.

² Sono oggetto di indagine le sole transazioni intermedie dagli agenti immobiliari, che si stima ammontino a circa la metà del totale.

eccessivamente elevati dai potenziali acquirenti (al 54,8 per cento da 61,1). Si è ridotta anche la quota di agenzie che riconduce la decadenza dell'incarico alle difficoltà degli acquirenti di reperire un mutuo, scesa al 24,6 per cento (dal 28,4 in gennaio; era 30,9 un anno prima).

Trattative e tempi di vendita

Il margine medio di sconto sui prezzi di vendita rispetto alle richieste iniziali del venditore è leggermente sceso, al 13,8 per cento, dal 14,2 in gennaio (tav. 6). Anche il tempo medio intercorso tra l'affidamento del mandato e la vendita dell'immobile si è ulteriormente ridotto, a 8,6 mesi (da 9,1 nell'indagine precedente e 9,8 dello stesso trimestre del 2015; tav. 7) soprattutto per effetto di una riduzione dei tempi medi di compravendita nel Nord Italia.

Modalità di finanziamento degli acquisti

La quota di acquisti finanziati con mutuo ipotecario è salita (al 73,8 per cento, dal 68,5 dell'indagine di gennaio; tav. 7), così come il rapporto tra prestito e valore dell'immobile (al 69,3 per cento, dal 64,7).

Locazioni

La quota di operatori che hanno dichiarato di avere locato almeno un immobile nel primo trimestre è salita rispetto al periodo precedente (all'84,8 per cento dall'82,4; tav. 8). Il saldo tra i giudizi di aumento e diminuzione dei canoni di locazione è rimasto negativo (-27,5 punti percentuali, da -30,2 nella rilevazione di gennaio), a fronte di un aumento della quota di giudizi di stabilità (al 65,1 per cento da 63,1). Per il trimestre in corso, il saldo negativo tra le attese di aumento e riduzione dei canoni si è accentuato, pur rimanendo largamente prevalenti i giudizi di invarianza (81,1 per cento).

Il margine medio di sconto sui canoni rispetto alle richieste iniziali del locatore è sceso lievemente, al 5,8 per cento (dal 6,3 del trimestre precedente; tav. 9). Il saldo negativo fra le risposte di aumento e di diminuzione per i nuovi incarichi a locare è rimasto sostanzialmente stabile (-10,5 punti percentuali), come la quota, largamente prevalente, dei giudizi di invarianza (a 63,5 per cento).

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie

Le aspettative degli agenti immobiliari sulle tendenze a breve termine del proprio mercato di riferimento si confermano favorevoli, seppur in leggera attenuazione: sia il saldo fra attese di miglioramento e di peggioramento nel trimestre in corso sia quello tra chi si attende un aumento di nuovi incarichi a vendere e chi ne prospetta una riduzione si mantengono positivi (tav. 10 e fig. 2).. La quota di operatori che prevede una flessione dei prezzi nel trimestre in corso ha continuato a diminuire (31,8 per cento, dal 35,2; tav. 10 e fig. 1), a fronte del rialzo nei giudizi di stabilità (64,7 per cento, dal 62,5); tale andamento è particolarmente accentuato nelle aree non urbane e nelle regioni del Nord Est e del Centro.

Le prospettive del mercato nazionale delle compravendite

Il saldo relativo alle attese circa l'evoluzione a breve del mercato immobiliare nazionale si è confermato positivo per il secondo trimestre consecutivo (9,2 punti percentuali, da 8,1 nella precedente indagine; tav. 11). Anche in un orizzonte di medio termine (due anni) si rafforza l'ottimismo degli operatori: il saldo fra attese di miglioramento e peggioramento continua ad aumentare (al 46,4 dal 45,4 per cento).

Appendice A:
Nota metodologica

NOTA METODOLOGICA

A1. L'universo di riferimento, il campione e il disegno

Il Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia è stato avviato nel gennaio 2009 da Banca d'Italia e Tecnoborsa e prosegue, a partire dall'edizione di ottobre 2010, anche con la cooperazione dell'Osservatorio del Mercato Immobiliare (OMI) dell'Agenzia delle Entrate

³. Da questa edizione le interviste sono condotte dal gruppo Clas spa.

Le rilevazioni sono effettuate nel mese successivo alla fine del trimestre di riferimento, in gennaio, aprile, luglio e ottobre. Per questa edizione, riferita al primo trimestre del 2016, sono state condotte tra il 31 marzo e il 5 maggio 2016. Hanno partecipato al sondaggio 1.004 agenti immobiliari dei 5.877 contattati. L'universo di riferimento è costituito dalle agenzie immobiliari che operano per conto terzi. Le informazioni sulla distribuzione della popolazione (aggiornate al 2013) sono di fonte Istat, fornite per classe di addetti e provincia.

Il disegno di campionamento è stratificato. Gli strati, in totale pari a 34, sono costituiti:

- a) dai 12 comuni italiani con popolazione pari o superiore a 250.000 abitanti⁴ e dai comuni di Padova, Trieste e Messina (nel complesso sono i 15 maggiori comuni italiani per popolazione residente⁵);
- b) dalle 15 aree intorno ai comuni del punto a), che ne formano i relativi hinterland⁶;
- c) dalle 4 macro-aree geografiche nazionali (Nord Ovest; Nord Est; Centro; Sud e Isole), con l'esclusione dei 30 strati dei punti a) e b).

Il numero di unità da rilevare in ogni strato è stato scelto con un criterio misto: una numerosità di base è stata determinata in misura proporzionale al numero di transazioni rilevate, disponibili al momento della formazione del campione, in ognuno di essi (sulla base di dati territoriali forniti dall'OMI). All'interno dei singoli strati si è poi provveduto a fissare una consistenza minima, al fine di garantire una numerosità campionaria tale da assicurare per ognuno un errore standard accettabile per le principali stime. È stata infine aggiunta una numerosità campionaria supplementare per le aree metropolitane, per tener conto della maggiore variabilità, al loro interno, dei fenomeni di interesse dell'indagine.

A2. La costruzione della lista di campionamento

Le liste correntemente utilizzabili sono relative agli agenti immobiliari e alle agenzie. Poiché l'universo reso disponibile dall'Istat fa riferimento a queste ultime (in quanto imprese) nella fase di costruzione della lista di agenzie da includere nel campione è stata prestata particolare attenzione nel produrre una lista con un unico agente per agenzia. Le liste considerate per la costruzione del campione sono le seguenti:

- d) agenti associati alla Federazione Italiana Agenti Immobiliari Professionali (FIAIP) (circa 12.000 unità);
- e) agenti accreditati presso le Borse immobiliari (circa 200 unità);
- f) agenti corrispondenti dell'Osservatorio del Mercato Immobiliare (OMI);
- g) lista di imprese operanti nella mediazione immobiliare su beni di terzi, estratte dagli elenchi delle Camere di commercio (in totale circa 45.000 unità).

A causa delle difficoltà riscontrate nell'utilizzo⁷ della lista camerale (in linea di principio esaustiva) l'estrazione è operata principalmente sulle liste di cui alle lettere da a) a c) e integrata con la lista camerale allo

³ In attuazione dell'art. 23-quater del decreto legge n. 95/2012, dal 1° dicembre 2012 l'Agenzia delle Entrate ha incorporato l'Agenzia del Territorio e, conseguentemente, l'Osservatorio del Mercato Immobiliare che di questa faceva parte.

⁴ Bari, Bologna, Catania, Firenze, Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma (inclusa Ostia Lido), Torino, Venezia (inclusa Mestre), Verona.

⁵ Dati riferiti al censimento della popolazione del 2013.

⁶ Definiamo come "area urbana" l'unione del comune con almeno 250.000 abitanti e del relativo hinterland. Chiamiamo "area metropolitana" l'area urbana in cui il comune più importante conta almeno 500.000 abitanti (Genova, Milano, Napoli, Palermo, Roma, Torino). Ogni area urbana o metropolitana corrisponde a un particolare Sistema Locale del Lavoro (Istat, I sistemi locali del lavoro 1991, Roma, 1997) definito come "l'unità territoriale identificata da un insieme di comuni contigui legati fra loro dai flussi degli spostamenti quotidiani per motivi di lavoro"; si tratta pertanto di aggregazioni di comuni che identificano mercati del lavoro omogenei. Non rilevando i vincoli amministrativi, un sistema locale può contenere, in casi residuali, comuni appartenenti a province o regioni diverse da quella del comune principale e viene individuato a partire da informazioni acquisite sul fenomeno del pendolarismo tramite il questionario del Censimento generale della popolazione.

