BANCA D'ITALIA
EUROSISTEMA

Supplementi al Bollettino Statistico

Indagini campionarie

Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia Aprile 2015

Nuova serie
Anno XXV - 15 Maggio 2015

Numero 25

Sommario

1. Introduzione 5
2. I principali risultati 5
   Prezzi delle abitazioni 5
   Compravendite 5
   Incarichi a vendere 5
   Trattative e tempi di vendita 6
   Modalità di finanziamento degli acquisti 6
   Locazioni 6
   Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie 6
   Le prospettive del mercato nazionale delle compravendite 6

Appendice A: Nota metodologica 7
Appendice B: Tavole statistiche 13
Appendice C: Il questionario 29

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: Tatiana Cesaroni, Leandro D'Aurizio, Michele Loberto (con la collaborazione di Daniela Falcone 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.

Il nostro commosso ricordo, anche per la sua preziosa collaborazione alla riuscita di questa indagine, va a Caterina Andreussi, già dirigente dell'Agenzia delle Entrate, recentemente scomparsa.

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 2015

Nel primo trimestre del 2015 si è ridotta la quota di agenti che hanno riportato un calo dei prezzi, che tuttavia resta predominante. Il numero di potenziali acquirenti continua a crescere, nonostante il persistere di un significativo divario tra i prezzi di offerta e di domanda. Il saldo sulle attese degli operatori relative alle prospettive a breve termine del proprio mercato è tornato su valori positivi per la prima volta da circa quattro anni, risentendo del ridimensionamento delle attese di calo dei prezzi. In un orizzonte di medio termine (due anni), il quadro è più positivo: circa metà degli operatori segnalano attese di miglioramento delle prospettive del mercato nazionale.

1. Introduzione

Le interviste del Sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia si sono svolte tra il 30 marzo 2015 e il 27 aprile 2015. Vi hanno partecipato 1.384 agenzie immobiliari[1] (tav. 1). Le informazioni fornite riguardano l'attività di compravendita[2], quella di locazione e i relativi prezzi, per il trimestre di riferimento (gennaio-marzo 2015) e in prospettiva.

I principali risultati sono riassunti di seguito; le appendici A, B e C riportano, rispettivamente, la nota metodologica, le tavole statistiche e il questionario utilizzato.

2. I principali risultati

Prezzi delle abitazioni

Nel primo trimestre del 2015 si è ridotta la quota di operatori che riportano una diminuzione congiunturale dei prezzi di vendita (59,3 per cento, da 67,6 della rilevazione di gennaio; tav. 2 e fig. 1), a fronte di una maggiore incidenza dei giudizi di stabilità (39,4 per cento, da 31,6). Tale andamento, comune a tutte le aree geografiche, è più accentuato nelle aree metropolitane, dove il saldo tra giudizi di aumento e diminuzione si è portato a -56,4 da -67,1 della precedente rilevazione rispetto alle aree non metropolitane (a -58,6 da -66,7).

Compravendite

La quota di agenti che hanno venduto almeno un'abitazione nel primo trimestre è rimasta intorno al livello dei tre mesi precedenti (al 69,6 per cento; tav. 3), superiore a quello dello stesso periodo del 2014 (64,0 per cento). È proseguito il miglioramento dei giudizi relativi alle condizioni della domanda: il saldo tra le quote di agenti che riportano un aumento e quelle che riportano una diminuzione dei potenziali acquirenti è divenuto positivo per 5,5 punti percentuali, da -16,2 punti percentuali della precedente rilevazione (tav. 4). Il sondaggio ha rilevato per la prima volta la diffusione dei contratti di affitto con riscatto (*rent to buy*), che è stata segnalata dal 4,4 per cento degli operatori nazionali, con una incidenza lievemente più accentuata nel Nord Ovest (5,5 per cento).

Incarichi a vendere

Il saldo fra le risposte di aumento e di diminuzione delle giacenze di incarichi a vendere è appena aumentato (a 21,1 punti percentuali, da 20,1 in gennaio; tav. 4), plausibilmente riflettendo il rialzo di quello relativo all'afflusso di nuovi mandati (a 17,9 punti percentuali da 15,5). Secondo il giudizio degli operatori, la principale causa di cessazione dell'incarico rimane il divario tra prezzi di domanda e di offerta (tav. 5). È tornata a crescere l'incidenza di operatori che segnalano proposte di acquisto a prezzi ritenuti bassi per il venditore (al 58,2 per cento, dal 53,0 della precedente rilevazione), mentre è scesa la quota di coloro che registrano la percezione di prezzi di acquisto troppo alti da parte dei potenziali acquirenti (al 58,5 per cento, dal 60,4). È proseguita la

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

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

diminuzione dell'incidenza di agenzie che riconducono la decadenza dell'incarico alla difficoltà di reperire un mutuo (30,9 per cento, da 35,7).

Trattative e tempi di vendita

Il margine medio di sconto sui prezzi di vendita rispetto alle richieste iniziali del venditore è sceso al 15 per cento (dal 16,1 in gennaio; tav. 6). Il tempo medio che intercorre tra l'affidamento del mandato e la vendita dell'immobile è lievemente cresciuto (a 9,8 mesi, da 9,5; tav. 7).

Modalità di finanziamento degli acquisti

La quota di acquisti finanziati con un mutuo ipotecario ha segnato una netta variazione al rialzo, portandosi al 65,2 per cento (dal 60,7 in gennaio; tav. 7); anche il rapporto tra prestito e valore dell'immobile è aumentato (al 64,2 per cento, dal 61,1).

Locazioni

La quota di operatori che hanno dichiarato di avere locato almeno un immobile nel quarto trimestre del 2015 è lievemente diminuita, all'80 per cento (dall'81,1 della precedente rilevazione; tav. 8). Nel contempo si è ridotta l'incidenza di coloro che hanno segnalato una riduzione dei canoni di locazione (al 44,8 per cento, dal 53,2 dell'indagine di gennaio), a fronte dell'aumento della quota di giudizi di stabilità (al 52,1 per cento, dal 44,3). È nuovamente cresciuta l'incidenza delle agenzie che si aspettano una stabilità dei canoni nel trimestre in corso (al 75,2 per cento, dal 66,2 nella precedente rilevazione), mentre il 22,0 per cento ne prospetta una diminuzione (dal 31,5). Il margine medio di sconto sui canoni rispetto alle richieste iniziali del locatore è sceso al 6,8 per cento, dal 7,5 di gennaio (tav. 9). Il saldo negativo fra le risposte di aumento e di diminuzione relativo ai nuovi incarichi a locare si è portato a -7,1 punti percentuali (da -4,5 della precedente rilevazione), a fronte di un aumento dell'incidenza dei giudizi di stabilità (al 64,1 per cento dal 59,3).

