

Report a cura del dipartimento Research & Data Intelligence
di Patrigest - Gruppo Gabetti

“GLI ITALIANI E LA CASA TRA FABBISOGNI E REALTÀ”

IN ITALIA LA CASA È CUORE E FAMIGLIA: 3 FAMIGLIE SU 4 SONO PROPRIETARIE.

IL SOGNO DI POSSEDERE UN’ABITAZIONE RESISTE TRA MUTUI IN AUMENTO, NUOVI COSTI E OFFERTA NON ALLINEATA: VINCE LA SOLIDITÀ DELLA CULTURA PROPRIETARIA ITALIANA.

- In Italia **oltre tre famiglie su quattro (75,9%) vivono in una casa di proprietà**, una percentuale nettamente superiore alla **media europea del 68,4%**.
- **Quasi la metà della ricchezza degli italiani è rappresentata dal patrimonio abitativo, con una percentuale del 47%** rispetto al 45% di attività finanziarie e all’8% di attività non finanziarie.
- Tra gli **ostacoli principali** al cambiamento emergono le **difficoltà economiche (61%)** e il **livello elevato dei prezzi e dei canoni di mercato (51%)**, ma anche elementi più immateriali: **incertezze sul futuro (26%)**, **legami affettivi con la casa o con il quartiere (18%)** e **vincoli familiari o lavorativi (14%)**.

La casa, per gli italiani, è molto più di uno spazio fisico: è il cuore della vita familiare, un rifugio che rappresenta sicurezza, intimità e benessere. È quanto emerge dal nuovo report **“Gli italiani e la casa tra fabbisogni e realtà”** edito dal **dipartimento Research & Data Intelligence di Patrigest**, società del **Gruppo Gabetti** specializzata in research, advisory e valuation che indaga il valore simbolico e personale dell’abitare, il livello di soddisfazione per la propria situazione abitativa e le prospettive future in tema di cambi casa, nuove costruzioni e nuove forme di residenzialità. Alla base dello studio vi è un’indagine campionaria condotta a ottobre 2025 su 1.200 residenti in Italia con un’età compresa tra i 25 e i 74 anni.

*“Dalla ricerca emerge una relazione profonda e identitaria con la casa, vissuta come luogo di stabilità emotiva e relazionale, soprattutto tra le donne. Per la maggior parte degli intervistati famiglia è la parola che meglio descrive il concetto di casa, che tende a rafforzarsi tra gli uomini e all’avanzare dell’età – spiega **Luca Dondi dall’Orologio, amministratore delegato di Patrigest** – Pur prevalendo una percezione complessivamente positiva della propria condizione abitativa, permangono criticità legate a costi di gestione, isolamento termico e acustico e standard di sicurezza. Il desiderio di cambiare casa divide gli italiani quasi a metà: chi sogna di trasferirsi e chi, per ragioni economiche o di stabilità, preferisce restare. L’acquisto resta l’obiettivo prevalente, con la casa di nuova costruzione che rappresenta l’ideale abitativo per efficienza, comfort e sicurezza, anche se la disponibilità a spendere di più rimane limitata”.*

Inoltre, il report evidenzia come le soluzioni abitative alternative – dall’affordable housing allo student housing – non sono ancora pienamente comprese dalla popolazione e, sebbene suscitino un interesse crescente, risultano ancora poco diffuse, segno di un potenziale in larga parte inespresso nel panorama abitativo nazionale.

UN PAESE DI (PICCOLI E MEDI) PROPRIETARI

In Italia **oltre tre famiglie su quattro (75,9%) vivono in una casa di proprietà**, una percentuale nettamente superiore alla **media europea del 68,4%**. Questo dato riflette la persistenza di una cultura della stabilità e dell'investimento immobiliare, che continua a influenzare le scelte abitative, soprattutto tra le generazioni più adulte.

Nonostante le nuove sfide economiche, ambientali e sociali, la casa di proprietà resta per gli italiani il principale simbolo di **autonomia, sicurezza e realizzazione personale**: un'eredità culturale che continua a definire l'identità abitativa del Paese. Identità che rimane costante tra le generazioni dai 34 anni ai 74 anni, mentre per la fascia di età 25/34 anni il valore attribuito è moderatamente inferiore, condizionato da uno stile di vita non ancora focalizzato sulla famiglia.

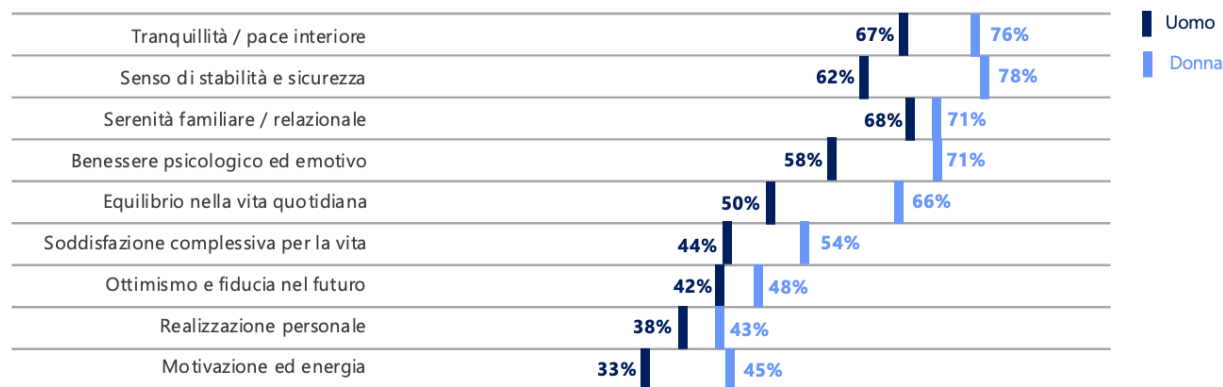
Quasi la metà della ricchezza degli italiani è rappresentata dal patrimonio abitativo, con una percentuale del 47% rispetto al 45% di attività finanziarie e un 8% di attività non finanziarie.