⁷ Le informazioni di contatto delle liste camerale risultano infatti spesso incomplete o non aggiornate.

scopo di colmare eventuali carenze rispetto alla numerosità teorica e per attenuare le possibili distorsioni causate dall'utilizzo di liste relative ad associazioni di categoria.

A3. La ponderazione

La procedura di ponderazione adottata si compone di due fasi. In una prima fase si usano come strati quelli originari del disegno di campionamento (vedi paragrafo A1). Ad ogni impresa si attribuisce un peso iniziale, dato dal rapporto tra numero di imprese contenute nella cella di strato e numero di imprese del campione. Sia h la generica cella di strato e al suo interno N_h il numero di imprese della popolazione di interesse e n_h quello del campione⁸. Il peso della prima fase per ogni impresa dello strato h è pertanto:

$$(1) \quad w_h^{(0)} = \frac{N_h}{n_h}$$

Per costruzione, la somma dei pesi di ogni cella restituisce pertanto la numerosità della popolazione di interesse in essa contenuta.

In una seconda fase si effettua una stratificazione a posteriori, utilizzando la tecnica del *raking*⁹, per tenere conto anche della dimensione delle agenzie immobiliari. Il peso iniziale è modificato con un fattore di aggiustamento f_k , consentendo di ottenere i pesi finali:

$$(2) \quad w_{hk}^{(1)} = w_h^{(0)} f_k$$

la cui somma coincide, nella generica cella di post-stratificazione k , con il numero di imprese della popolazione di interesse ivi contenute. Si aggregano le agenzie in 3 classi dimensionali: agenzie con un solo addetto, con 2-5 addetti e con 6 addetti e oltre, separatamente per aree metropolitane, aree urbane non metropolitane e altri comuni, per un totale di 9 celle di post-stratificazione. In corrispondenza di ogni indagine trimestrale tali pesi vengono ricalcolati sulla base della distribuzione della popolazione di interesse disponibile alla data più recente¹⁰.

A4. Gli stimatori utilizzati

Per una generica variabile quantitativa X , la stima della media è effettuata con uno stimatore dato da:

$$(3) \quad \bar{X} = \frac{1}{\sum w_i} \sum w_i X_i$$

dove w_i è il peso associato alla singola unità del campione. Il peso può essere sia quello originario di disegno (vedi par. A3) sia quello ottenuto moltiplicando quest'ultimo per una variabile di scala che consenta di tener conto della diversa dimensione delle agenzie del campione¹¹.

A5. Gli errori standard

Le stime delle percentuali, riferite al totale nazionale, presentano errori standard non superiori all'1,4 per cento, ovvero intervalli di confidenza (al 95 per cento) al massimo pari a 2,5 punti percentuali. Nella tavola 1a sono riportate, a titolo indicativo, le stime degli errori standard delle percentuali di agenzie per il totale del campione e per alcune disaggregazioni territoriali; tali stime tengono conto anche della correzione necessaria per la popolazione finita (*finite population correction*). Si noti che l'utilizzo di domini di classificazione geografica meno ampi comporta una riduzione di precisione rispetto alle stime per il totale del campione, circostanza di cui è necessario tenere conto nell'analisi dei risultati.

⁸ Il simbolo n_h indica la numerosità campionaria effettiva. In questo modo si effettua implicitamente una correzione dei pesi per tenere conto delle mancate risposte totali (*unit non-response*).

⁹ La tecnica denominata *iterative proportional fitting* (o *raking*) consente di allineare in modo simultaneo i pesi campionari alla distribuzione di alcune caratteristiche note da fonti esterne. Cfr., per esempio, Verma V., *Advanced sampling methods: manual for statistical trainers*, Tokyo, Statistical Institute for Asia and the Pacific, 2000, pp. 6.13–6.21.

¹⁰ La popolazione di imprese utilizzata è stata ottenuta da Istat, Archivio statistico delle imprese attive, 2013. Gli aggiornamenti sono normalmente rilasciati dall'Istat con riferimento all'universo di circa due anni prima. Le stime sono riviste periodicamente per tenere conto dei cambiamenti nella popolazione di riferimento dell'indagine.

¹¹ Per tutti questi aspetti, incluse le tecniche di calcolo degli errori standard si veda ad esempio, Cicchitelli, F., A. Herzel e G.E. Montanari, *Il campionamento statistico*, Bologna, Il Mulino, 1994.

Tav. 1a - Errori standard delle principali stime
(valori percentuali)

	Stime espresse come percentuali di agenzie									
	5 % 95 %	10 % 90 %	15 % 85 %	20 % 80 %	25 % 75 %	30 % 70 %	35 % 65 %	40 % 60 %	45 % 55 %	50 % 50 %
Per ripartizioni geografiche										
Nord Ovest.....	1,1	1,6	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6	2,6	2,6
di cui: aree urbane	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,2	3,3
aree non urbane.....	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,1	4,3	4,3	4,3
Nord Est	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
di cui: aree urbane	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,8	4,9	5,0	5,0
aree non urbane.....	1,7	2,4	2,8	3,2	3,4	3,6	3,8	3,9	3,9	3,9
Centro	1,3	1,8	2,2	2,5	2,7	2,8	2,9	3,0	3,0	3,1
di cui: aree urbane	1,7	2,4	2,8	3,1	3,4	3,6	3,8	3,9	3,9	3,9
aree non urbane.....	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,6	4,8	4,8	4,9
Sud e Isole.....	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3
di cui: aree urbane	2,0	2,8	3,3	3,7	4,0	4,2	4,4	4,5	4,6	4,6
aree non urbane.....	2,0	2,8	3,3	3,7	4,0	4,2	4,4	4,5	4,6	4,6
Per popolazione residente										
Aree urbane ⁽¹⁾	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,9	1,9	2,0	2,0	2,0
Aree non urbane.....	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2
Aree metropolitane ⁽²⁾	1,0	1,4	1,7	1,9	2,1	2,2	2,3	2,4	2,4	2,4
Aree non metropolitane.....	0,8	1,1	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9
Totale.....	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5

(1) Aree urbane facenti capo ai comuni con più di 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo del comune principale, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (2) Aree metropolitane facenti capo ai Comuni con più di 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo del comune, la cintura urbana ("hinterland") individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro. Le aree metropolitane così individuate sono quelle di: Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

A6. Il sistema BIRD per l'elaborazione a distanza dei dati dell'indagine

Il sistema per l'elaborazione a distanza dei dati raccolti nelle indagini sulle imprese condotte dalla Banca, denominato BIRD (Bank of Italy Remote access to micro Data)¹² rende disponibili anche i microdati del presente sondaggio. Il sistema offre la possibilità di svolgere elaborazioni sui dati raccolti, nel pieno rispetto della riservatezza dei dati individuali. L'utente svolge le sue analisi statistiche ed econometriche senza avere accesso diretto ai singoli microdati, sottomettendo la propria elaborazione via e-mail e ricevendo per la stessa via gli output. Sia l'input sia l'output vengono sottoposti a controlli automatici e manuali sul contenuto e sulla logica delle elaborazioni. L'utilizzo del sistema è subordinato all'accettazione, da parte della Banca d'Italia, della richiesta di rilascio di un'utenza.

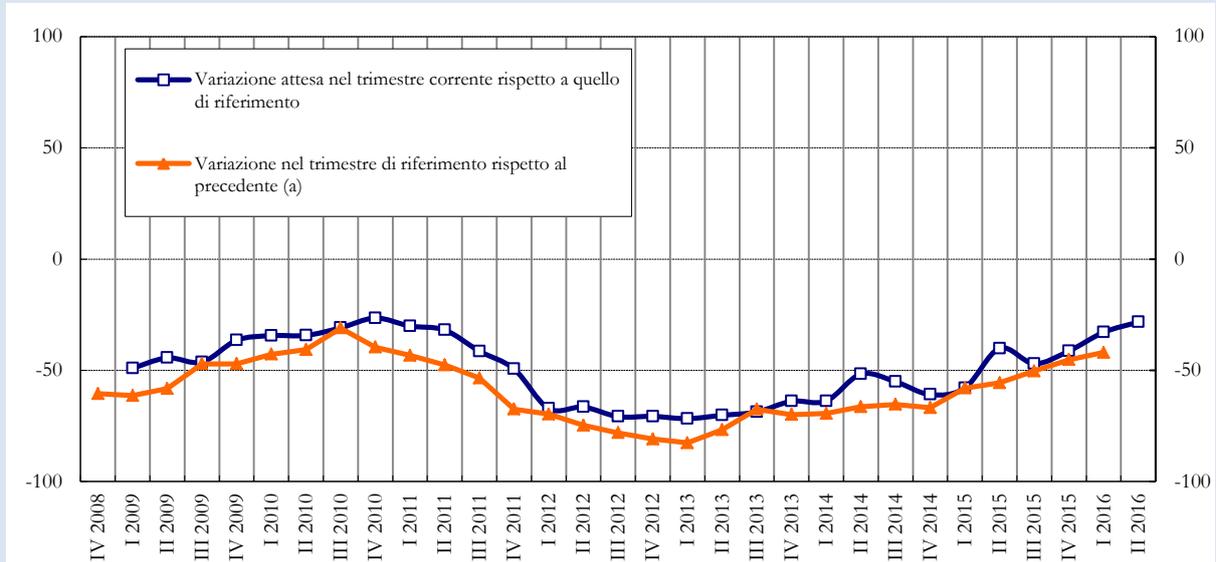
¹² Per maggiori dettagli si visiti la pagina web <https://www.bancaditalia.it/statistiche/basi-dati/bird/index.html>