Le prospettive del mercato in cui operano le agenzie

Le attese degli agenti immobiliari sulle tendenze a breve termine del proprio mercato di riferimento sono decisamente migliorate: il saldo fra attese di miglioramento e di peggioramento nel trimestre in corso si è portato su valori positivi (a 9,1 punti percentuali, da -7,4 della precedente rilevazione; tav. 10 e fig. 2), per la prima volta dal primo trimestre del 2011.Quello relativo alle attese sui nuovi incarichi a vendere è diminuito (a 14,5 punti percentuali, da 16,9). La quota di operatori che anticipano una diminuzione dei prezzi nel trimestre in corso si è ridimensionata al 42,0 per cento (dal 58,7 della rilevazione di gennaio; tav. 10 e fig. 1), a fronte del deciso rialzo dell'incidenza dei giudizi di stabilità (al 56,1 per cento dal 40,4).

Le prospettive del mercato nazionale delle compravendite

Il saldo negativo dei giudizi sulle prospettive a breve termine nel mercato nazionale si è notevolmente contratto, a -2,7 punti percentuali, da -23,0 (tav. 11); l'incidenza delle indicazioni di stabilità è aumentata di circa 10 punti percentuali (al 69,9 per cento). In un orizzonte di medio termine (due anni) le attese denotano un marcato ottimismo: l'incidenza delle indicazioni di miglioramento ha segnato infatti un nuovo rialzo (al 50,6 per cento dal 44,2 di gennaio), a fronte di un calo di quella relativa alle indicazioni di peggioramento (al 16,2 per cento dal 22,4).

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]. Le rilevazioni sono effettuate dalla società Questlab Srl nel mese successivo alla fine del trimestre di calendario (quindi in gennaio, aprile, luglio, ottobre). Le interviste per questa edizione, riferita al primo trimestre del 2015, sono state condotte tra il 30 marzo e il 27 aprile 2015; su 4.436 agenti immobiliari contattati, 1.384 hanno partecipato al sondaggio[4], con un tasso di risposta (al netto degli errori di lista) del 33,7 per cento.

L'universo di riferimento è costituito dalle agenzie immobiliari che operano per conto terzi. Le informazioni sulla distribuzione della popolazione (aggiornate al 2012) 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 abitanti[5] e dai comuni di Padova, Trieste e Messina (nel complesso sono i 15 maggiori comuni italiani per popolazione residente[6]);
b) dalle 15 aree intorno ai comuni del punto a), che ne formano i relativi hinterland[7];
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).

---

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 Agenti operanti nella mediazione su beni immobili di terzi. Le 75 agenzie (5,1 per cento del campione complessivo) operanti su beni propri e che hanno partecipato all'indagine sono state escluse dalle elaborazioni.

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

6 Dati riferiti al censimento della popolazione del 2011.

7 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.

A causa delle difficoltà riscontrate nell'utilizzo[8] 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 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 campione[9]. Il peso della prima fase per ogni impresa dello strato h è pertanto:

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

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*[10], 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:

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

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 recente[11].

A4. Gli stimatori utilizzati

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

$$(3) \qquad \overline{X} = \frac{1}{\sum w_i} \sum w_i X_i$$

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 campione[12].

A5. Gli errori standard

Le stime delle percentuali, riferite al totale nazionale, presentano errori standard non superiori all'1,3 per cento, ovvero intervalli di confidenza (al 95 per cento) al massimo pari a 2,6 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

---

8 Le informazioni di contatto delle liste camerali risultano infatti spesso incomplete o non aggiornate.

9 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*).

10 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.

11 La popolazione di imprese utilizzata è stata ottenuta da Istat, Archivio statistico delle imprese attive, 2012. 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.

12 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.

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.

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	1,0	1,4	1,7	1,9	2,1	2,2	2,3	2,3	2,4	2,4
di cui: aree urbane	1,3	1,8	2,1	2,4	2,5	2,7	2,8	2,9	2,9	2,9
aree non urbane	1,7	2,4	2,8	3,2	3,4	3,6	3,8	3,9	4,0	4,0
Nord Est	1,2	1,6	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6	2,6	2,6
di cui: aree urbane	1,9	2,6	3,2	3,5	3,8	4,0	4,2	4,3	4,4	4,4
aree non urbane	1,4	2,0	2,3	2,6	2,8	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3
Centro	1,2	1,6	1,9	2,1	2,3	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7
di cui: aree urbane	1,5	2,0	2,4	2,7	3,0	3,1	3,2	3,3	3,4	3,4
aree non urbane	1,9	2,6	3,1	3,4	3,7	3,9	4,1	4,2	4,3	4,3
Sud e Isole	1,1	1,5	1,8	2,1	2,2	2,4	2,5	2,5	2,6	2,6
di cui: aree urbane	1,6	2,2	2,6	3,0	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7
aree non urbane	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5	3,5
Per popolazione residente										
Aree urbane(1)	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8
Aree non urbane	0,8	1,1	1,3	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9
Aree metropolitane(2)	0,9	1,2	1,5	1,7	1,8	1,9	2,0	2,0	2,1	2,1
Aree non metropolitane	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6
Totale	**0,6**	**0,8**	**0,9**	**1,0**	**1,1**	**1,2**	**1,2**	**1,3**	**1,3**	**1,3**

(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)[13] 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.