"Alla solidità della cultura proprietaria italiana ha contribuito, nel tempo, anche la percezione dell'investimento immobiliare come un bene stabile, capace di mantenere il proprio valore nel lungo periodo, pur attraversando fasi cicliche e oscillazioni anche significative. Il mercato mostra come l'investimento immobiliare non garantisce automaticamente una rivalutazione nel tempo. Il momento in cui si compra o si vende una casa può fare la differenza, confermandosi un fattore decisivo per la buona riuscita dell'investimento. Tuttavia, la percezione di ricchezza associata alla proprietà immobiliare non coincide sempre con una reale disponibilità di liquidità. L'impossibilità di un rapido smobilizzo dell'investimento non ha però rappresentato, nel tempo, un deterrente: le famiglie italiane continuano a considerare l'acquisto della casa una priorità, una scelta di lungo periodo che unisce razionalità economica e valore simbolico, più che ricerca di rendimento immediato" specifica Dondi.

VALORE SIMBOLICO E PERSONALE DELLA CASA

Il legame tra casa e dimensione affettiva rimane uno dei tratti più profondi e distintivi dell'identità italiana. Dall'indagine emerge come la casa non sia percepita solo come luogo fisico o funzionale, ma soprattutto come **spazio emotivo e relazionale**, centro della vita familiare e rifugio della sfera personale.

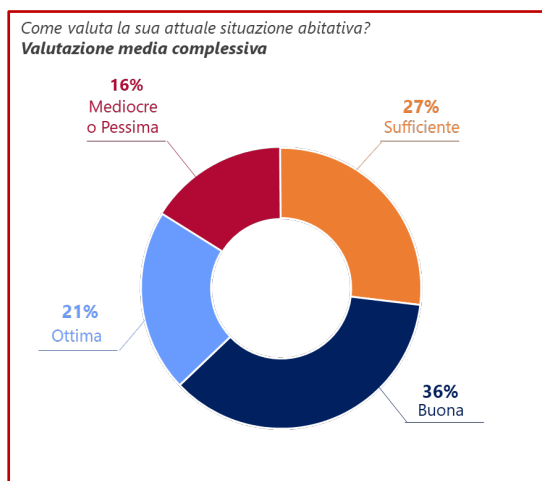
In che misura la casa sostiene e/o condiziona i seguenti aspetti della sua vita personale? In maniera determinante



Per la **maggioranza assoluta degli intervistati (62%)**, la parola che meglio descrive il concetto di casa è **"famiglia"**: un binomio radicato e trasversale, capace di superare differenze di età, genere e condizione sociale, ma che tende a rafforzarsi con l'età e tra gli uomini. Accanto al valore affettivo, la casa assume anche un **significato simbolico più ampio**, legato alla sicurezza, all'intimità, al comfort e alla protezione – elementi che prevalgono rispetto a quelli di memoria o appartenenza. La casa viene associata all'intimità e al comfort più per gli uomini che per le donne, le quali invece l'associano più frequentemente a un senso di protezione e di calore. Le immagini più evocative associate alla casa restano quelle di un **camino acceso** e di un **divano comodo**, simboli di calore, intimità e serenità quotidiana.

La dimensione abitativa si conferma inoltre come un **fattore chiave del benessere psicologico**: tre italiani su quattro (72%) dichiarano che la propria casa influisce sullo stato d'animo, sul senso di stabilità e sicurezza (70%), ma anche sulla capacità di affrontare con fiducia il futuro (45%). Un effetto che risulta **più marcato tra le donne**, per le quali la casa rappresenta un punto di equilibrio emotivo e di serenità personale ancora più centrale rispetto agli uomini.

SODDISFAZIONE PER L'ATTUALE SITUAZIONE ABITATIVA



La fotografia del benessere abitativo in Italia restituisce un quadro nel complesso positivo, ma al tempo stesso frammentato e segnato da profonde disuguaglianze. L'indagine rivela infatti che **quattro italiani su cinque (84%)** esprimono una valutazione almeno sufficiente della propria situazione abitativa, ma **il disagio resta tutt'altro che marginale**, soprattutto tra le famiglie meno abbienti, chi vive in appartamento o in spazi ridotti e nelle aree metropolitane.

La **luminosità degli ambienti** è l'aspetto più apprezzato (31%), seguita dagli spazi esterni e interni (29%) e dalle dotazioni tecnologiche di base (24%). Tuttavia, i giudizi peggiori riguardano **l'isolamento termico e acustico (28%)**, indicato come principale criticità da un quarto degli intervistati, insieme ai **costi di gestione** (18%) e ai livelli di sicurezza (18%).

Il concetto di benessere abitativo, per la quasi totalità degli italiani, **va oltre le mura domestiche**: il contesto urbano e il quartiere in cui si vive sono percepiti come fattori che amplificano il comfort e la qualità della vita, piuttosto che come elementi di disturbo. Anche in questo caso, però, le differenze economiche restano determinanti nel definire la percezione complessiva. Si rileva infatti una prevalenza di risposte in senso negativo dalla fascia meno benestante della popolazione, più probabilmente concentrata nelle periferie.

Come valuta la sua attuale situazione abitativa
In relazione a ciascuno dei seguenti aspetti?