Appendice B:
Tavole statistiche

B. Grafici e Tavole

Figura 1

Giudizi sulle variazioni dei prezzi
(saldo tra le quote di agenzie che esprimono rispettivamente aumento o diminuzione nel mercato in cui opera l'agenzia)



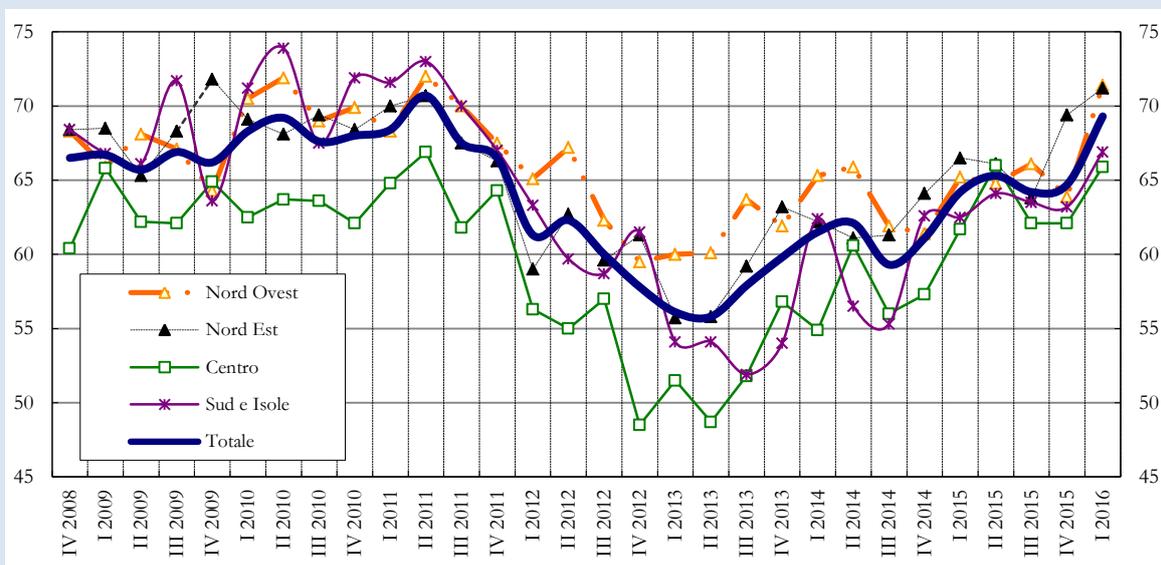
(a) Risposte delle agenzie che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento.

Figura 2

Condizioni del mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre corrente
(saldo tra le quote di agenzie che esprimono rispettivamente giudizi favorevoli o sfavorevoli relativi al mercato in cui opera l'agenzia)



**Rapporto tra prestito e valore dell'immobile
nelle opinioni delle agenzie^(a)**
(valori percentuali)



(a) Risposte delle agenzie che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento.

Distribuzione del campione e dell'universo
(unità, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie ⁽¹⁾ (b)	frazione sondata (a)/(b) (percentuale)
Ripartizione geografica			
Nord Ovest.....	328	11.403	2,9
di cui: aree urbane ⁽²⁾	206	5.309	3,9
aree non urbane.....	122	6.094	2,0
Nord Est.....	231	6.847	3,4
di cui: aree urbane ⁽²⁾	87	1.567	5,6
aree non urbane.....	144	5.28	2,7
Centro.....	239	8.06	3,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	145	3.774	3,8
aree non urbane.....	94	4.286	2,2
Sud e Isole.....	206	5.173	4,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	101	1.304	7,7
aree non urbane.....	105	3.869	2,7
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽²⁾	539	11.954	4,5
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	465	19.529	2,4
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽³⁾	378	9.213	4,1
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	626	22.27	2,8
Totale	1.004	31.483	3,2

(1) Istat-Asia (2012). La popolazione è composta dalle imprese operanti nella compravendita di immobili di terzi (attività di mediazione immobiliare). – (2) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo

Giudizi sui prezzi di vendita⁽¹⁾
(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	stabile	in aumento
Ripartizione geografica			
Nord Ovest.....	45,5	51,0	3,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	43,9	52,2	3,9
aree non urbane.....	47,1	49,9	3,0
Nord Est.....	40,3	57,5	2,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	27,6	68,6	3,8
aree non urbane.....	43,9	54,4	1,8
Centro.....	45,1	51,1	3,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	39,3	57,6	3,0
aree non urbane.....	50,0	45,6	4,4
Sud e Isole.....	49,2	50,0	0,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	42,1	57,9	0,0
aree non urbane.....	51,0	48,0	0,9
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽²⁾	40,0	56,8	3,3
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	47,5	49,9	2,5
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽³⁾	42,0	54,6	3,4
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	45,8	51,6	2,6
Totale	44,8	52,4	2,8
<i>per memoria:</i>			
Quarto trimestre 2015.....	46,4	52,3	1,2
Terzo trimestre 2015.....	51,5	47,3	1,2
Secondo trimestre 2015.....	56,4	42,7	0,8
Primo trimestre 2015.....	59,3	39,4	1,3

(1) Risposte delle agenzie che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento. – (2) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Vendita di abitazioni nel trimestre di riferimento
(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:		
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti
Ripartizione geografica				
Nord Ovest.....	79,9	2,8	61,6	15,5
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	80,9	1,8	62,3	16,7
aree non urbane.....	78,9	3,7	61,0	14,3
Nord Est.....	85,6	2,3	60,6	22,7
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	81,8	5,7	57,5	18,6
aree non urbane.....	86,7	1,3	61,5	23,9
Centro.....	76,6	0,8	65,0	10,8
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	73,6	1,6	57,2	14,7
aree non urbane.....	79,2	0,0	71,9	7,3
Sud e Isole.....	77,6	1,7	67,9	8,0
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	65,4	3,2	57,0	5,3
aree non urbane.....	81,7	1,2	71,6	8,9
Popolazione residente				
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽¹⁾	77,0	2,4	59,5	15,1
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	81,6	1,7	65,6	14,3
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽²⁾	76,6	1,5	59,5	15,6
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	81,2	2,2	64,8	14,2
Totale	79,9	2,0	63,3	14,6
<i>per memoria:</i>				
Quarto trimestre 2015.....	77,8	3,4	57,9	16,4
Terzo trimestre 2015.....	71,6	3,3	54,3	14,1
Secondo trimestre 2015.....	71,1	3,2	52,4	15,5
Primo trimestre 2015.....	69,6	3,8	51,6	14,1

