

## COMUNICATO STAMPA

### INDAGINE 2024 - LE FAMIGLIE ITALIANE E IL MERCATO IMMOBILIARE

#### TRANSAZIONI EFFETTUATE

a cura del Centro Studi sull'Economia Immobiliare - CSEI **Tecnoborsa**

Roma 2 luglio 2024

**Le famiglie italiane e il mercato immobiliare è l'Indagine periodica** con cui **Tecnoborsa** offre una analisi del mercato immobiliare italiano, soffermandosi sulla domanda e sulla offerta da parte delle famiglie rispetto ai dati di quanto avvenuto nel biennio che si è concluso.

La nostra indagine si basa su un campione costituito **da circa 2.100 famiglie** e viene effettuata ad annualità alternate su nuclei distribuiti nei principali 54 comuni del territorio nazionale e nelle sei grandi città. Si tratta di un percorso esplorativo che può contare su una importante serie storica.

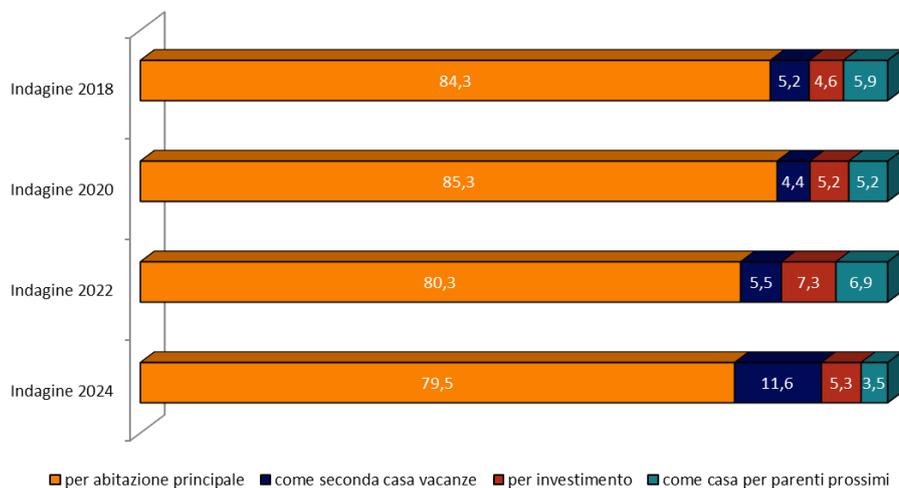
**Anticipiamo di seguito alcuni dei risultati riferiti all'andamento delle transazioni, in attesa di presentare il rapporto integrale che offrirà uno spaccato unico, grazie all'archivio ventennale disponibile, dell'evoluzione del rapporto tra le famiglie ed il mercato residenziale nel nostro Paese.**

#### I principali risultati

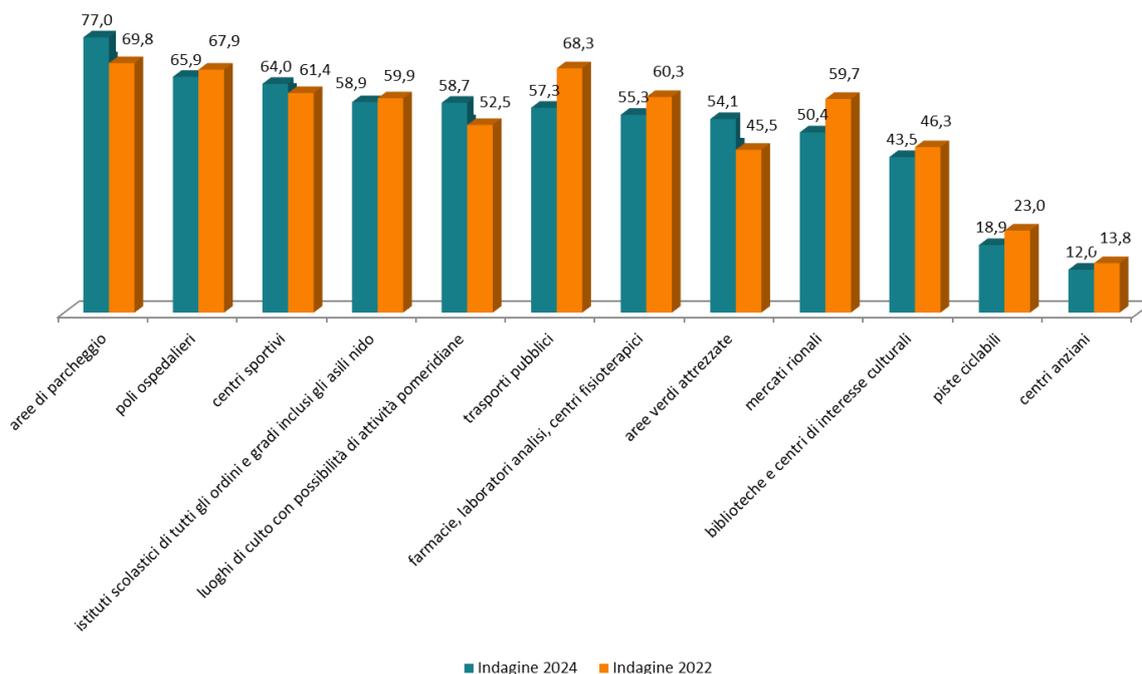
##### ***Le transazioni immobiliari effettuate nel biennio 2022-2023***