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

Appendice B:

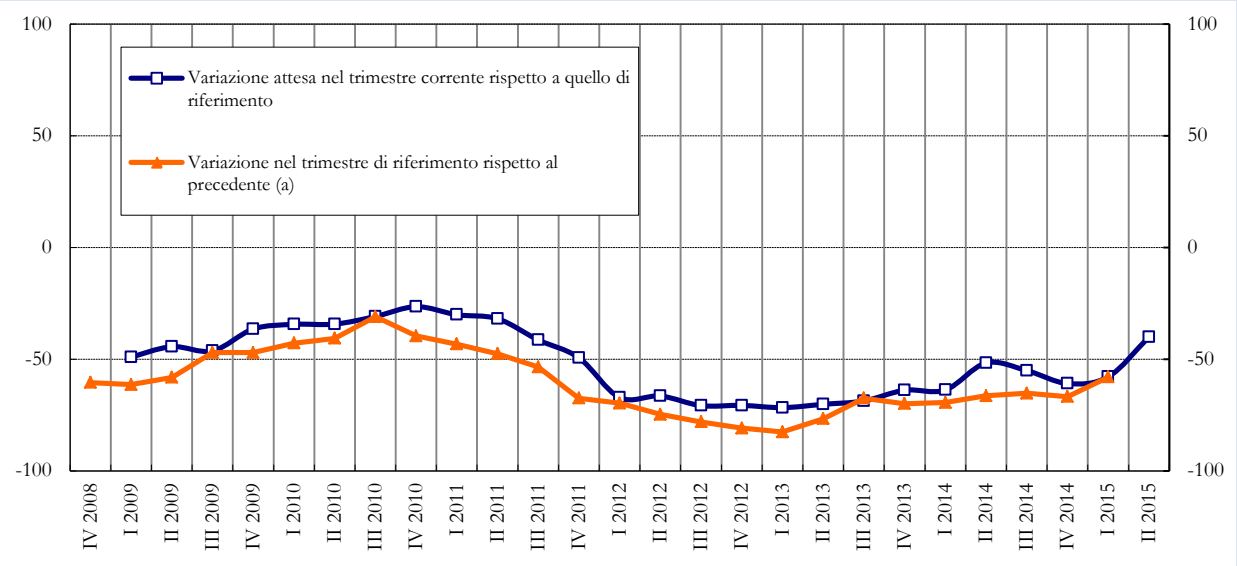
Tavole statistiche

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)

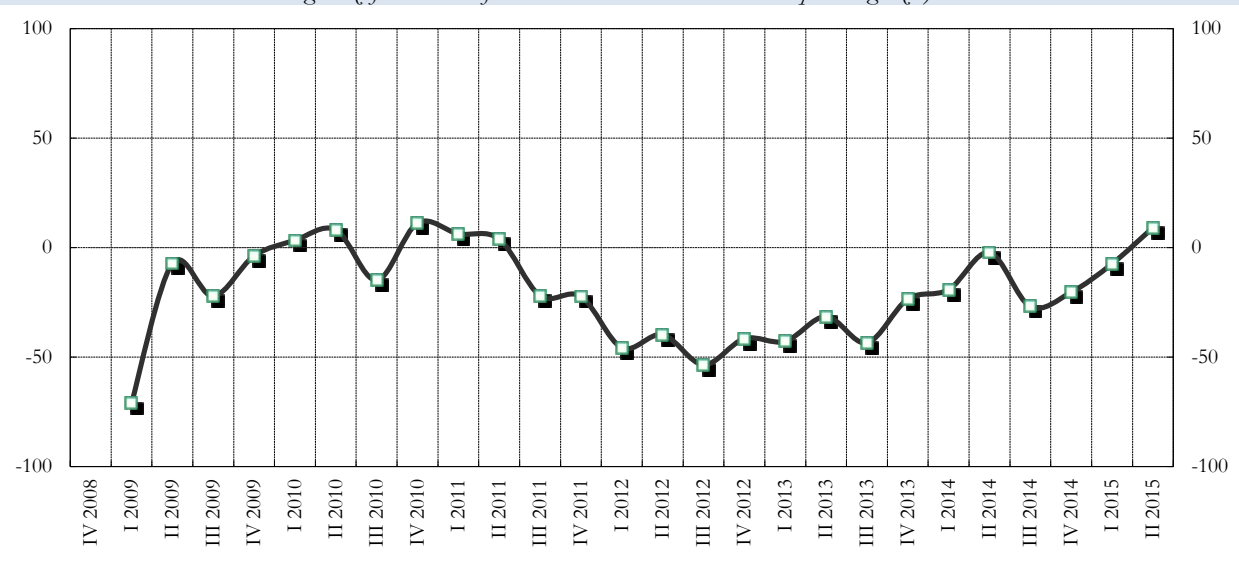
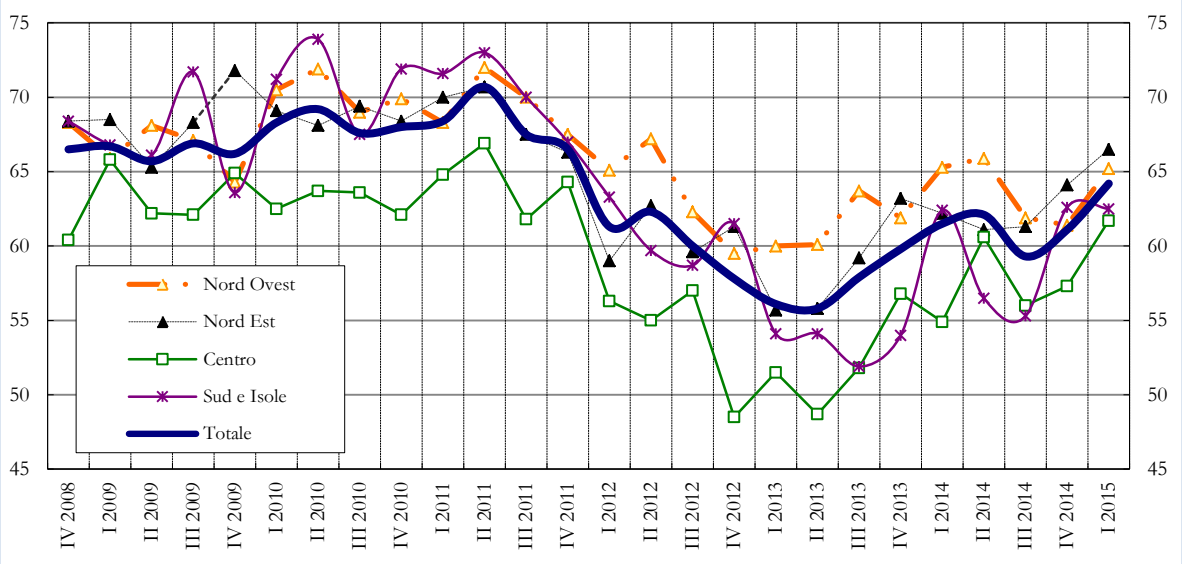


Figura 3

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.