(1) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (2) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Incarichi a vendere e potenziali acquirenti
(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Numero di incarichi da evadere alla fine del trimestre rispetto al periodo precedente			Numero di nuovi incarichi ricevuti nel trimestre rispetto al periodo precedente			Numero di potenziali acquirenti nel trimestre rispetto al periodo precedente		
	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore
Ripartizione geografica									
Nord Ovest	19,6	64,2	16,2	21,9	56,1	22,0	16,1	56,0	27,9
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	20,0	64,6	15,4	29,2	50,3	20,6	10,8	66,2	23,0
aree non urbane	19,2	63,9	16,9	15,5	61,3	23,2	20,6	47,2	32,2
Nord Est	20,8	52,6	26,7	19,3	50,8	29,9	16,8	48,1	35,1
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	23,0	53,4	23,6	21,1	51,5	27,4	15,0	54,6	30,4
aree non urbane	20,1	52,3	27,6	18,8	50,6	30,6	17,3	46,2	36,4
Centro	12,0	61,5	26,5	13,7	57,0	29,2	12,8	58,7	28,5
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	13,8	66,4	19,9	18,9	60,7	20,4	16,3	54,3	29,4
aree non urbane	10,4	57,2	32,3	9,3	53,9	36,8	9,7	62,5	27,8
Sud e Isole	11,4	58,2	30,4	13,0	57,8	29,2	10,2	50,1	39,8
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	22,2	50,6	27,2	22,3	49,6	28,1	12,2	52,1	35,8
aree non urbane	7,7	60,8	31,5	9,9	60,6	29,5	9,5	49,4	41,1
Popolazione residente									
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽¹⁾	18,7	62,2	19,2	24,2	53,6	22,2	13,2	59,4	27,4
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	15,2	58,7	26,1	13,9	56,6	29,4	15,1	50,8	34,1
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽²⁾	17,5	64,3	18,2	25,7	53,1	21,3	12,5	62,0	25,5
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	16,1	58,2	25,7	14,5	56,5	29,0	15,2	50,7	34,1
Totale	16,5	60,0	23,5	17,8	55,5	26,7	14,4	54,0	31,6
<i>per memoria:</i>									
Quarto trimestre 2015	17,0	59,6	23,4	16,5	56,6	26,9	16,9	50,5	32,5
Terzo trimestre 2015	13,7	54,6	31,7	18,6	53,1	28,3	22,5	48,9	28,6
Secondo trimestre 2015	14,0	54,8	31,2	16,7	54,4	29,0	25,9	52,5	21,6
Primo trimestre 2015	12,8	53,4	33,9	15,7	50,6	33,6	24,0	46,5	29,5

(1) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (2) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Cause prevalenti di cessazione dell'incarico a vendere⁽¹⁾
(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Proposte di acquisto a prezzi bassi per il venditore	Attese di prezzi più favorevoli	Assenza di proposte di acquisto causa prezzi troppo alti	Troppo tempo trascorso dall'inizio dell'incarico	Difficoltà nel reperimento del mutuo	Sopraggiunte difficoltà per il venditore	Altro
Ripartizione geografica							
Nord Ovest.....	56,9	23,9	54,3	24,1	21,4	2,3	5,5
di cui: aree urbane ⁽²⁾	59,4	24,3	57,9	25,3	18,5	1,4	4,1
aree non urbane.....	54,8	23,5	51,2	23,0	23,9	3,0	6,8
Nord Est.....	61,5	20,0	57,2	26,3	25,8	5,5	2,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	64,1	28,4	56,9	15,8	29,4	4,9	4,2
aree non urbane.....	60,7	17,4	57,2	29,4	24,8	5,7	1,4
Centro.....	63,5	22,2	53,6	28,5	23,9	4,0	4,8
di cui: aree urbane ⁽²⁾	64,3	18,4	50,9	26,5	16,4	4,0	2,4
aree non urbane.....	62,8	25,6	56,0	30,3	30,6	3,9	6,9
Sud e Isole.....	64,1	26,7	54,8	22,2	30,9	9,0	2,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	64,5	21,0	60,4	20,1	33,3	10,4	1,6
aree non urbane.....	63,9	28,5	52,9	23,0	30,1	8,6	2,4
Popolazione residente							
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽²⁾	62,1	22,6	55,8	23,9	20,8	3,6	3,3
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	60,0	23,3	54,2	26,3	26,8	5,1	4,5
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽³⁾	62,8	21,5	56,1	24,3	18,9	3,3	3,6
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	59,9	23,7	54,3	25,8	26,9	5,0	4,2
Totale	60,8	23,1	54,8	25,4	24,6	4,5	4,0
<i>per memoria:</i>							
Quarto trimestre 2015.....	59,8	27,8	61,1	26,0	28,4	4,5	3,4
Terzo trimestre 2015.....	59,2	26,3	58,6	27,5	27,8	5,0	4,9
Secondo trimestre 2015.....	56,6	23,6	57,9	27,9	29,5	5,7	4,7
Primo trimestre 2015.....	58,2	24,6	58,5	27,7	30,9	4,4	4,4

(1) Dal momento che ogni agenzia può indicare fino a tre determinanti per il mancato rinnovo dei mandati, la somma delle percentuali per riga può anche essere superiore a 100. – (2) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Rapporto tra prezzo pagato all'acquisto e prezzo inizialmente richiesto dal venditore⁽¹⁾

(percentuali di agenzie, salvo diversa indicazione; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Inferiore di oltre il 30%	Inferiore tra il 20 e il 30%	Inferiore tra il 10 e il 20%	Inferiore tra il 5 e il 10%	Inferiore meno del 5%	Uguale o superiore	Totale	Riduzione media ⁽²⁾
Ripartizione geografica								
Nord Ovest.....	4,8	15,7	40,2	26,2	11,0	2,1	100,0	13,9
di cui: aree urbane ⁽³⁾	3,8	17,8	36,7	29,6	10,1	2,0	100,0	13,8
aree non urbane.....	5,8	13,8	43,4	23,0	11,8	2,2	100,0	14,0
Nord Est.....	4,2	11,2	40,1	28,9	9,6	6,0	100,0	12,7
di cui: aree urbane ⁽³⁾	0,8	9,0	39,9	31,2	11,3	7,8	100,0	11,1
aree non urbane.....	5,2	11,9	40,1	28,3	9,1	5,4	100,0	13,1
Centro.....	5,0	16,0	42,7	20,4	11,3	4,4	100,0	14,0
di cui: aree urbane ⁽³⁾	5,1	9,8	44,3	26,7	11,6	2,4	100,0	13,2
aree non urbane.....	4,9	21,4	41,4	15,0	11,1	6,2	100,0	14,7
Sud e Isole.....	3,2	25,2	39,6	21,1	9,0	2,0	100,0	15,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	2,2	28,9	45,5	14,8	8,6	0,0	100,0	16,1
aree non urbane.....	3,5	24,2	38,0	22,7	9,1	2,5	100,0	14,9
Popolazione residente								
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽³⁾	3,6	15,1	40,3	27,6	10,6	2,8	100,0	13,4
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	5,0	16,9	40,9	22,9	10,3	4,1	100,0	14,1
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽⁴⁾	4,2	15,9	39,3	28,1	10,3	2,2	100,0	13,7
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	4,6	16,4	41,2	23,3	10,5	4,1	100,0	13,9
Totale	4,5	16,2	40,7	24,6	10,4	3,6	100,0	13,8
<i>per memoria:</i>								
Quarto trimestre 2015.....	4,2	16,5	43,8	25,9	6,4	3,3	100,0	14,2
Terzo trimestre 2015.....	4,8	19,2	41,9	26,3	5,3	2,6	100,0	14,9
Secondo trimestre 2015.....	5,4	21,9	40,8	25,0	4,6	2,4	100,0	15,5
Primo trimestre 2015.....	5,6	19,6	40,5	26,3	4,6	3,5	100,0	15,0

(1) Risposte delle agenzie che hanno dichiarato di aver effettuato vendite nel trimestre di riferimento. – (2) Riduzione media percentuale ottenuta considerando il punto centrale di ogni intervallo e ipotizzando 0 per la modalità di risposta superiore e 35 per quella inferiore. – (3) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (4) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Tempi di vendita e mutui ipotecari⁽¹⁾
(mesi, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Tempo tra affidamento dell'incarico e vendita (<i>mesi</i>)	Percentuale di acquisti finanziati con mutuo ⁽²⁾	Rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Ripartizione geografica			
Nord Ovest.....	8,4	74,6	71,4
di cui: aree urbane ⁽³⁾	7,3	75,1	72,2
aree non urbane.....	9,4	74,1	70,6
Nord Est.....	8,8	74,0	71,2
di cui: aree urbane ⁽³⁾	8,3	66,1	65,5
aree non urbane.....	9,0	76,9	72,9
Centro.....	8,8	76,6	65,9
di cui: aree urbane ⁽³⁾	7,7	79,2	66,2
aree non urbane.....	9,6	74,4	65,6
Sud e Isole.....	8,6	66,0	66,9
di cui: aree urbane ⁽³⁾	6,7	63,9	64,4
aree non urbane.....	9,2	66,6	67,6
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽³⁾	7,5	73,7	68,7
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	9,3	73,8	69,6
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽⁴⁾	7,3	75,4	69,9
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	9,1	73,1	69,0
Totale	8,6	73,8	69,3
<i>per memoria:</i>			
Quarto trimestre 2015.....	9,1	68,5	64,7
Terzo trimestre 2015.....	9,4	65,7	64,2
Secondo trimestre 2015.....	9,4	66,8	65,3
Primo trimestre 2015.....	9,8	65,2	64,2