**Nel biennio 2022-2023 il 7,9% delle famiglie italiane intervistate ha dichiarato di aver acquistato un'abitazione dato percentuale rimasto invariato rispetto al biennio precedente.**

Per quanto concerne le **motivazioni** che hanno spinto gli italiani a comprare una casa, come sempre **al primo posto c'è l'acquisto dell'abitazione principale (79,5%)**, valore leggermente in calo rispetto a quanto rilevato precedentemente; **al secondo posto ma con un trend crescente, si posizionano quanti hanno acquistato una casa per le vacanze (11,6%)**; a seguire, ci sono coloro che hanno acquistato una casa **per investire i propri risparmi (5,3%)** con un valore che è sceso di 2 punti percentuali rispetto a quanto rilevato nel 2022; infine, all'ultimo posto vi sono coloro che hanno acquistato una casa per parenti prossimi (3,5%) che scende di ben 3,4 p.p.

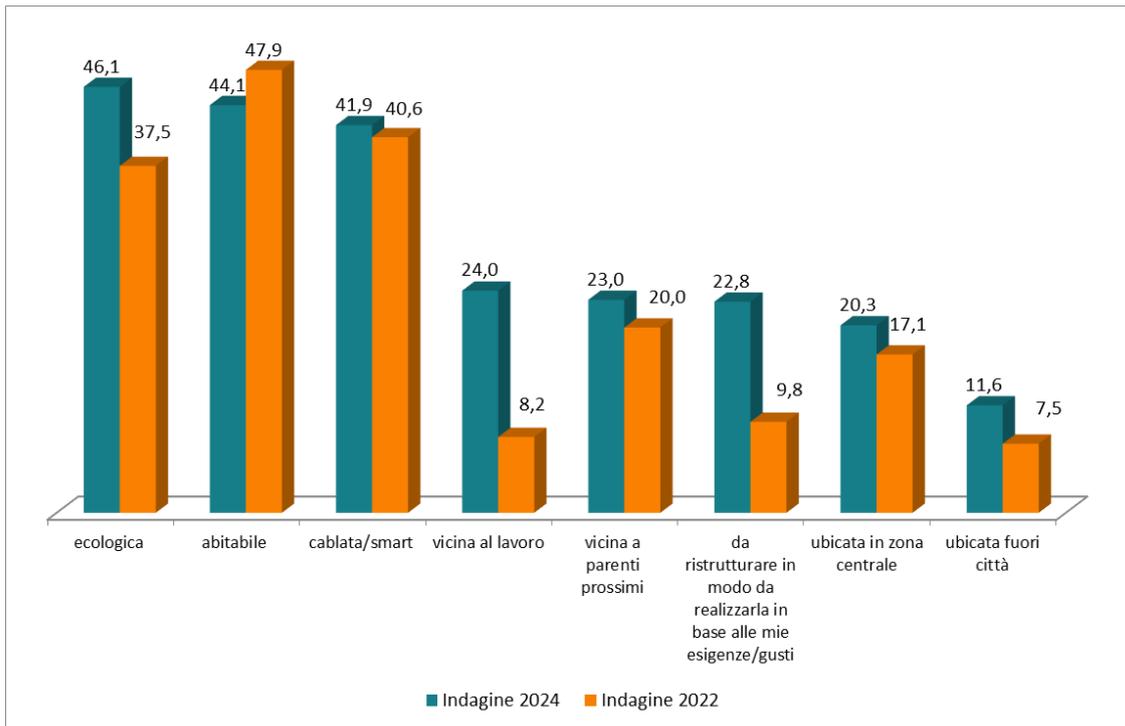


Se ci soffermiamo ad analizzare **quali servizi e/o collegamenti, presenti nella zona in cui è stata acquistata l'abitazione, hanno influenzato maggiormente la scelta degli acquirenti**, si riscontra che **al primo posto c'è la presenza di aree di parcheggio, caratteristica ritenuta indispensabile dal 77% delle famiglie intervistate, con un dato in crescita di ben 10,1 punti percentuali rispetto