Tav. 1

Distribuzione del campione e dell'universo

(unità, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	agenzie rilevate (a)	universo delle agenzie[1] (b)	frazione sondata (a)/(b) *(percentuale)*
Ripartizione geografica			
Nord Ovest	414	12.220	3,4
di cui: aree urbane[2]	265	5.587	4,7
aree non urbane	149	6.633	2,2
Nord Est	332	7.256	4,6
di cui: aree urbane[2]	116	1.63	7,1
aree non urbane	216	5.626	3,8
Centro	313	8.473	3,7
di cui: aree urbane[2]	188	3.858	4,9
aree non urbane	125	4.615	2,7
Sud e Isole	325	5.463	5,9
di cui: aree urbane[2]	147	1.349	10,9
aree non urbane	178	4.114	4,3
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti)[2]	716	12.423	5,8
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	668	20.989	3,2
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)[3]	515	9.562	5,4
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	869	23.85	3,6
Totale	**1.384**	**33.412**	**4,1**

(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

Tav. 2

Giudizi sui prezzi di vendita[1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	Andamento rispetto al periodo precedente		
	in diminuzione	stabile	in aumento
Ripartizione geografica			
Nord Ovest	59,0	39,7	1,3
di cui: aree urbane[2]	57,7	40,7	1,6
aree non urbane	60,1	38,8	1,1
Nord Est	57,0	41,9	1,1
di cui: aree urbane[2]	54,5	45,5	0,0
aree non urbane	57,8	40,8	1,4
Centro	62,6	36,8	0,6
di cui: aree urbane[2]	58,7	39,9	1,3
aree non urbane	66,2	33,8	0,0
Sud e Isole	58,1	39,4	2,6
di cui: aree urbane[2]	53,8	43,6	2,7
aree non urbane	59,4	38,1	2,5
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti)[2]	57,2	41,4	1,4
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	60,6	38,2	1,2
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)[3]	57,9	40,5	1,5
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	59,8	39,0	1,2
Totale	**59,3**	**39,4**	**1,3**
per memoria:			
Quarto trimestre 2014	67,6	31,6	0,8
Terzo trimestre 2014	66,0	33,3	0,7
Secondo trimestre 2014	67,0	32,5	0,6
Primo trimestre 2014	69,8	29,7	0,4

(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.

Tav. 3

Vendita di abitazioni nel trimestre di riferimento

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	Quota di agenzie che hanno venduto abitazioni	di cui:		
		solo nuove	solo preesistenti	nuove e preesistenti
Ripartizione geografica				
Nord Ovest	68,3	4,2	52,6	11,6
di cui: aree urbane(1)	70,7	4,5	55,1	11,2
aree non urbane	66,3	4,0	50,5	11,9
Nord Est	73,0	4,3	46,0	22,8
di cui: aree urbane(1)	80,4	2,2	56,8	21,3
aree non urbane	70,8	4,8	42,8	23,2
Centro	69,2	2,6	53,4	13,3
di cui: aree urbane(1)	72,7	2,7	56,0	14,0
aree non urbane	66,2	2,4	51,2	12,6
Sud e Isole	68,3	4,2	54,2	9,9
di cui: aree urbane(1)	61,3	5,9	51,8	3,6
aree non urbane	70,6	3,6	55,0	11,9
Popolazione residente				
Aree urbane (>250 mila abitanti)(1)	71,6	3,8	55,2	12,6
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	68,3	3,8	49,5	15,1
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(2)	70,5	3,7	55,3	11,5
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	69,2	3,8	50,2	15,2
Totale	**69,6**	**3,8**	**51,6**	**14,1**
per memoria:				
Quarto trimestre 2014	70,0	4,2	52,2	13,6
Terzo trimestre 2014	64,4	3,0	46,6	14,8
Secondo trimestre 2014	68,1	3,6	49,4	15,0
Primo trimestre 2014	64,0	3,3	45,1	15,7

(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.

Tav. 4

Incarichi a vendere e potenziali acquirenti

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	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	13,6	56,5	29,9	18,5	51,3	30,2	27,9	43,9	28,2
di cui: aree urbane(1)	17,5	57,1	25,4	20,1	50,8	29,1	21,2	48,5	30,3
aree non urbane	10,4	56,0	33,6	17,2	51,8	31,1	33,3	40,2	26,5
Nord Est	15,1	52,1	32,8	14,9	50,0	35,1	20,5	52,0	27,5
di cui: aree urbane(1)	18,4	52,5	29,0	13,2	53,0	33,8	18,5	54,1	27,4
aree non urbane	14,2	51,9	33,9	15,4	49,1	35,4	21,1	51,4	27,5
Centro	11,6	53,7	34,8	13,9	49,5	36,7	22,5	44,7	32,8
di cui: aree urbane(1)	13,6	56,9	29,5	17,7	51,3	31,0	20,9	49,2	29,9
aree non urbane	9,9	51,0	39,1	10,6	48,0	41,4	23,8	40,9	35,3
Sud e Isole	9,7	47,7	42,6	13,7	51,8	34,5	22,1	48,0	29,9
di cui: aree urbane(1)	14,2	58,3	27,5	19,2	55,7	25,1	17,2	52,6	30,2
aree non urbane	8,2	44,2	47,6	11,9	50,5	37,6	23,7	46,5	29,9
Popolazione residente									
Aree urbane (>250 mila abitanti)(1)	16,0	56,6	27,4	18,3	51,8	29,9	20,3	49,9	29,8
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	10,8	51,5	37,7	14,2	50,0	35,8	26,1	44,5	29,3
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(2)	16,4	56,5	27,0	19,5	50,7	29,8	21,0	48,5	30,6
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	11,3	52,1	36,6	14,2	50,6	35,1	25,2	45,7	29,1
Totale	**12,8**	**53,4**	**33,9**	**15,7**	**50,6**	**33,6**	**24,0**	**46,5**	**29,5**
per memoria:									
Quarto trimestre 2014	15,5	48,8	35,6	18,6	47,3	34,1	36,8	42,6	20,6
Terzo trimestre 2014	13,1	45,4	41,5	17,3	45,6	37,0	38,8	45,1	16,1
Secondo trimestre 2014	13,0	45,6	41,4	17,3	47,3	35,4	37,9	44,7	17,4
Primo trimestre 2014	15,2	44,8	40,0	17,0	45,3	37,7	34,4	43,0	22,6

(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.