(1) Risposte delle agenzie che hanno dichiarato di avere effettuato vendite nel trimestre di riferimento. – (2) Stime ponderate con il numero di case vendute dichiarato dai rispondenti. – (3) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (4) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Giudizi sui canoni di locazione

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016; trimestre in corso: aprile-giugno 2016)

	Quota di agenzie con locazioni nel trimestre	Andamento dei canoni nel trimestre di riferimento rispetto a quello precedente ⁽¹⁾			Livello atteso dei canoni nel trimestre in corso rispetto a quello precedente ⁽¹⁾		
		in diminuzione	stabile	in aumento	in diminuzione	stabile	in aumento
Ripartizione geografica							
Nord Ovest.....	91,4	33,6	62,7	3,7	19,4	79,7	1,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	90,9	29,0	66,4	4,6	20,1	77,5	2,5
aree non urbane.....	91,6	36,6	60,4	3,1	18,9	81,1	0,0
Nord Est.....	85,6	38,7	61,3	0,0	19,7	78,1	2,2
di cui: aree urbane ⁽²⁾	84,0	37,0	63,0	0,0	0,0	91,9	8,1
aree non urbane.....	86,0	39,1	60,9	0,0	25,4	74,1	0,5
Centro.....	80,9	23,5	68,1	8,4	9,8	87,1	3,1
di cui: aree urbane ⁽²⁾	79,0	24,5	62,8	12,7	11,5	88,5	0,0
aree non urbane.....	82,4	22,7	72,0	5,3	8,7	86,0	5,3
Sud e Isole.....	76,8	28,1	71,9	0,0	22,7	77,3	0,0
di cui: aree urbane ⁽²⁾	83,4	43,0	57,0	0,0	19,9	80,1	0,0
aree non urbane.....	74,2	20,4	79,6	0,0	24,0	76,0	0,0
Popolazione residente							
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽²⁾	84,7	30,3	63,5	6,2	14,0	83,9	2,2
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	84,9	31,6	66,0	2,4	18,8	79,7	1,5
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽³⁾	83,6	32,2	62,8	5,0	16,3	82,4	1,3
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	85,2	30,8	65,9	3,3	17,4	80,7	1,9
Totale	84,8	31,2	65,1	3,7	17,1	81,1	1,8
<i>per memoria:</i>							
Quarto trimestre 2015.....	82,4	33,6	63,1	3,4	16,4	81,0	2,7
Terzo trimestre 2015.....	84,8	34,6	63,0	2,4	21,0	78,0	0,9
Secondo trimestre 2015.....	82,7	38,6	58,3	3,2	22,3	75,6	2,1
Primo trimestre 2015.....	80,0	44,8	52,1	3,0	22,0	75,2	2,8

(1) Risposte delle agenzie immobiliari che hanno locato almeno un immobile nel trimestre di riferimento. – (2) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (3) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Incarichi a locare e margine medio di sconto rispetto al canone richiesto

(percentuali di agenzie, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016)

	Numero di nuovi incarichi a locare ricevuti nel trimestre di riferimento rispetto al periodo precedente			Margine medio di sconto rispetto al canone richiesto inizialmente dal locatore
	inferiore	uguale	superiore	
Ripartizione geografica				
Nord Ovest.....	21,4	66,7	11,9	4,4
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	27,0	61,6	11,4	4,4
aree non urbane.....	16,2	71,4	12,4	4,4
Nord Est.....	26,8	60,1	13,1	5,0
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	29,7	53,7	16,6	3,2
aree non urbane.....	25,8	62,1	12,1	5,5
Centro.....	25,0	63,1	11,8	5,7
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	19,5	71,3	9,2	4,2
aree non urbane.....	30,8	54,6	14,6	6,7
Sud e Isole.....	19,9	64,3	15,8	10,9
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	24,2	59,1	16,7	12,1
aree non urbane.....	18,4	66,1	15,5	10,4
Popolazione residente				
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽¹⁾	24,6	63,5	11,9	5,1
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	22,4	64,2	13,4	6,1
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽²⁾	23,2	66,2	10,6	5,0
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	23,3	62,9	13,8	6,0
Totale	23,3	63,9	12,8	5,8
<i>per memoria:</i>				
Quarto trimestre 2015.....	23,7	63,5	12,8	6,3
Terzo trimestre 2015.....	22,5	62,8	14,8	6,3
Secondo trimestre 2015.....	21,8	62,6	15,6	6,7
Primo trimestre 2015.....	21,5	64,1	14,4	6,8

(1) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (2) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Prospettive del mercato in cui opera l'agenzia

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016; trimestre in corso: aprile-giugno 2016)

	Condizioni attese nel mercato in cui opera l'agenzia nel trimestre in corso			Numero atteso di nuovi incarichi a vendere nel trimestre in corso rispetto a quello di riferimento			Livello atteso dei prezzi nel trimestre in corso rispetto a quello di riferimento		
	sfavorevoli	normali	favorevoli	inferiore	uguale	superiore	inferiore	uguale	superiore
Ripartizione geografica									
Nord Ovest.....	7,7	73,5	18,7	8,4	70,3	21,3	34,0	62,8	3,2
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	7,8	74,7	17,5	10,4	73,6	16,0	33,5	63,4	3,1
aree non urbane.....	7,7	72,5	19,8	6,6	67,3	26,2	34,4	62,3	3,3
Nord Est.....	6,9	76,1	17,1	11,0	69,4	19,6	27,2	71,0	1,9
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	5,8	78,6	15,6	8,0	72,4	19,6	19,3	76,2	4,6
aree non urbane.....	7,2	75,3	17,5	11,9	68,5	19,6	29,5	69,4	1,1
Centro.....	7,5	65,7	26,8	6,3	69,6	24,1	31,0	64,4	4,6
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	9,8	66,9	23,3	9,6	63,4	27,1	28,8	68,5	2,7
aree non urbane.....	5,6	64,6	29,8	3,3	75,1	21,5	33,0	60,8	6,2
Sud e Isole.....	8,2	67,4	24,4	8,9	67,2	23,8	34,5	61,1	4,4
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	7,9	59,1	33,0	8,0	69,1	22,9	35,8	60,9	3,3
aree non urbane.....	8,3	70,2	21,5	9,3	66,6	24,2	34,1	61,1	4,8
Popolazione residente									
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽¹⁾	8,2	71,0	20,8	9,6	69,7	20,7	30,4	66,4	3,2
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	7,2	71,0	21,8	7,8	69,2	23,0	32,7	63,6	3,6
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽²⁾	8,5	71,1	20,4	10,1	69,4	20,5	32,7	64,5	2,7
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	7,2	71,0	21,8	7,8	69,4	22,8	31,5	64,7	3,8
Totale	7,6	71,0	21,4	8,5	69,4	22,1	31,8	64,7	3,5
<i>per memoria:</i>									
Quarto trimestre 2015.....	9,4	65,3	25,3	8,3	66,7	25,0	35,2	62,5	2,3
Terzo trimestre 2015.....	12,9	66,8	20,3	10,6	65,7	23,7	42,6	56,1	1,3
Secondo trimestre 2015.....	26,7	63,5	9,8	15,0	65,7	19,3	47,5	52,1	0,5
Primo trimestre 2015.....	12,4	66,0	21,5	7,7	70,1	22,2	42,0	56,1	1,9

(1) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole).- (2) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Situazione generale del mercato immobiliare in Italia

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2016; trimestre in corso: aprile-giugno 2016)