Top5 giudizio ottimo

Luminosità degli ambienti	31%
Spazi esterni	29%
Spazio interno	27%
Dotazioni tecnologiche	24%
Impianti di base	23%

Top5 giudizio mediocre o pessimo

Isolamento acustico	28%
Isolamento termico	24%
Sicurezza	18%
Costi di gestione	18%
Dotazioni tecnologiche	15%

Pur prevalendo un generale senso di equilibrio, si tratta di una **stabilità talvolta fragile**. Guardando al futuro, su un orizzonte di 3/5 anni, cresce, infatti, la quota di chi teme che la propria casa non sarà più in grado di

rispondere adeguatamente alle esigenze personali e familiari (passando dal 3 al 15%) soprattutto tra chi già oggi vive in spazi contenuti o già sperimenta condizioni di insoddisfazione abitativa.

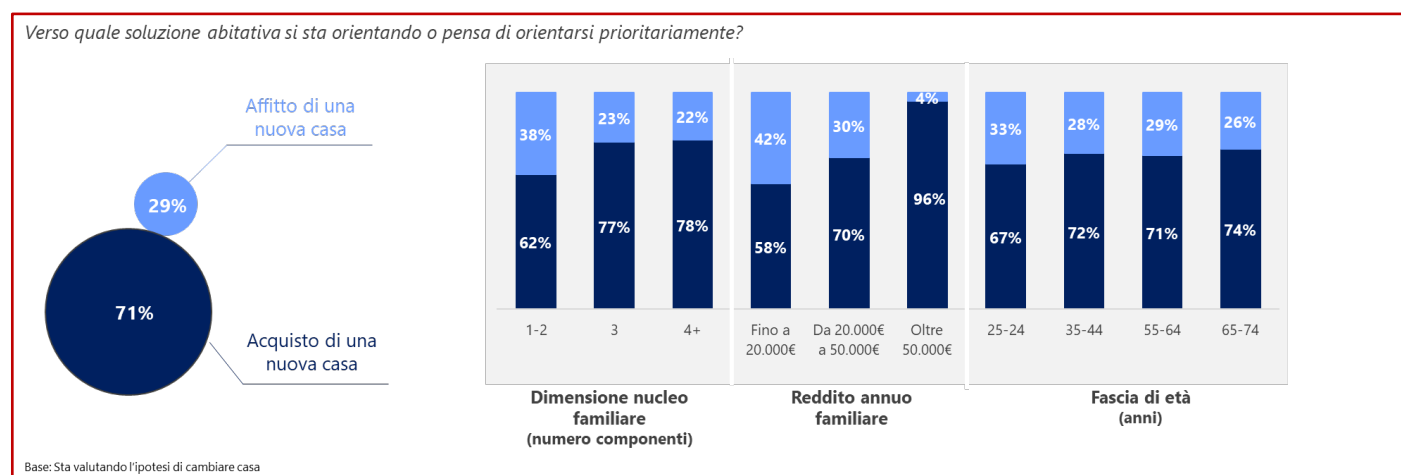
PROPENSIONE A CAMBIARE CASA

L'indagine fotografa un'Italia abitativa in movimento, ma anche attraversata da contraddizioni. Se la soddisfazione per la casa attuale risulta complessivamente buona, il desiderio di cambiare o migliorare la propria condizione divide gli italiani in due gruppi pressoché equivalenti: da un lato chi **è intenzionato a trasferirsi** o vorrebbe farlo ma non si sente nelle condizioni economiche o pratiche per riuscirci; dall'altro chi **non manifesta alcun interesse** o possibilità di cambiamento, perché appagato o vincolato da fattori esterni.

Nel complesso, **uno su quattro** dichiara di voler cambiare casa nel prossimo futuro (27%). La propensione al cambiamento cresce sensibilmente tra chi oggi si dice insoddisfatto della propria abitazione, vive in spazi ridotti o ritiene che la casa attuale non sarà in grado di rispondere alle esigenze familiari future.

Tra gli **ostacoli principali** al cambiamento emergono le difficoltà economiche (61%) e il livello elevato dei prezzi e dei canoni (51%), ma anche elementi più immateriali: incertezze sul futuro (26%), legami affettivi con la casa o con il quartiere (18%) e vincoli familiari o lavorativi (14%). A queste si aggiungono la **scarsa accessibilità al credito** (13%) e la percezione di un'offerta immobiliare non sempre in linea con i bisogni reali delle famiglie (20%).

Nonostante tutto, l'**acquisto** rimane l'obiettivo ideale per la grande maggioranza di chi cerca una nuova casa: **tre italiani su quattro** (71%) preferirebbero comprare piuttosto che affittare. Una scelta fortemente correlata al reddito e alla dimensione del nucleo familiare, fino a diventare quasi universale tra chi dispone di risorse più elevate.