Tav. 5

Cause prevalenti di cessazione dell'incarico a vendere[1]

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	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	54,0	24,6	60,8	28,0	30,3	4,4	5,3
di cui: aree urbane[2]	58,9	27,4	62,5	26,0	25,0	1,4	4,2
aree non urbane	49,9	22,2	59,4	29,6	34,6	6,8	6,2
Nord Est	56,0	23,9	63,9	25,2	30,2	4,1	3,4
di cui: aree urbane[2]	53,7	34,4	67,4	17,5	30,4	5,0	2,7
aree non urbane	56,6	20,9	62,9	27,4	30,1	3,9	3,7
Centro	63,5	23,5	56,8	31,4	28,1	3,3	4,1
di cui: aree urbane[2]	64,8	26,4	60,2	28,5	22,4	4,3	3,5
aree non urbane	62,4	21,2	53,9	33,8	32,8	2,5	4,7
Sud e Isole	62,3	27,2	48,9	24,9	37,9	6,4	3,9
di cui: aree urbane[2]	64,8	28,2	48,8	26,7	34,2	5,2	1,2
aree non urbane	61,5	26,8	49,0	24,4	39,1	6,8	4,8
Popolazione residente							
Aree urbane (>250 mila abitanti)[2]	60,7	28,1	60,9	25,7	25,9	3,2	3,5
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	56,7	22,6	57,1	28,9	33,9	5,1	4,9
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)[3]	62,1	27,2	60,7	27,6	23,9	2,6	3,6
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	56,6	23,6	57,6	27,8	33,8	5,1	4,7
Totale	**58,2**	**24,6**	**58,5**	**27,7**	**30,9**	**4,4**	**4,4**
per memoria:							
Quarto trimestre 2014	53,0	24,0	60,4	29,6	35,7	6,4	5,5
Terzo trimestre 2014	52,9	24,8	58,0	29,9	37,3	5,7	5,5
Secondo trimestre 2014	55,1	23,1	62,4	29,1	34,2	4,6	6,3
Primo trimestre 2014	55,6	24,5	63,3	28,5	41,7	3,9	6,1

(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.

Tav. 6

Rapporto tra prezzo pagato all'acquisto e prezzo inizialmente richiesto dal venditore[1]

(percentuali di agenzie, salvo diversa indicazione; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	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	5,7	18,3	42,9	23,0	5,8	4,4	100,0	14,9
di cui: aree urbane[3]	2,9	15,4	45,0	26,6	6,4	3,8	100,0	13,8
aree non urbane	8,3	20,9	40,9	19,7	5,3	5,0	100,0	15,9
Nord Est	5,7	18,4	36,5	33,6	2,8	2,9	100,0	14,7
di cui: aree urbane[3]	1,3	25,2	44,2	25,1	3,2	1,0	100,0	15,3
aree non urbane	7,2	16,2	34,0	36,5	2,7	3,5	100,0	14,4
Centro	3,9	20,0	41,9	28,4	3,0	2,8	100,0	14,9
di cui: aree urbane[3]	5,4	13,7	45,4	27,7	4,7	3,1	100,0	14,3
aree non urbane	2,5	26,0	38,5	29,1	1,3	2,7	100,0	15,3
Sud e Isole	7,7	23,4	38,5	19,9	7,1	3,4	100,0	16,0
di cui: aree urbane[3]	4,4	24,4	41,2	21,7	5,5	2,7	100,0	15,6
aree non urbane	8,7	23,1	37,8	19,3	7,5	3,6	100,0	16,1
Popolazione residente								
Aree urbane (>250 mila abitanti)[3]	3,6	17,1	44,7	26,2	5,3	3,1	100,0	14,3
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	6,8	21,1	37,8	26,3	4,2	3,8	100,0	15,4
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)[4]	3,4	15,6	44,4	27,0	6,2	3,3	100,0	13,9
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	6,5	21,2	38,8	26,0	4,0	3,6	100,0	15,4
Totale	**5,6**	**19,6**	**40,5**	**26,3**	**4,6**	**3,5**	**100,0**	**15,0**
per memoria:								
Quarto trimestre 2014	5,1	26,0	40,8	21,3	4,9	1,8	100,0	16,1
Terzo trimestre 2014	7,1	23,3	40,2	21,2	5,3	2,9	100,0	16,1
Secondo trimestre 2014	5,2	24,4	41,8	22,2	4,5	2,0	100,0	16,0
Primo trimestre 2014	5,1	21,7	42,8	23,0	6,3	1,1	100,0	15,5

(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.

Tav. 7

Tempi di vendita e mutui ipotecari[1]

(mesi, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	Tempo tra affidamento dell'incarico e vendita *(mesi)*	Percentuale di acquisti finanziati con mutuo[2]	Rapporto tra prestito e valore dell'immobile
Ripartizione geografica			
Nord Ovest	9,5	67,4	65,2
di cui: aree urbane[3]	8,1	70,6	61,6
aree non urbane	10,7	64,3	69,0
Nord Est	11,0	68,6	66,5
di cui: aree urbane[3]	9,6	68,3	66,1
aree non urbane	11,5	68,7	66,6
Centro	9,0	62,1	61,7
di cui: aree urbane[3]	8,0	65,6	60,1
aree non urbane	9,9	58,9	63,5
Sud e Isole	9,8	58,0	62,5
di cui: aree urbane[3]	6,2	64,1	61,4
aree non urbane	10,8	56,2	62,8
Popolazione residente			
Aree urbane (>250 mila abitanti)[3]	8,1	68,3	61,8
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	10,8	63,2	65,9
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)[4]	7,8	67,8	60,1
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	10,6	64,1	66,1
Totale	**9,8**	**65,2**	**64,2**
per memoria:			
Quarto trimestre 2014	9,5	60,7	61,1
Terzo trimestre 2014	9,5	59,9	59,3
Secondo trimestre 2014	9,4	62,9	62,1
Primo trimestre 2014	9,3	62,7	61,5

(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.