	Attese per il trimestre in corso rispetto a quello di riferimento			Attese nei prossimi due anni rispetto al trimestre di riferimento		
	peggiore	uguale	migliore	peggiore	uguale	migliore
Ripartizione geografica						
Nord Ovest.....	11,0	74,6	14,4	12,7	36,9	50,5
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	11,7	73,4	14,9	14,4	35,0	50,6
aree non urbane.....	10,3	75,8	14,0	11,2	38,5	50,4
Nord Est.....	8,2	72,3	19,5	8,2	36,2	55,6
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	8,4	75,2	16,5	8,6	36,6	54,8
aree non urbane.....	8,2	71,4	20,4	8,1	36,0	55,9
Centro.....	9,5	69,9	20,6	8,6	34,3	57,1
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	7,9	71,9	20,1	8,8	37,2	54,0
aree non urbane.....	10,9	68,1	21,0	8,5	31,7	59,8
Sud e Isole.....	6,4	71,6	22,0	7,2	24,9	67,9
di cui: aree urbane ⁽¹⁾	5,0	72,2	22,8	4,2	18,2	77,5
aree non urbane.....	6,9	71,4	21,7	8,1	27,0	64,9
Popolazione residente						
Aree urbane (>250 mila abitanti) ⁽¹⁾	9,4	73,0	17,6	10,8	34,2	55,0
Aree non urbane (≤250 mila abitanti).....	9,2	72,0	18,8	9,1	34,0	56,9
Aree metropolitane (>500 mila abitanti) ⁽²⁾	10,3	72,6	17,1	12,1	34,5	53,3
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti).....	8,8	72,3	18,9	8,8	33,8	57,4
Totale	9,2	72,4	18,4	9,8	34,0	56,2
<i>per memoria:</i>						
Quarto trimestre 2015.....	10,9	70,1	19,0	10,5	33,6	55,9
Terzo trimestre 2015.....	16,3	67,5	16,2	12,1	34,9	53,1
Secondo trimestre 2015.....	27,9	64,1	8,0	20,9	35,9	43,1
Primo trimestre 2015.....	16,4	69,9	13,7	16,2	33,3	50,6

(1) Comuni con oltre 250.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano (Nord Ovest); Verona, Venezia, Bologna (Nord Est); Firenze, Roma (Centro); Napoli, Bari, Catania, Palermo (Sud e Isole). – (2) Comuni con oltre 500.000 residenti che comprendono, oltre al territorio amministrativo, la cintura urbana (individuata sulla base dei Sistemi Locali del Lavoro): Torino, Genova, Milano, Roma, Napoli, Palermo.

Appendice C:

Il questionario

SONDAGGIO CONGIUNTURALE
BANCA D'ITALIA – TECNOBORSA – OSSERVATORIO DEL MERCATO IMMOBILIARE
SUL MERCATO DELLE ABITAZIONI IN ITALIA
Aprile 2016

Nome del rispondente _____
Telefono _____ Fax _____ E-Mail _____

1. Presentazione

Questa indagine è svolta ogni tre mesi dal **Gruppo CLAS S.p.A.** per conto della **Banca d'Italia**, di **Tecnoborsa** (Organizzazione del sistema delle Camere di Commercio per lo sviluppo e la regolazione dell'economia immobiliare) e dell'**Osservatorio del Mercato Immobiliare** dell'Agenzia delle Entrate, con lo scopo di acquisire informazioni sullo stato del mercato immobiliare residenziale in Italia.

All'inizio di ciascuna sezione troverà delle indicazioni che potrebbero essere utili per fornire la risposta alle singole domande. Il questionario è organizzato in sezioni: (A) l'andamento delle compravendite di immobili residenziali; (B) i prezzi; (C) le prospettive a breve termine; (D) il mercato delle locazioni.

La maggior parte delle domande del questionario è di natura qualitativa; solo alcune richiederanno una valutazione numerica.

Il questionario è rivolto agli **agenti immobiliari** o agli **operatori** in grado di rispondere in merito all'attività dell'**agenzia nel suo complesso**.

Il report contenente i risultati della trascorsa edizione del sondaggio è scaricabile all'indirizzo internet

<https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/indagini-famiglie-imprese/mercato-abitazioni/index.html>

2. Indicazioni generali

- Quando sono richieste delle variazioni percentuali, nella prima casella a sinistra indicarne il segno (+ per gli aumenti; — per le diminuzioni).
- Le risposte (quando non diversamente indicato) devono essere riferite agli andamenti registrati nel trimestre **gennaio-marzo 2016**.
- Nelle risposte riferirsi **esclusivamente alle unità abitative**, escludendo altri tipi di unità (box, cantine etc.).

3. Per informazioni su aspetti operativi nella compilazione del questionario:

Gruppo CLAS SpA [Via Di San Basilio, 64 - 00187 Roma - Tel. +39.06.48905892 - Fax +39.06.42012213 e-mail: survey@gruppoclas.com](mailto:survey@gruppoclas.com)

4. Per chiarimenti e informazioni su aspetti metodologici:

Banca d'Italia	via Nazionale 91 00184 Roma – telefono 0647923324-0647922190, telefax 0647929210, e-mail: studi.rms@bancaditalia.it
Tecnoborsa	viale delle Terme di Caracalla, 69-71 00153 Roma – telefono 0657300710 – Fax 0657301832, e-mail: osservatorio@tecnoborsa.com
Agenzia delle Entrate	Osservatorio del Mercato Immobiliare, largo Leopardi 5 00185 Roma – telefono 0647775270 – Fax 0647775440, e-mail: at_territorioinforma@agenziaentrate.it

INFORMATIVA AI SENSI DEL D. LGS. 196/2003

Questa indagine è curata dalla Banca d'Italia, da Tecnoborsa e dall'Agenzia delle Entrate e ha lo scopo principale di rilevare, ogni tre mesi, le previsioni delle agenzie immobiliari italiane su alcuni fenomeni economici. La collaborazione richiesta è del tutto volontaria. Le informazioni sono raccolte dal Gruppo CLAS SPA e utilizzate dalla Banca d'Italia, da Tecnoborsa e dall'Agenzia delle Entrate per fini statistici. I dati saranno conservati senza limiti di tempo e trattati con modalità atte a garantire la riservatezza dei rispondenti, in osservanza al D. Lgs. 196/2003 ("codice della privacy", nel seguito "codice"). I risultati dell'indagine saranno diffusi esclusivamente in forma anonima. Gli interessati potranno esercitare i diritti di cui all'art. 7 del citato "codice" – che prevede tra gli altri il diritto di rettificare, aggiornare, completare o cancellare i dati erronei o incompleti, nonché il diritto di opporsi al trattamento per motivi legittimi – nei confronti del titolare o dei responsabili del trattamento. *Titolare del trattamento dei dati:* Banca d'Italia: Servizio Organizzazione, Via Nazionale 91, 00184 ROMA. *Responsabile del trattamento dei dati:* per il Gruppo CLAS S.p.A.: Paolo Lio, via di San Basilio n.64, 00187 ROMA; per la Banca d'Italia: Servizio Congiuntura e politica monetaria, Via Nazionale 91, 00184 ROMA; per Tecnoborsa SCPA: Ettore Troiani, viale delle Terme di Caracalla 69-71, 00153 ROMA; per l'Agenzia delle Entrate: Direttore Centrale Osservatorio Mercato Immobiliare e Servizi Estimativi, Largo Leopardi 5, 00185 ROMA.

Denominazione dell'impresa: _____		
Forma giuridica: <input type="checkbox"/> SRL <input type="checkbox"/> SPA <input type="checkbox"/> SAS <input type="checkbox"/> SNC <input type="checkbox"/> Ditta individuale <input type="checkbox"/> Altro (specificare): _____		
Impresa è affiliata ad un gruppo? <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sì, nome del gruppo: _____ <i>(per gruppo si intende un insieme di più imprese controllate direttamente o indirettamente attraverso una o più catene di controllo – per esempio franchising – dalle medesime persone fisiche o dal medesimo ente):</i>		
Nel corso degli ultimi 12 mesi la sua agenzia ha operato prevalentemente in:	<input type="checkbox"/> Compravendita di immobili propri <input type="checkbox"/> Compravendita di immobili per conto terzi	
NOTA GENERALE: Per <i>vendite</i> o <i>compravendite</i> si intendono gli incarichi a vendere portati a termine con successo dalla Sua agenzia, riferiti al momento dell'accettazione dell'offerta da parte del venditore ovvero alla stipula del contratto preliminare di vendita. In caso di compravendite effettuate in più comuni, riferisca <u>tutte le risposte</u> al comune in cui si concentra la maggior parte dell'attività dell'agenzia, misurata dal numero complessivo delle compravendite.		
Nel corso degli ultimi 12 mesi la sua agenzia ha operato nella locazione di immobili?	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sì	
1. Quanti agenti operano attualmente per l'agenzia (Lei incluso)?	_____	
2. Consideri la situazione del mercato immobiliare nel solo territorio in cui opera l'agenzia: come la giudica nel trimestre gennaio-marzo 2016 rispetto a ottobre-dicembre 2015 ?	<input type="checkbox"/> Peggioro <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Migliore	
SEZIONE A – LE COMPRVENDITE		
In questa sezione si raccolgono informazioni sull'andamento delle compravendite effettuate dall'agenzia. Nella maggior parte dei casi Le sarà richiesto di riportare le informazioni relative al complesso del <u>trimestre di riferimento</u> , che per questa indagine è il periodo gennaio-marzo 2016 .		
A1. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre gennaio-marzo 2016 :	CAP __ __ __ __ __	COMUNE _____
A2. L'agenzia ha venduto abitazioni?	Nel trimestre gennaio-marzo 2016	Nel trimestre ottobre-dicembre 2015
	Si, solo abitazioni nuove (*) __	Si, solo abitazioni nuove (*) __
	Si, solo abitazioni preesistenti __	Si, solo abitazioni preesistenti __
	Si, abitazioni nuove e preesistenti __	Si, abitazioni nuove e preesistenti __
	No __	No __
(*) Per case nuove si intendono quelle di nuova edificazione o interamente ristrutturate.		
A2.b L'agenzia ha intermediato contratti di affitto con riscatto (<i>rent-to-buy</i>)?	Si Quanti? __ No	
L'istituto del "Rent to buy" oppure "Affitto con riscatto", disciplinato dall' art. 23 del d.l. n. 133/2014 (decreto "Sblocca Italia"), si riferisce ai contratti diversi dalla locazione finanziaria e che prevedono l'immediata concessione del godimento di un immobile, con diritto per il conduttore di acquistarlo entro un termine determinato, imputando a corrispettivo del trasferimento la parte di canone imputata nel contratto.		
	Rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015	Rispetto al trimestre corrispondente dell'anno scorso (gennaio-marzo 2015)
A3. Il numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 è stato ...	<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10%) <input type="checkbox"/> Stabile (tra -10% e + 10%) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10%)	<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10%) <input type="checkbox"/> Stabile (tra -10% e + 10%) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10%)
A4. Il numero di potenziali acquirenti che si è rivolto alla sua agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 è stato... <i>(riferire la risposta al numero di potenziali acquirenti che hanno visitato almeno uno degli immobili da voi intermediati)</i>	<input type="checkbox"/> In diminuzione <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento	<input type="checkbox"/> In diminuzione <input type="checkbox"/> Stabile <input type="checkbox"/> In aumento