alla rilevazione precedente**; al secondo posto anche se in calo rispetto alla rilevazione precedente, continua a figurare **la presenza di poli ospedalieri (65,9%) e al terzo quella di centri sportivi (64%)**.

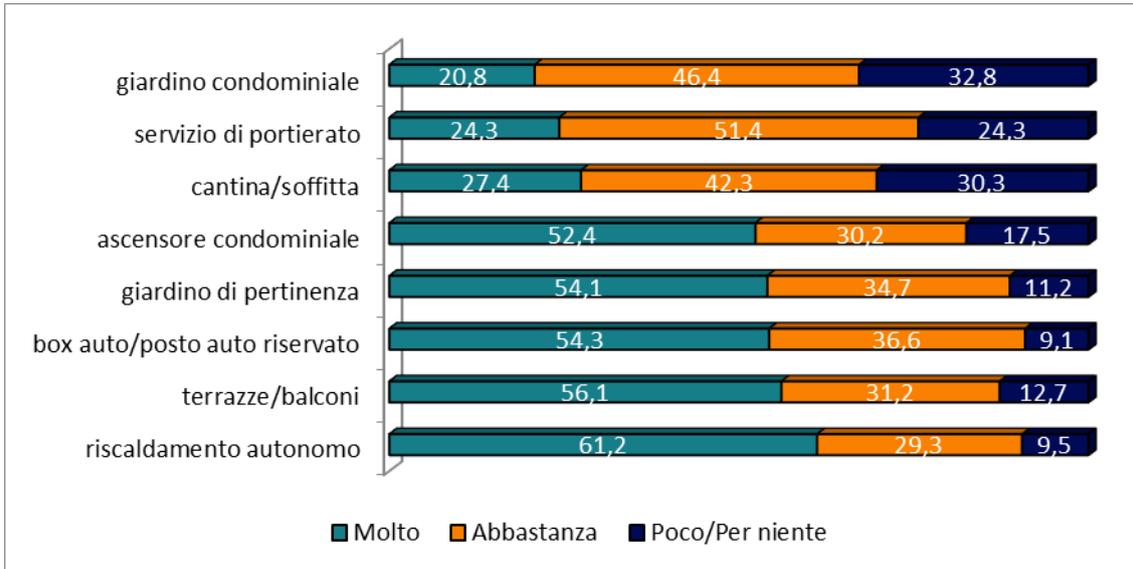


Andando ad analizzare **le caratteristiche dell'immobile che hanno determinato in modo significativo la scelta del bene acquistato** è emerso che **il 46,1% delle famiglie ha optato per una casa ecologica per una abitazione cioè dotata di tutti quei servizi che permettono di abbattere notevolmente i costi energetici; il dato è probabilmente influenzato dalla politica bancaria che agevola l'acquisto di tale genere di immobili, aprendo nuove opportunità per chi desidera investire in immobili di classe energetica elevata A, B o C; al di là del tipo di dotazione,**

il 44,1% ha preferito acquistare case già abitabili per non affrontare tempi e costi di una ristrutturazione a fronte del 22,8% che ha preferito una casa da ristrutturare per poterla adattare alle proprie esigenze; il 41,9% ha optato per abitazioni cablate/smart; per il 24% è stata importante la vicinanza al lavoro e per il 23% a parenti prossimi; per il 20,3% ha pesato l'ubicazione in una zona centrale; e solo l'11,6% ha optato per una casa situata fuori città.