Tav. 8

Giudizi sui canoni di locazione

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015; trimestre in corso: aprile-giugno 2015)

	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	82,1	39,4	56,1	4,5	20,8	74,5	4,7
di cui: aree urbane(2)	81,1	40,6	54,1	5,3	22,5	71,4	6,1
aree non urbane	82,9	38,4	57,8	3,8	19,3	77,1	3,5
Nord Est	85,0	41,4	56,2	2,4	18,6	79,3	2,1
di cui: aree urbane(2)	91,1	38,3	57,5	4,2	15,0	84,4	0,6
aree non urbane	83,0	42,5	55,7	1,8	19,8	77,5	2,6
Centro	78,7	56,3	41,8	1,8	26,9	72,2	0,9
di cui: aree urbane(2)	81,4	60,2	37,3	2,5	29,9	69,4	0,7
aree non urbane	76,3	52,4	46,4	1,2	23,8	75,0	1,2
Sud e Isole	70,3	44,5	53,2	2,3	22,0	75,8	2,1
di cui: aree urbane(2)	66,2	46,8	53,2	.	21,9	76,2	1,9
aree non urbane	71,7	43,7	53,3	3,1	22,1	75,7	2,2
Popolazione residente							
Aree urbane (>250 mila abitanti)(2)	81,0	47,1	49,2	3,8	23,6	73,2	3,2
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	79,4	43,4	54,1	2,6	20,9	76,6	2,6
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(3)	80,6	48,8	47,4	3,8	26,4	70,0	3,6
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	79,8	43,1	54,2	2,7	20,1	77,5	2,4
Totale	**80,0**	**44,8**	**52,1**	**3,0**	**22,0**	**75,2**	**2,8**
per memoria:							
Quarto trimestre 2014	81,1	53,2	44,3	2,6	31,5	66,2	2,3
Terzo trimestre 2014	83,7	52,6	45,3	2,1	37,1	61,8	1,2
Secondo trimestre 2014	83,8	57,7	39,9	2,4	36,9	61,1	2,0
Primo trimestre 2014	81,6	57,5	41,6	0,9	30,6	67,6	1,8

(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.

Tav. 9

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

(percentuali di agenzie, valori percentuali; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015)

	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	22,2	61,3	16,6	6,4
di cui: aree urbane(1)	23,3	57,5	19,2	6,4
aree non urbane	21,2	64,6	14,2	6,5
Nord Est	18,5	69,0	12,5	5,6
di cui: aree urbane(1)	22,7	64,7	12,6	5,5
aree non urbane	17,1	70,4	12,5	5,6
Centro	23,3	64,8	11,9	7,7
di cui: aree urbane(1)	27,8	60,1	12,2	8,4
aree non urbane	18,9	69,5	11,6	7,1
Sud e Isole	21,2	62,6	16,2	8,3
di cui: aree urbane(1)	28,3	57,0	14,7	9,5
aree non urbane	18,7	64,5	16,8	8,0
Popolazione residente				
Aree urbane (>250 mila abitanti)(1)	25,2	59,3	15,5	7,1
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	19,1	67,2	13,7	6,6
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(2)	24,0	59,0	17,0	7,5
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	20,4	66,3	13,3	6,5
Totale	**21,5**	**64,1**	**14,4**	**6,8**
per memoria:				
Quarto trimestre 2014	22,6	59,3	18,1	7,5
Terzo trimestre 2014	20,1	59,0	20,9	7,5
Secondo trimestre 2014	19,3	61,0	19,7	7,7
Primo trimestre 2014	16,4	62,2	21,4	7,4

(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.

Tav. 10

Prospettive del mercato in cui opera l'agenzia

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015; trimestre in corso: aprile-giugno 2015)

	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	12,7	67,3	20,0	8,4	70,3	21,3	40,9	56,9	2,2
di cui: aree urbane(1)	9,3	70,1	20,6	9,0	69,6	21,3	43,0	55,4	1,6
aree non urbane	15,5	64,9	19,6	7,8	71,0	21,2	39,2	58,1	2,7
Nord Est	12,8	65,7	21,5	8,7	70,4	20,9	43,3	55,8	0,9
di cui: aree urbane(1)	10,5	69,6	19,9	7,8	74,3	17,9	41,9	56,2	1,9
aree non urbane	13,5	64,5	21,9	8,9	69,3	21,8	43,7	55,7	0,6
Centro	10,5	66,3	23,2	6,0	71,6	22,4	42,4	54,9	2,7
di cui: aree urbane(1)	10,1	64,2	25,7	9,3	66,9	23,8	38,1	59,0	2,9
aree non urbane	10,9	68,0	21,2	3,2	75,6	21,3	46,1	51,4	2,6
Sud e Isole	14,4	63,5	22,1	7,5	66,8	25,7	42,2	56,6	1,2
di cui: aree urbane(1)	11,0	65,4	23,6	9,4	69,9	20,7	35,4	63,1	1,5
aree non urbane	15,5	62,9	21,6	6,9	65,8	27,3	44,5	54,5	1,1
Popolazione residente									
Aree urbane (>250 mila abitanti)(1)	9,9	67,7	22,4	9,0	69,4	21,6	40,5	57,5	2,0
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	13,9	65,1	21,0	6,9	70,5	22,6	42,9	55,3	1,8
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(2)	9,5	69,2	21,3	9,0	69,1	21,9	40,2	57,7	2,2
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	13,6	64,8	21,6	7,2	70,5	22,4	42,8	55,5	1,8
Totale	**12,4**	**66,0**	**21,5**	**7,7**	**70,1**	**22,2**	**42,0**	**56,1**	**1,9**
per memoria:									
Quarto trimestre 2014	22,8	61,7	15,4	11,0	61,1	27,9	58,7	40,4	0,9
Terzo trimestre 2014	31,1	58,2	10,7	12,6	58,8	28,6	61,2	38,4	0,3
Secondo trimestre 2014	34,7	57,6	7,8	17,3	61,2	21,5	55,8	43,6	0,7
Primo trimestre 2014	19,6	63,2	17,3	11,4	65,0	23,6	52,7	46,3	1,0

(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.

Tav. 11

Situazione generale del mercato immobiliare in Italia

(percentuali di agenzie; trimestre di riferimento: gennaio-marzo 2015; trimestre in corso: aprile-giugno 2015)