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre gennaio-marzo 2016, saltare alla domanda A8.

A5. Quante abitazioni sono state vendute dall'agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 ?	Nuove	____	
	Preesistenti	____	

A6. Pensi al complesso delle case vendute dall'agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 . In quanti dei casi di cui Lei è al corrente e per quale percentuale del prezzo l'acquirente ha fatto ricorso a un mutuo?	____ % del numero di contratti di compravendita assistiti da mutuo
	____ Valore % del mutuo rispetto al prezzo pattuito
	__ Non so rispondere

A7. Pensando al complesso delle abitazioni vendute dall'agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 . Saprebbe indicare quanti mesi sono passati in media dall'affidamento dell'incarico all'effettiva vendita dell'immobile (firma del contratto preliminare di vendita)?	____ mesi
---	------------

A8. Il <u>numero di incarichi</u> a vendere <u>ancora da evadere a fine marzo 2016</u> rispetto a quello riscontrato a fine dicembre 2015 risulta: <i>(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)</i>	<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore
--	---

A9. Il <u>numero di nuovi incarichi a vendere</u> ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre gennaio-marzo 2016 , rispetto a quelli acquisiti nel trimestre ottobre-dicembre 2015 , risulta: <i>(riferire la risposta solo agli incarichi acquisiti durante il trimestre di riferimento, includendo anche quelli eventualmente già evasi)</i>	<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore
--	---

A10. Parliamo ora degli incarichi che sono scaduti e/o non rinnovati nel trimestre gennaio-marzo 2016 . Potrebbe indicare le determinanti più importanti di questo comportamento, tra quelle qui a fianco elencate? <i>(sceglierne al massimo tre)</i>	<input type="checkbox"/> Le offerte ricevute sono state ritenute troppo basse dal venditore <input type="checkbox"/> Aspettative di prezzi più elevati in futuro hanno indotto i proprietari ad attendere <input type="checkbox"/> Non sono state ricevute offerte perché il prezzo è stato ritenuto troppo alto dall'acquirente <input type="checkbox"/> E' trascorso troppo tempo da quando l'appartamento è stato collocato sul mercato <input type="checkbox"/> L'acquirente ha incontrato difficoltà nel reperire il mutuo <input type="checkbox"/> Sono sopraggiunte difficoltà del venditore (pignoramenti, separazioni, ecc.) <input type="checkbox"/> Altro (specificare:) _____
--	---

SEZIONE B – I PREZZI

Questa sezione raccoglie informazioni sui prezzi di vendita registrati nel periodo gennaio-marzo 2015.

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre gennaio-marzo 2016, salti alla domanda B4.

B1.1. Pensando alla tipologia prevalente di immobili venduti dall'agenzia, nel trimestre gennaio-marzo 2016 il prezzo di vendita (al mq) risulta in media, rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015 :	<input type="checkbox"/> In forte diminuzione (oltre il -5%) <input type="checkbox"/> In diminuzione (tra -1,1% e -5%) <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento (tra +1,1% e +5%) <input type="checkbox"/> In forte aumento (oltre il +5%)
	<input type="checkbox"/> Oltre il -10% <input type="checkbox"/> Tra -5,1% e -10% <input type="checkbox"/> Tra -3,1% e -5% <input type="checkbox"/> Tra -1,1% e -3% <input type="checkbox"/> Tra -1% e +1% <input type="checkbox"/> Tra +1,1 e +3% <input type="checkbox"/> Tra +3,1 e +5% <input type="checkbox"/> Tra +5,1 e +10% <input type="checkbox"/> Oltre il 10%
B1.2. Saprebbe anche indicare di quanto sono cambiati questi prezzi di vendita (al mq) rispetto a un anno fa ?	
B2. Con riferimento alla tipologia prevalente di immobili venduti dall'agenzia , potrebbe darci un'indicazione circa il prezzo minimo e massimo di vendita (al mq) osservato nel trimestre gennaio-marzo 2016 ?	minimo (€) _____ massimo (€) _____

<p>B3. Pensando alla tipologia prevalente di immobili <u>venduti dall'agenzia</u> nel trimestre gennaio-marzo 2016, il prezzo effettivamente ottenuto risulta, rispetto alla prima richiesta del venditore:</p>	<p>Inferiore di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Oltre il 30% <input type="checkbox"/> Tra 20% e 30% <input type="checkbox"/> Tra 10% e 20% <input type="checkbox"/> Tra 5% e 10% <input type="checkbox"/> Meno del 5% <input type="checkbox"/> Uguale (o superiore)
---	--

B4. Efficienza energetica, classi dei consumi e impatto sulla domanda e sui prezzi

<p>B4.1 La classe energetica dell'edificio incide sulla domanda dei potenziali acquirenti di abitazioni nella zona in cui opera l'agenzia? :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mai <input type="checkbox"/> Poco o raramente anche da parte di chi acquista abitazioni nuove o ristrutturate <input type="checkbox"/> Sempre più frequentemente <input type="checkbox"/> Costituisce uno dei fattori importanti per cui la domanda si orienta verso abitazioni nuove o ristrutturate <input type="checkbox"/> Altro (specificare:) <input type="checkbox"/> _____
---	--

<p>B4.2 Ritiene che i prezzi degli immobili compravenduti nella zona in cui opera l'agenzia tengano in adeguata considerazione la classe energetica dell'edificio? :</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Mai o raramente <input type="checkbox"/> Sempre più frequentemente <input type="checkbox"/> È trascurabile l'impatto della classe energetica più elevata sul prezzo, ma i tempi di vendita tendono a diminuire <input type="checkbox"/> Per le abitazioni in classe energetica più elevata, l'adeguata considerazione della stessa può far aumentare leggermente il prezzo dell'immobile <input type="checkbox"/> Altro (specificare:) <input type="checkbox"/> _____
---	---

<p>B5. Nel trimestre gennaio-marzo 2016 ritiene che i prezzi di vendita (al mq) nella zona in cui opera l'agenzia siano in media, rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> In forte diminuzione (oltre il -5%) <input type="checkbox"/> In diminuzione (tra -1,1% e -5%) <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento (tra +1,1% e +5%) <input type="checkbox"/> In forte aumento (oltre il +5%)
---	--

SEZIONE C – LE PROSPETTIVE

In questa sezione si raccolgono informazioni sulle prospettive a breve e a medio termine del mercato immobiliare.