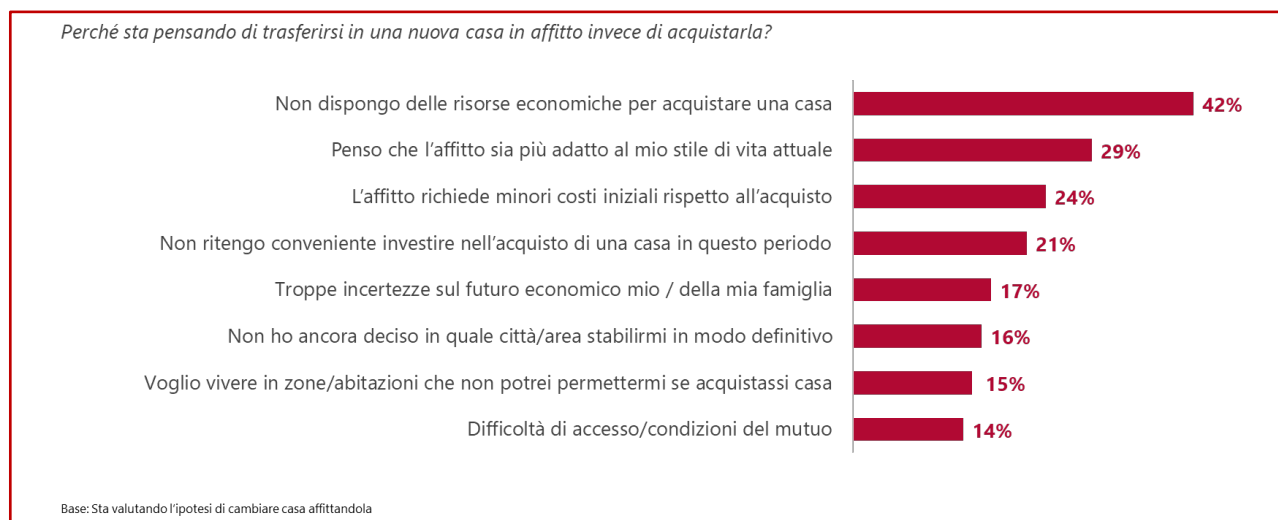
La **mobilità abitativa** resta però tendenzialmente "a senso unico": chi vive in una casa di proprietà tende a confermare questa condizione nella prossima abitazione (86%), mentre chi è in affitto è perlopiù orientato a rimanere nel mercato locativo (59%), pur cercando una soluzione più stabile e confortevole, sebbene il restante 41% valuterebbe con favore l'acquisto.

CHI SCEGLIE LA LOCAZIONE

Dall'analisi dei titoli di godimento delle famiglie italiane, emerge chiaramente come a prediligere la locazione siano soprattutto single (31%), genitori single (25%) e coppie senza figli (18%) o con figli piccoli (22%), a conferma che ci sia un tema generazionale unito sia alla difficoltà di accesso all'acquisto della casa, che all'esigenza di flessibilità. Nel 2024 si è registrato un **incremento del +2,3% dei nuovi contratti di locazione** rispetto al 2023, pari complessivamente a **762.539 contratti** (+7,7% sul 2018). A trainare il mercato è stato il segmento **transitorio** (30% del totale), seguito dal **lungo termine** (27%), dal **canone concordato** (25%) e dai **contratti per studenti** (18%). Circa il **31%** dei nuovi contratti ha riguardato **porzioni di abitazione**, confermando il crescente peso delle soluzioni condivise.

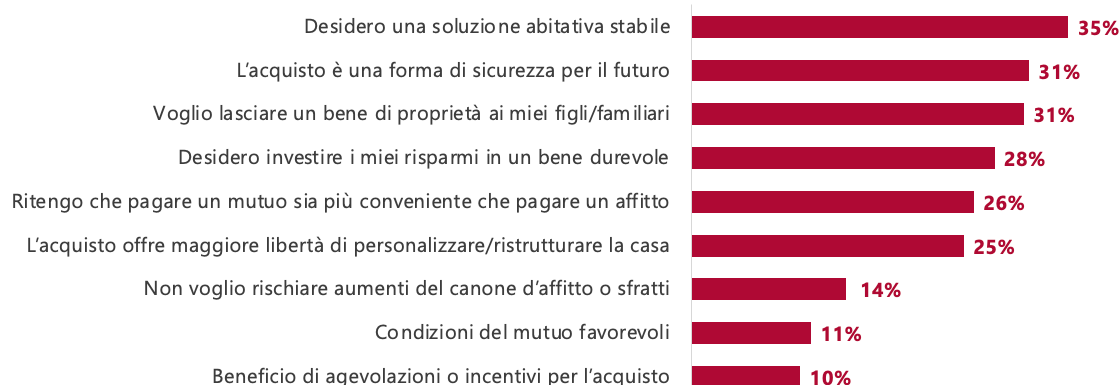
La crescita si è ulteriormente consolidata nel **primo semestre 2025** (+1,2% rispetto allo stesso periodo del 2024).

Dietro la scelta dell'affitto si celano **ragioni prevalentemente economiche**: la locazione rappresenta spesso un'alternativa obbligata per chi non dispone delle risorse necessarie all'acquisto o non riesce ad accedere al credito. Tuttavia, in una minoranza crescente di casi, l'affitto è anche una **scelta di stile di vita**, legata al desiderio di indipendenza, alla mobilità professionale o all'incertezza verso il futuro.



Diversa la logica che guida l'**acquisto**: chi è orientato a comprare una nuova casa lo fa spinto da motivazioni di lungo periodo – **stabilità, sicurezza e investimento** – ma anche dal valore simbolico attribuito alla proprietà, vista come bene durevole da tramandare ai figli e alle generazioni future.

Perché sta pensando di acquistare una nuova casa invece di prenderla in affitto?