	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	15,3	71,5	13,2	15,5	32,9	51,6
di cui: aree urbane(1)	14,1	74,9	11,1	17,3	32,8	49,9
aree non urbane	16,4	68,5	15,1	14,0	33,0	53,0
Nord Est	16,4	71,0	12,6	18,6	35,1	46,3
di cui: aree urbane(1)	12,0	72,5	15,6	20,1	31,1	48,8
aree non urbane	17,7	70,5	11,8	18,2	36,2	45,6
Centro	16,6	69,4	14,1	15,9	34,6	49,5
di cui: aree urbane(1)	18,3	64,1	17,6	18,2	28,4	53,4
aree non urbane	15,2	73,8	11,0	14,1	39,7	46,2
Sud e Isole	18,6	65,6	15,8	14,8	29,7	55,4
di cui: aree urbane(1)	14,6	63,0	22,4	8,7	32,4	58,9
aree non urbane	19,9	66,4	13,7	16,8	28,9	54,3
Popolazione residente						
Aree urbane (>250 mila abitanti)(1)	15,1	70,0	14,9	17,0	31,2	51,8
Aree non urbane (≤250 mila abitanti)	17,2	69,8	13,0	15,6	34,5	49,9
Aree metropolitane (>500 mila abitanti)(2)	15,7	71,0	13,3	17,9	30,6	51,4
Aree non metropolitane (≤500 mila abitanti)	16,7	69,4	13,9	15,4	34,3	50,2
Totale	**16,4**	**69,9**	**13,7**	**16,2**	**33,3**	**50,6**
per memoria:						
Quarto trimestre 2014	31,5	60,0	8,5	22,4	33,3	44,2
Terzo trimestre 2014	39,2	55,3	5,5	33,1	37,7	29,2
Secondo trimestre 2014	39,9	54,5	5,6	29,9	34,8	35,3
Primo trimestre 2014	28,3	62,1	9,5	20,7	36,1	43,3

(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 2015

Nome del rispondente _____

Telefono _____ **Fax** _____ **E-Mail** _____

1. Presentazione

Questa indagine è svolta ogni tre mesi da **Questlab Srl** 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 2015**.
- 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:

Questlab Srl	via Ospedale 27 30174 Venezia Mestre, telefono 0415044370, telefax 0415044244, e-mail: info@questlab.it

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 dalla Questlab S.r.l. 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 la Questlab S.r.l.: Giuseppe Castiello, Via Ospedale 27, 30174 VENEZIA – MESTRE; per la Banca d'Italia: Servizio Studi di 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: ❑ SRL ❑ SPA ❑ SAS ❑ SNC ❑ Ditta individuale ❑ Altro (specificare):_____

Impresa è affiliata ad un gruppo? ❑ No ❑ Sì, nome del gruppo:_____

(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):*

Nel corso degli ultimi 12 mesi la sua agenzia ha operato prevalentemente in:	❒ Compravendita di immobili propri ❒ Compravendita di immobili per conto terzi

NOTA GENERALE: Per *vendite* o *compravendite* 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 tutte le risposte 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?	❒ No ❒ 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 2015 rispetto a ottobre-dicembre 2014**?	❒ Peggiore ❒ Uguale ❒ Migliore

SEZIONE A – LE COMPRAVENDITE

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 trimestre di riferimento, che per questa indagine è il periodo **gennaio-marzo 2015**.

A1. Indicare il comune in cui l'agenzia ha effettuato la maggior parte delle compravendite nel trimestre **gennaio-marzo 2015**:	CAP |___|___|___|___|___| COMUNE |_____|	
A2. L'agenzia ha venduto abitazioni?	**Nel trimestre gennaio-marzo 2015** Sì, solo abitazioni nuove (*) |_| Sì, solo abitazioni preesistenti |_| Sì, abitazioni nuove e preesistenti |_| No |_|	**Nel trimestre ottobre-dicembre 2014** Sì, solo abitazioni nuove (*) |_| Sì, solo abitazioni preesistenti |_| Sì, abitazioni nuove e preesistenti |_| No |_|
	(*) Per case nuove si intendono quelle di nuova edificazione o interamente ristrutturate.	
A2.b L'agenzia ha intermediato contratti di affitto con riscatto (*rent-to-buy*)?	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 2014	**Rispetto al trimestre corrispondente dell'anno scorso (gennaio-marzo 2014)**
A3. Il numero di abitazioni vendute dalla sua agenzia **nel trimestre gennaio-marzo 2015** è stato …	❑ In diminuzione (oltre 10%) ❑ Stabile (tra -10% e + 10%) ❑ In aumento (oltre 10%)	❑ In diminuzione (oltre 10%) ❑ Stabile (tra -10% e + 10%) ❑ In aumento (oltre 10%)
A4. Il numero di **potenziali acquirenti** che si è rivolto alla sua agenzia **nel trimestre gennaio-marzo 2015** è stato… *(riferire la risposta al numero di potenziali acquirenti che hanno visitato almeno uno degli immobili da voi intermediati)*	❑ In diminuzione ❑ Stabile ❑ In aumento	❑ In diminuzione ❑ Stabile ❑ In aumento

Se l'agenzia NON ha venduto immobili nel trimestre gennaio-marzo 2015, saltare alla domanda A8.

A5. Quante abitazioni sono state vendute dall'agenzia n**el trimestre gennaio-marzo 2015**?	Nuove |_____| Preesistenti |_____|	

A6. Pensi al complesso delle case vendute dall'agenzia **nel trimestre gennaio-marzo 2015**. 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 2015.** 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</u> **a fine marzo 2015 rispetto a quello riscontrato a fine dicembre 2014** risulta: *(riferire la risposta sia agli incarichi acquisiti prima del trimestre di riferimento, sia a quelli acquisiti durante)*	❑ Molto inferiore ❑ Inferiore ❑ Uguale ❑ Superiore ❑ Molto superiore
A9. Il <u>numero di **nuovi incarichi a vendere**</u> ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre **gennaio-marzo 2015**, rispetto a quelli acquisiti nel trimestre **ottobre-dicembre 2014**, 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

A10. Parliamo ora degli incarichi che sono scaduti e/o non rinnovati **nel trimestre gennaio-marzo 2015**. Potrebbe indicare le determinanti più importanti di questo comportamento, tra quelle qui a fianco elencate? *(sceglierne al massimo tre)*	❑ Le offerte ricevute sono state ritenute troppo basse dal venditore ❑ Aspettative di prezzi più elevati in futuro hanno indotto i proprietari ad attendere ❑ Non sono state ricevute offerte perché il prezzo è stato ritenuto troppo alto dall'acquirente ❑ E' trascorso troppo tempo da quando l'appartamento è stato collocato sul mercato ❑ L'acquirente ha incontrato difficoltà nel reperire il mutuo ❑ Sono sopraggiunte difficoltà del venditore (pignoramenti, separazioni, ecc.) ❑ 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 2015, salti alla domanda B4.