<p>C1. Pensi alla tipologia di immobili usualmente più venduta dall'agenzia. Come ritiene potranno variare i prezzi (al mq) nel trimestre aprile-giugno 2016 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2016?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> In forte diminuzione (oltre il -5%) <input type="checkbox"/> In diminuzione (tra -1% e -5%) <input type="checkbox"/> All'incirca stabile (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento (tra +1% e +5%) <input type="checkbox"/> In forte aumento (oltre il +5%)
--	--

	<p>Nel trimestre aprile-giugno 2016 rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente</p>	<p>Tra 12 mesi rispetto a oggi</p>
<p>C2. Pensando alla tipologia di immobili usualmente più venduta dall'agenzia, come ritiene potranno variare i prezzi (al mq)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Oltre il -10% <input type="checkbox"/> Tra -5,1% e -10% <input type="checkbox"/> Tra -3,1% e -5% <input type="checkbox"/> Tra -1,1% e -3% <input type="checkbox"/> Tra -1% e +1% <input type="checkbox"/> Tra +1,1% e +3% <input type="checkbox"/> Tra +3,1% e +5% <input type="checkbox"/> Tra +5,1% e +10% <input type="checkbox"/> Oltre il 10% 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Oltre il -10% <input type="checkbox"/> Tra -5,1% e -10% <input type="checkbox"/> Tra -3,1% e -5% <input type="checkbox"/> Tra -1,1% e -3% <input type="checkbox"/> Tra -1% e +1% <input type="checkbox"/> Tra +1,1% e +3% <input type="checkbox"/> Tra +3,1% e +5% <input type="checkbox"/> Tra +5,1% e +10% <input type="checkbox"/> Oltre il 10%

C3. Secondo le Sue aspettative, nel trimestre aprile-giugno 2016 ritiene che il numero dei <u>nuovi incarichi</u> a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, rispetto al trimestre gennaio-marzo 2016 :	<input type="checkbox"/> Molto inferiore <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> All'incirca lo stesso <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Molto superiore
C4. Consideri la situazione del mercato immobiliare del territorio in cui opera l'agenzia : come sarà l'andamento nel trimestre aprile-giugno 2016 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2016 ?	<input type="checkbox"/> Peggior <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Migliore

	Nel trimestre aprile-giugno 2016:	Nel prossimo biennio:
C5. Consideri ora la situazione del mercato immobiliare, riferita all'intero territorio nazionale : rispetto alla situazione attuale, come ritiene essa si presenterà in futuro?	<input type="checkbox"/> Peggior <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Migliore	<input type="checkbox"/> Peggior <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Migliore

SEZIONE D – IL MERCATO DELLE LOCAZIONI

In questa sezione si raccolgono informazioni sull'andamento del mercato degli affitti presso le agenzie che vi operano.

D1. Nel **trimestre gennaio-marzo 2016** la sua agenzia ha locato immobili? No Sì

	Rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015	Rispetto al trimestre corrispondente dell'anno scorso (gennaio-marzo 2015)
D2. Nel trimestre gennaio-marzo 2016 il numero di abitazioni locate dalla sua agenzia è...	<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10%) <input type="checkbox"/> Stabile (tra -10% e + 10%) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10%)	<input type="checkbox"/> In diminuzione (oltre 10%) <input type="checkbox"/> Stabile (tra -10% e + 10%) <input type="checkbox"/> In aumento (oltre 10%)

D3. Il numero di **nuovi incarichi a locare** ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre **gennaio-marzo 2016**, rispetto a quelli acquisiti nel trimestre **ottobre-dicembre 2015**, risulta:

(riferire la risposta solo agli incarichi acquisiti durante il trimestre di riferimento, includendo anche quelli eventualmente già evasi)

- Molto inferiore
 Inferiore
 Uguale
 Superiore
 Molto superiore

Se l'agenzia NON ha locato immobili nel trimestre gennaio-marzo 2016, salti alla domanda D9.

D4. Pensando alla tipologia prevalente degli immobili locati dall'agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 i canoni di locazione risultano in media, rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015 :	<input type="checkbox"/> In forte diminuzione (oltre il -5%) <input type="checkbox"/> In diminuzione (tra -1,1% e -5%) <input type="checkbox"/> All'incirca stabili (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento (tra +1,1% e +5%) <input type="checkbox"/> In forte aumento (oltre il +5%)
D5. Con riferimento alla tipologia prevalente degli immobili locati dall'agenzia, potrebbe darci un'indicazione circa la superficie minima e massima (in mq) osservata nel trimestre di riferimento?	minima (mq) _____ massima (mq) _____
D6. Con riferimento alla tipologia prevalente degli immobili locati dall'agenzia, potrebbe darci un'indicazione circa il canone mensile minimo e massimo osservato nel trimestre di riferimento?	minimo (€) _____ massimo (€) _____
D7. Pensando alla tipologia prevalente di immobili locati dall'agenzia nel trimestre gennaio-marzo 2016 , il canone effettivamente ottenuto risulta, rispetto alla prima richiesta del locatore:	Inferiore di: <input type="checkbox"/> Oltre il 30% <input type="checkbox"/> Tra 20% e 30% <input type="checkbox"/> Tra 10% e 20% <input type="checkbox"/> Tra 5% e 10% <input type="checkbox"/> Meno del 5% <input type="checkbox"/> Uguale (o superiore)
D8. Pensi alla tipologia prevalente degli immobili locati dall'agenzia. Come risulteranno in media i canoni di locazione nel trimestre aprile-giugno 2016 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2016 ?	<input type="checkbox"/> In forte diminuzione (oltre il -5%) <input type="checkbox"/> In diminuzione (tra -1,1% e -5%) <input type="checkbox"/> All'incirca stabili (tra -1% e +1%) <input type="checkbox"/> In aumento (tra +1,1% e +5%) <input type="checkbox"/> In forte aumento (oltre il +5%)

Se l'agenzia ha locato immobili nel trimestre gennaio-marzo 2016, l'intervista è terminata.

D9. Nel **trimestre gennaio-marzo 2016** ritiene che i canoni di locazione, nella zona in cui opera l'agenzia, siano in media, **rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2015**:

- In forte diminuzione (oltre il -5%)
- In diminuzione (tra -1,1% e -5%)
- All'incirca stabili (tra -1% e +1%)
- In aumento (tra +1,1% e +5%)
- In forte aumento (oltre il +5%)

AVVERTENZE

- I. - Le elaborazioni, salvo diversa indicazione, sono eseguite dalla Banca d'Italia.
- II. - Segni convenzionali:
- quando il fenomeno non esiste;
 - ... quando il fenomeno esiste ma i dati non si conoscono;
 - .. quando i dati non raggiungono la cifra significativa dell'ordine minimo considerato.
- I dati riportati fra parentesi sono provvisori, quelli fra parentesi in corsivo sono stimati.
- III. - Le tavole sono contrassegnate, oltre che da un numero progressivo, da un codice alfanumerico che individua in modo univoco il contenuto della tavola nell'archivio elettronico in cui sono memorizzate le informazioni destinate alla diffusione esterna. Analogo codice identifica le diverse grandezze riportate in ciascuna tavola.
- IV. - Le note metodologiche, riportate nelle ultime pagine del Supplemento, sono contrassegnate da codici elettronici che si riferiscono alle tavole e, nell'ambito di ciascuna di esse, alle singole grandezze economiche. Quando la nota metodologica è relativa a una particolare osservazione, essa segue il codice della variabile associato alla data di riferimento dell'osservazione.

SUPPLEMENTI AL BOLLETTINO STATISTICO

Moneta e banche (mensile)

Mercato finanziario (mensile)

Finanza pubblica, fabbisogno e debito (mensile)

Bilancia dei pagamenti e posizione patrimoniale sull'estero (mensile)

Conti finanziari (trimestrale)

Sistema dei pagamenti (semestrale)

Statistiche di finanza pubblica nei paesi dell'Unione europea (semestrale)

Debito delle Amministrazioni locali (due volte l'anno, a febbraio e a ottobre)

La ricchezza delle famiglie italiane (annuale)

Indagini campionarie (periodicità variabile)

Note metodologiche (periodicità variabile)

Tutti i supplementi sono disponibili sul sito Internet della Banca d'Italia: www.bancaditalia.it

Eventuali chiarimenti sui dati contenuti in questa pubblicazione possono essere richiesti via e-mail all'indirizzo statistiche@bancaditalia.it

Stampa su carta riciclata

Stampato presso la Divisione Editoria e stampa della Banca d'Italia

Per la pubblicazione cartacea: autorizzazione del Tribunale di Roma n. 150 del 14 marzo 1991
Per la pubblicazione telematica: autorizzazione del Tribunale di Roma n. 24/2008 del 25 gennaio 2008
- *Direttore Responsabile: dr. Eugenio Gaiotti* -