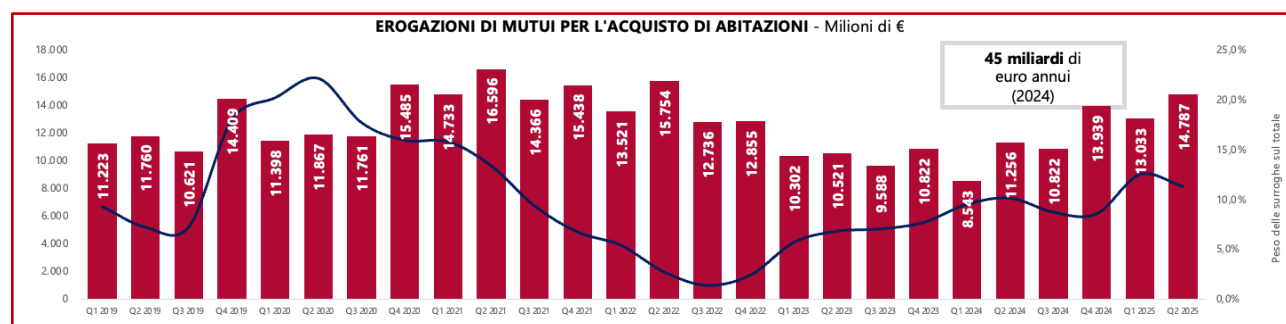
Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa acquistandola

La maggioranza assoluta di chi sta pensando di cambiare casa acquistandola prevede di ricorrere a un mutuo (68%). Una scelta diffusa e particolarmente frequente tra chi vive nei grandi centri urbani ed è già attivamente alla ricerca di una nuova abitazione in cui andare a vivere, ha un reddito familiare annuo compreso tra i 20.000€ e i 50.000€ o ha tra i 35 e i 44 anni.

INTENZIONI DI ACQUISTO: IL FASCINO SENZA TEMPO DELLA PROPRIETÀ

Nonostante le difficoltà del contesto economico e creditizio, il **desiderio di possedere una casa di proprietà** continua a rappresentare per gli italiani un **obiettivo centrale e senza tempo**. L'acquisto rimane, nell'immaginario collettivo, la strada privilegiata per migliorare la propria condizione abitativa, garantire stabilità alla famiglia e costruire un patrimonio da tramandare.

Tuttavia, la **realizzazione concreta di questo desiderio** passa oggi per un percorso più complesso, che vede nel **sistema bancario** un attore chiave. L'accesso al credito risulta infatti sempre più selettivo, frutto di una maggiore prudenza da parte degli istituti, che valutano con attenzione non solo le garanzie ipotecarie, ma anche la **sostenibilità complessiva del debito** nel medio-lungo periodo.



L'aumento dei **tassi di interesse** registrato negli ultimi anni ha avuto un impatto diretto sul mercato, **raffreddando la dinamica delle transazioni** e rallentando la propensione all'acquisto, soprattutto tra le fasce più giovani e meno abbienti. In parallelo, la **perdita di potere d'acquisto** delle famiglie e la **crescita dei valori immobiliari** hanno accresciuto la dipendenza del comparto dalle condizioni del sistema creditizio, rendendo la casa un bene sempre più desiderato ma, per molti, meno accessibile.

Resta, nondimeno, intatto il **fascino della proprietà**: un traguardo che continua a incarnare l'idea di sicurezza, autonomia e radicamento, elementi che da sempre definiscono il rapporto tra gli italiani e la loro abitazione.

DOMANDA DI MUTUI: TREND E DINAMICHE DEGLI ULTIMI TRE ANNI

	Q3 2023	Q3 2024	Q3 2025*
Classi di importo (€)	%	%	%
≤ 100.000	39,7%	34,9%	28,3%
da 100.001 a 150.000	38,3%	36,5%	38,5%
da 150.001 a 200.000	12,4%	18,1%	20,5%
> 200.000	9,4%	10,6%	12,8%
n.d.	0,2%	0,0%	0,0%
Totale complessivo	100%	100%	100%

*Vengono prese in considerazione le pratiche con esito positivo
Fonte: Research & Data Intelligence - Patrigest su dati e campione Monety

	Q3 2023	Q3 2024	Q3 2025*
Ticket medio	122.840 €	132.530 €	141.500 €

Il mercato dei mutui per l'acquisto di abitazioni continua a mostrare segnali di dinamismo, pur in un contesto di crescente attenzione del sistema bancario e di tassi di interesse più elevati. Secondo i dati Monety, nel **terzo trimestre del 2025 il ticket medio**

delle richieste di mutuo è stato di **141.500 €**, in aumento di circa 9.000 € rispetto ai trimestri corrispondenti degli anni precedenti.

Analizzando le classi di importo, emerge un calo delle richieste al di sotto dei 100.000 € (28,3% del totale rispetto al 34,9% del Q3 2024), mentre crescono le fasce comprese tra **100.001 e 150.000 €** (38,5%) e quelle tra **150.001 e 200.000 €** (20,5%). Anche le richieste superiori a 200.000 € registrano un aumento, arrivando a rappresentare il 12,8% del totale.

La durata più richiesta rimane compresa tra **25 e 30 anni**, rappresentando il 63,2% delle richieste, in aumento del +9,5% rispetto al Q3 2024.

Per quanto riguarda la **tipologia di tasso**, i mutui a **tasso fisso** hanno guadagnato una netta predominanza, passando dal 75,2% nel Q3 2023 al 98,8% nel Q3 2025, a conferma di una scelta orientata alla stabilità e alla prevedibilità dei costi nel tempo.

Infine, la motivazione principale per richiedere un mutuo resta l'**acquisto della prima casa** (87,1% nel Q3 2025), pur registrando un leggero calo rispetto al 89,4% del Q3 2023. Parallelamente cresce l'interesse per l'**acquisto di una seconda abitazione**, passato dall'1,7% al 2,8%, segnale di una domanda più diversificata e orientata anche all'investimento immobiliare.

In quattro casi su cinque (83%), chi sta valutando l'acquisto di una nuova casa pensa di affidarsi a un'agenzia immobiliare piuttosto che procedere autonomamente, facendosi guidare dalla reputazione del Brand per scegliere a chi rivolgersi, considerato dai più come principale fattore di scelta o elemento comunque rilevante, sebbene non decisivo.