B1.1. Pensando alla **tipologia prevalente di immobili venduti** dall'agenzia, **nel trimestre gennaio-marzo 2015** il prezzo di vendita (al mq) risulta in media, **rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2014**:	❑ In forte diminuzione (oltre il -5%) ❑ In diminuzione (tra -1,1% e -5%) ❑ All'incirca stabile (tra -1% e +1%) ❑ In aumento (tra +1,1% e +5%) ❑ In forte aumento (oltre il +5%)
B1.2. Saprebbe anche indicare di quanto sono cambiati questi prezzi di vendita (al mq) **rispetto a un anno fa**?	❑ Oltre il -10% ❑ Tra -5,1% e -10% ❑ Tra -3,1% e -5% ❑ Tra -1,1% e -3% ❑ Tra -1% e +1% ❑ Tra +1,1 e +3% ❑ Tra +3,1 e +5% ❑ Tra +5,1 e +10% ❑ Oltre il 10%
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 2015**?	minimo (€) |_____| massimo (€) |_____|

B3. Pensando alla **tipologia prevalente** di **immobili venduti dall'agenzia** nel trimestre **gennaio-marzo 2015**, il prezzo effettivamente ottenuto risulta, rispetto alla prima richiesta del venditore:	**Inferiore** di: ❒ Oltre il 30% ❒ Tra 20% e 30% ❒ Tra 10% e 20% ❒ Tra 5% e 10% ❒ Meno del 5% ❒ **Uguale** (o superiore)

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

B4.1 La classe energetica dell'edificio incide sulla domanda dei potenziali acquirenti di abitazioni nella zona in cui opera l'agenzia? **:**	❑ Mai ❑ Poco o raramente anche da parte di chi acquista abitazioni nuove o ristrutturate ❑ Sempre più frequentemente ❑ Costituisce uno dei fattori importanti per cui la domanda si orienta verso abitazioni nuove o ristrutturate ❑ Altro (specificare:) ❑ _____

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**? :	❑ Mai o raramente ❑ Sempre più frequentemente ❑ È trascurabile l'impatto della classe energetica più elevata sul prezzo, ma i tempi di vendita tendono a diminuire ❑ Per le abitazioni in classe energetica più elevata, l'adeguata considerazione della stessa può far aumentare leggermente il prezzo dell'immobile ❑ Altro (specificare:) ❑ _____

B5. Nel trimestre gennaio-marzo 2015 ritiene che i prezzi di vendita (al mq) **nella zona in cui opera l'agenzia** siano in media, **rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2014**:	❑ In forte diminuzione (oltre il -5%) ❑ In diminuzione (tra -1,1% e -5%) ❑ All'incirca stabile (tra -1% e +1%) ❑ In aumento (tra +1,1% e +5%) ❑ 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.

C1. Pensi alla tipologia di immobili usualmente più venduta dall'agenzia. Come ritiene potranno variare i prezzi (al mq) nel **trimestre aprile-giugno 2015 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2015**?	❑ In forte diminuzione (oltre il -5%) ❑ In diminuzione (tra -1% e -5%) ❑ All'incirca stabile (tra -1% e +1%) ❑ In aumento (tra +1% e +5%) ❑ In forte aumento (oltre il +5%)

	Nel trimestre aprile-giugno 2015 rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente	**Tra 12 mesi rispetto a oggi**
C2. Pensando alla tipologia di immobili usualmente più venduta dall'agenzia, come ritiene potranno variare i prezzi (al mq)?	❑ Oltre il -10% ❑ Tra -5,1% e -10% ❑ Tra -3,1% e -5% ❑ Tra -1,1% e -3% ❑ Tra -1% e +1% ❑ Tra +1,1% e +3% ❑ Tra +3,1% e +5% ❑ Tra +5,1% e +10% ❑ Oltre il 10%	❑ Oltre il -10% ❑ Tra -5,1% e -10% ❑ Tra -3,1% e -5% ❑ Tra -1,1% e -3% ❑ Tra -1% e +1% ❑ Tra +1,1% e +3% ❑ Tra +3,1% e +5% ❑ Tra +5,1% e +10% ❑ Oltre il 10%

C3. Secondo le Sue aspettative, **nel trimestre aprile-giugno 2015** ritiene che il numero dei nuovi incarichi a vendere ricevuti dall'agenzia sarà, **rispetto al trimestre gennaio-marzo 2015**:	❒ Molto inferiore ❒ Inferiore ❒ All'incirca lo stesso ❒ Superiore ❒ Molto superiore
C4. Consideri la situazione del mercato immobiliare **del territorio in cui opera l'agenzia**: come sarà l'andamento nel **trimestre aprile-giugno 2015 rispetto al trimestre gennaio-marzo 2015**?	❒ Peggiore ❒ Uguale ❒ Migliore

	Nel trimestre aprile-giugno 2015:	**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?	❑ Peggiore ❑ Uguale ❑ Migliore	❑ Peggiore ❑ Uguale ❑ 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 2015** la sua agenzia ha locato immobili? ❑ No ❑ Sì

	Rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2014	**Rispetto al trimestre corrispondente dell'anno scorso (gennaio-marzo 2014)**
D2. Nel trimestre gennaio-marzo 2015 il numero di abitazioni **locate** dalla sua agenzia è...	❑ In diminuzione (oltre 10%) ❑ Stabile (tra -10% e + 10%) ❑ In aumento (oltre 10%)	❑ In diminuzione (oltre 10%) ❑ Stabile (tra -10% e + 10%) ❑ In aumento (oltre 10%)

D3. Il numero di **nuovi incarichi a locare** ricevuti dall'agenzia nel corso del trimestre **gennaio-marzo 2015**, rispetto a quelli acquisiti nel trimestre **ottobre-dicembre 2014**, 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 2015, salti alla domanda D9.

D4. Pensando alla tipologia prevalente degli immobili **locati dall'agenzia** nel trimestre **gennaio-marzo 2015** i canoni di locazione risultano in media, **rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2014**:	❑ 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%)
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 2015**, il canone effettivamente ottenuto risulta, rispetto alla prima richiesta del locatore:	**Inferiore** di: ❒ Oltre il 30% ❒ Tra 20% e 30% ❒ Tra 10% e 20% ❒ Tra 5% e 10% ❒ Meno del 5% ❒ **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 2015 rispetto al trimestre gennaio-marzo 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%)

Se l'agenzia ha locato immobili nel trimestre gennaio-marzo 2015, l'intervista è terminata.

D9. Nel **trimestre gennaio-marzo 2015** ritiene che i canoni di locazione, nella zona in cui opera l'agenzia, siano in media, **rispetto al trimestre ottobre-dicembre 2014**:	❑ 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 -