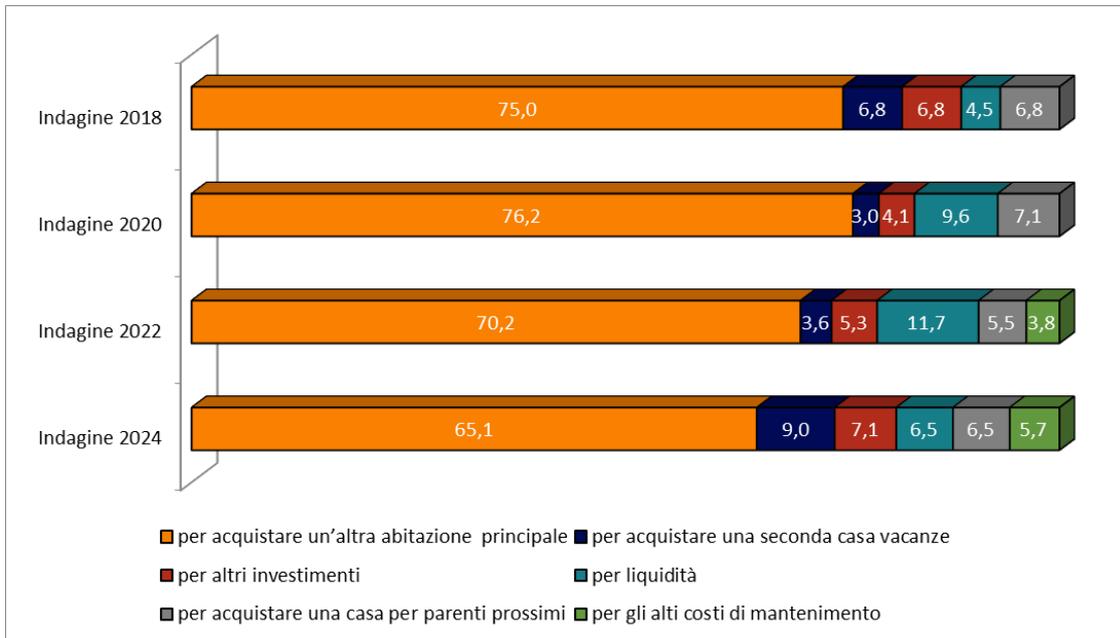
Concentrandoci sulle dotazioni che hanno influenzato l'acquisto della abitazione, per il 61,2% è stato determinante poter gestire in autonomia il proprio impianto di riscaldamento, per il 56,1% la possibilità di poter disporre di terrazzi, per il 54,3% l'opportunità di avere un box e/o un posto auto, per il 54,1% la presenza di un giardino di pertinenza per il 52,4% ha pesato molto la presenza dell'ascensore; con un notevole distacco seguono la presenza di cantine e/o soffitte, il servizio di portierato e il giardino condominiale.