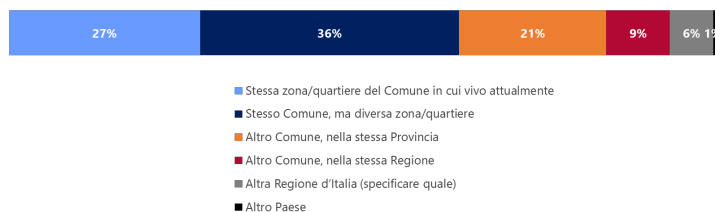
Chi sta valutando l'idea di cambiare casa, sia tra i proattivi, sia tra i potenziali, tende a circoscrivere la ricerca entro i confini del comune di residenza, spesso limitandosi alla stessa zona o quartiere (27%), ma non disdegna di valutare anche soluzioni in altro comune; pur rimanendo limitata se associata a trasferimenti in altre provincie o regioni d'Italia, e tende a ridursi nelle aree del centro Italia e del Mezzogiorno e nelle grandi aree urbane.

Quanto contano (o conteranno) i seguenti fattori sulla ricerca / scelta della nuova casa?

Fattori relativi all'abitazione

Prezzo di acquisto*	64%
Canone di affitto**	52%
Luminosità	51%
Stato di manutenzione/condizioni generali	47%
Disposizione interna degli spazi	44%
Presenza di spazi esterni	43%
Sicurezza	43%
Classe / efficienza energetica	42%
Dimensione / metratura	39%
Spazi di servizio	38%
Qualità dei materiali e delle finiture	33%
Abitazione nuova o costruita di recente	32%
Dotazioni tecnologiche (es. domotica)	20%

Dove sta cercando una nuova casa in cui trasferirsi?



Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa, sia affittandola che acquistandola

La spinta verso l'hinterland e i comuni di cintura che si è registrata negli ultimi anni, conferma la centralità dell'aspetto economico. Se da un lato si predilige il proprio Comune, dall'altro si è disposti a cambiare Comune alla ricerca di maggiore accessibilità economica.

Le aspettative sulle caratteristiche dell'abitazione sono elevate e molto eterogenee. Sebbene il costo dell'immobile o del canone di affitto sia il fattore più considerato, esso detiene un primato relativo: chi cerca casa valuta con pari attenzione anche la disposizione e la metratura degli spazi interni, le condizioni strutturali (manutenzione, classe energetica) e la presenza di spazi esterni e servizi aggiuntivi.

Il quadro complessivo è quindi quello di un mercato di ricerca complesso e articolato, dove **nessuna caratteristica spicca nettamente sulle altre**, ma le priorità variano significativamente in base al profilo socioeconomico e familiare di chi cerca.

LA ZONA E IL QUARTIERE IDEALE: SICUREZZA, VIVIBILITÀ E SERVIZI

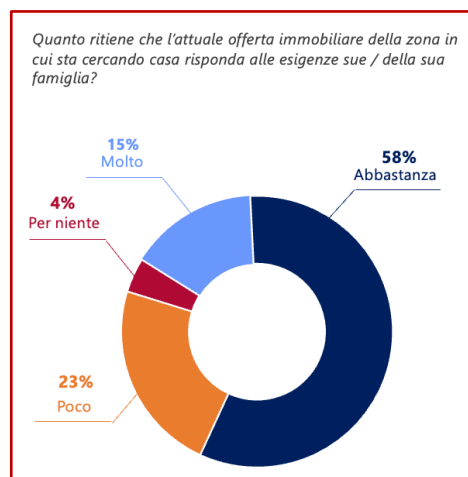
Quanto contano (o conteranno) i seguenti fattori sulla ricerca / scelta della nuova casa?

Fattori relativi alla zona / quartiere

Sicurezza e vivibilità	60%
Viabilità / traffico / parcheggi	37%
Raggiungibilità con i mezzi pubblici	36%
Presenza di aree verdi / parchi pubblici	36%
Presenza di negozi e servizi commerciali	33%
Vicinanza a strutture sanitarie e assistenziali	29%
Vicinanza al luogo abituale di lavoro / studio	28%
Vicinanza a scuole e servizi per l'infanzia	25%
Vicinanza a familiari / parenti / amici	24%
Presenza di impianti sportivi	20%
Area soggetta a riqualificazione urbana	20%
Offerta di servizi culturali	19%

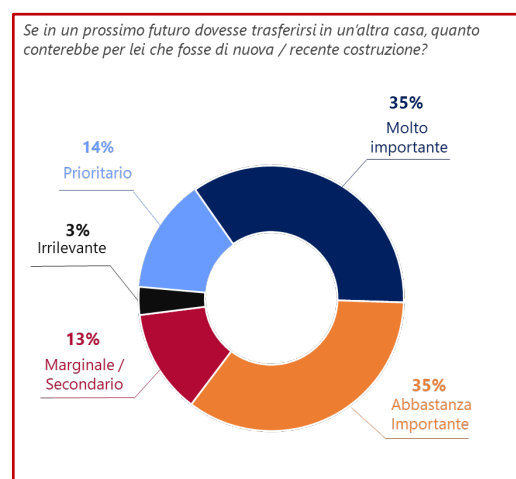
Chi cerca casa non valuta solo le caratteristiche dell'abitazione, ma attribuisce un peso fondamentale anche alla **zona o al quartiere** in cui intende trasferirsi. Tra le preferenze espresse dagli italiani, **sicurezza e vivibilità** emergono come priorità assolute, con un ampio margine rispetto ad altri fattori. Particolare attenzione viene rivolta alla **mobilità** (viabilità, traffico, parcheggi, accessibilità con i mezzi pubblici), alla presenza di **aree verdi** e di **servizi commerciali**, mentre altri aspetti, pur meno centrali, non risultano trascurabili.

Tuttavia, nella maggior parte dei casi, **l'offerta immobiliare disponibile non rispecchia pienamente le aspettative** di chi sta cercando casa. Solo **un intervistato su dieci** ritiene che l'offerta attuale soddisfi completamente le esigenze personali e familiari; la maggioranza la giudica adeguata solo in parte, mentre una quota significativa percepisce un disallineamento marcato tra domanda e mercato. Alla radice del problema vi sono **diversi fattori**, tra cui **prezzi di acquisto e affitto giudicati eccessivi**, scarsa disponibilità di immobili con le caratteristiche desiderate, condizioni generali degli edifici, dimensioni e tipologie, mentre gli aspetti legati alla zona o al quartiere (servizi, infrastrutture, sicurezza, vivibilità) risultano meno critici ma comunque rilevanti.



Il confronto tra domanda e offerta evidenzia **uno squilibrio strutturale anche rispetto alla tipologia**: la domanda si concentra principalmente su **trilocali (37%) e bilocali (21%)**, mentre l'offerta è prevalentemente costituita da **quadrilocali (37%)** e tagli più ampi. Questo disallineamento sottolinea la difficoltà del mercato immobiliare di rispondere alle reali esigenze degli acquirenti, le cui scelte sono, come visto, spesso legate alla disponibilità economica più che alle effettive esigenze e desiderata abitativi.

NUOVE COSTRUZIONI AL CENTRO DELLE PREFERENZE



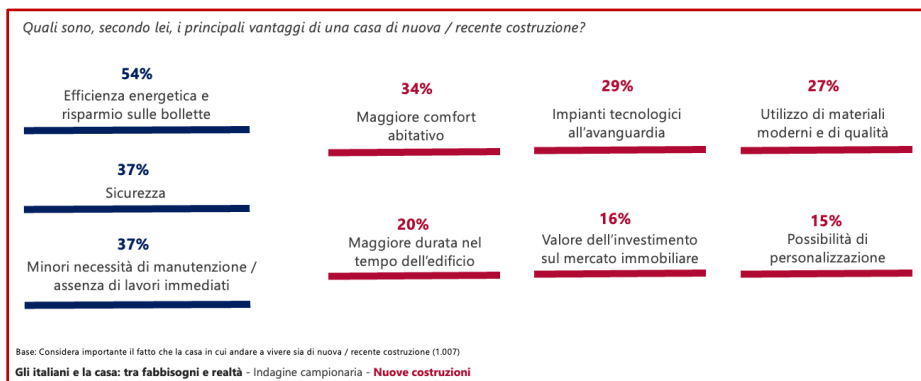
Un italiano su due (49%) considera prioritario o molto importante che la casa in cui potrebbe trasferirsi in futuro sia di nuova o recente costruzione.

Questa sensibilità risulta ancora più marcata tra gli under 45 (55%), tra chi ritiene che la propria abitazione attuale risponda già alle esigenze del prossimo futuro (53%), tra le famiglie con redditi più elevati (57%) e tra quelle più numerose (54%).

“Chi si appresta oggi ad acquistare casa manifesta una maggior consapevolezza rispetto a ciò che realmente desidera e alle proprie esigenze abitative. La casa di nuova costruzione viene percepita come un’occasione di effettivo miglioramento della qualità della vita, ma

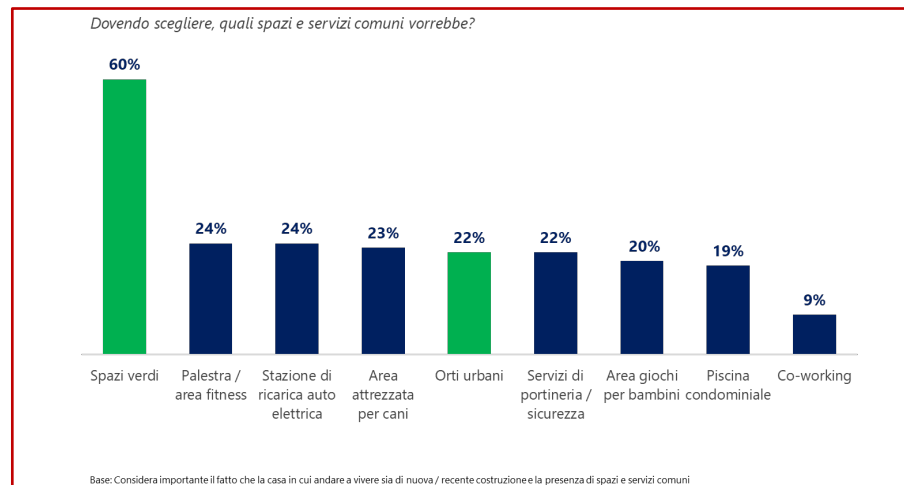
permane un disallineamento tra valore percepito e prezzo. Le abitazioni di nuova costruzione rappresentano oggi l’ideale abitativo per molte famiglie italiane, con un mix di efficienza energetica, comfort, sicurezza e minori necessità di manutenzione. Non si tratta solo di un investimento economico, ma di una scelta che migliora la qualità della vita quotidiana e contribuisce alla valorizzazione e alla riqualificazione del quartiere in cui si vive. La casa nuova incarna dunque un modello di abitare moderno, sostenibile e al passo con le esigenze di oggi” specifica **Enrico Cestari, direttore Gabetti Home Value.**

L'efficienza energetica (54%) emerge come il principale punto di forza associato alle abitazioni di nuova generazione, ma non è l'unico: vengono infatti apprezzati anche la maggiore sicurezza (37%), la ridotta necessità di manutenzione e l'assenza di lavori immediati (37%), oltre al maggiore comfort abitativo (34%).