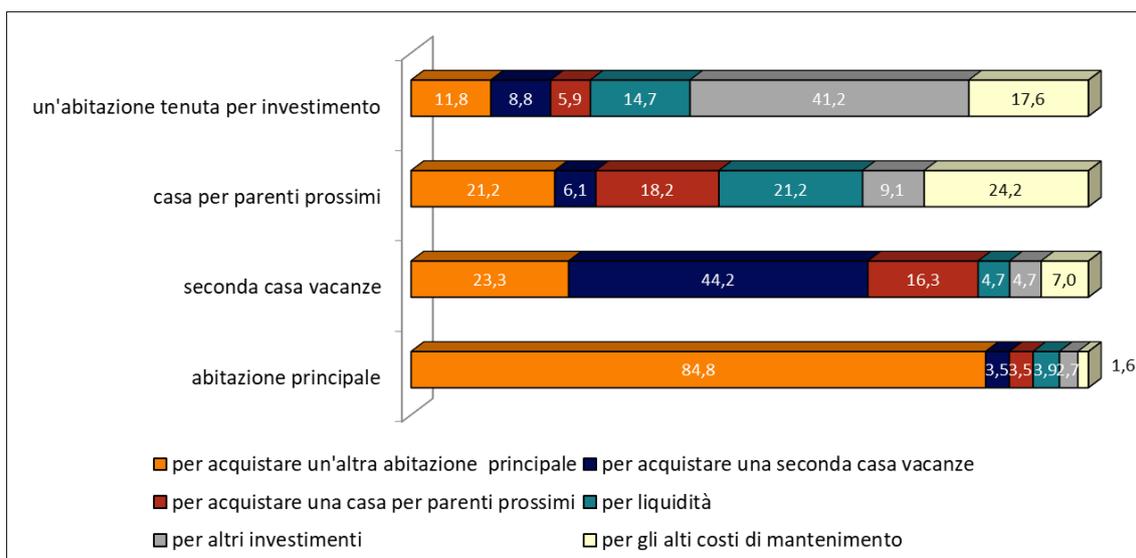
Per quanto riguarda invece l’offerta di immobili, il **6,5%** delle **famiglie intervistate ha venduto un’abitazione nel biennio 2022-2023**. Il dato, come sempre, è inferiore a quello evidenziato per gli acquisti e si spiega con il fatto che tra le famiglie intervistate vi sono coloro che hanno acquistato delle abitazioni nuove e, quindi, si sono rivolti direttamente ai costruttori.

**Le vendite avvenute hanno riguardato soprattutto le abitazioni principali (70,0%),** seguite da **quelle per vacanze (11,7%),** da quelle tenute per investimento (9,3%) e da quelle destinate ai parenti prossimi (9,0%).

**La motivazione predominante che induce alla vendita di un’abitazione risulta essere di gran lunga la realizzazione del desiderio di cambiare la propria abitazione principale (65,1%),** seguita, a distanza, dal **desiderio di acquistare una casa da tenere a disposizione della famiglia per andare in vacanza (9,0%);** al terzo posto c’è chi ha venduto un immobile per acquistare un’abitazione per fare altri investimenti (7,1%); al quarto, a parità di punteggio, c’è chi ha ceduto un immobile per bisogno di liquidità o per acquistare un’abitazione per parenti prossimi (6,5%); infine, c’è chi ha dichiarato di aver venduto a causa degli alti costi da sostenere per mantenere l’immobile (5,7%).



**Dall'incrocio fra il tipo di abitazione venduta e il motivo della vendita è emerso che l'84,8% di coloro che hanno venduto un'abitazione principale, lo ha fatto per acquistare un'altra abitazione principale; chi ha ceduto una casa per le vacanze lo ha fatto principalmente per acquistarne un'altra con la stessa destinazione d'uso;** le case destinate a parenti prossimi sono state vendute prevalentemente perché i costi di mantenimento erano troppo alti e per necessità; mentre quelle che erano tenute dalla famiglie come forma d'investimento sono state liquidate per reinvestire i ricavi in altre soluzioni.



Sul fronte delle locazioni è emerso che nel biennio 2022-2023 il 5,6% delle famiglie intervistate ha preso in affitto e il 5,4% ha dato in affitto un'abitazione per un lungo periodo. Agli intervistati è stato anche chiesto se avessero delle case da concedere in locazione e il 15% ha risposto affermativamente, in particolare, il 10,4% ha affermato di averle affittate e il 4,6% di non essere disposto a immetterle sul mercato.

Andando ad indagare sulle motivazioni che spingono una famiglia a non affittare una seconda casa è emerso che il 62,1% non lo fa perché non si sente supportato nella scelta dell'affittuario; il 28,4% ritiene che il margine di redditività sia basso e che quindi i rischi e l'impegno che occorre nel gestire la situazione non vengano adeguatamente ricompensati; infine, il 9,5% non vuole farlo perché non si sente garantito dalla normativa vigente in caso di inadempienza e/o danneggiamenti subiti da un eventuale inquilino.