Una casa di nuova costruzione è inoltre percepita come un fattore di valorizzazione urbana, capace di contribuire alla riqualificazione del quartiere o della zona in cui sorge. Tale aspetto rappresenta un driver di scelta rilevante per nove italiani su dieci, e "molto importante" per il 30% degli intervistati – percentuale che raggiunge il 40% tra le famiglie a più alto reddito.

Tra i criteri che guidano la ricerca di una nuova abitazione spiccano classe ed efficienza energetica (40%), la presenza di spazi esterni (37%) e la dimensione complessiva (34%). Al contrario, elementi come la dotazione tecnologica, la possibilità di personalizzare l'immobile o la presenza di spazi condivisi risultano secondari. Quando si parla di aree comuni, tuttavia, l'interesse si concentra soprattutto su zone verdi condivise (60%), mentre le altre amenities risultano avere un peso relativo uniforme, intorno al 20-25%.



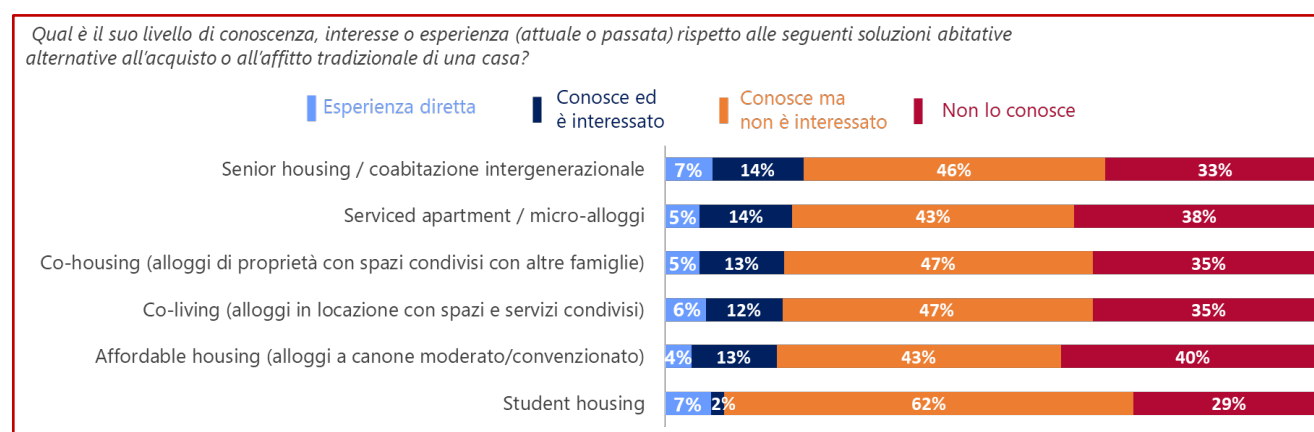
Infine, quasi nove italiani su dieci (88%) dichiarano che, a parità di valore, preferirebbero acquistare una casa nuova piuttosto che una usata. Tra questi, il 43% sarebbe disposto a pagare fino al 10% in più, il 30% accetterebbe una maggiorazione compresa tra il 10% e il 20%, mentre solo il 15% arriverebbe a una differenza tra il 20% e il 30%.

A fronte di una domanda sostenuta per il nuovo, la disponibilità economica e l'accessibilità restano fortemente influenzate dal contesto territoriale. Il "nuovo" risulta più diffuso e con valori medi più elevati nelle grandi città – in particolare a Roma e Milano, dove la domanda è più forte, ma i prezzi rappresentano una barriera significativa per una parte degli acquirenti. Mentre nei capoluoghi di provincia e nei comuni minori, i valori risultano più contenuti, ma la differenza tra nuovo e usato è più marcata. I prezzi di costruzione, infatti, risultano più uniformi a livello nazionale rispetto ai valori di mercato, che presentano una variabilità maggiore.

	Nuovo	Usato	Diff %
Italia	3.435 €/mq	2.320 €/mq	+48%
Roma-Milano	5.170 €/mq	4.485 €/mq	+15%
Top 8 Città	3.960 €/mq	2.815 €/mq	+41%
Capoluoghi di Provincia	2.825 €/mq	1.870 €/mq	+51%
Comuni Minori	2.545 €/mq	1.610 €/mq	+58%

SOLUZIONI ABITATIVE ALTERNATIVE: LA CONOSCENZA È ANCORA LIMITATA

La maggior parte degli italiani (tra il 79% e il 91%) non conosce o non è attratta dalle forme abitative alternative al tradizionale acquisto o affitto.



L'interesse verso l'affordable housing è trasversale alle generazioni e alla tipologia di nucleo familiare, sebbene tenda a decrescere all'avanzare dell'età e del numero di componenti. Il dato sul reddito, coerente con il target, ci conferma che la tipologia, anche se non conosciuta dal 40% del campione, è compresa da chi la conosce.

Lo student housing è per sua stessa natura una formula pensata per un target specifico e non sorprende che l'interesse sia concentrato nella sola fascia di 25-34enni, mentre il reddito e la dimensione del nucleo familiare non appaiono discriminanti. Chi mostra interesse verso l'affordable housing e lo student housing è attratto soprattutto dalla possibilità di risparmiare (38% e 36% rispettivamente), mentre sugli altri vantaggi mostra una sensibilità diversa, ma mediamente più accentuata per aspetti che riguardano la maggiore funzionalità/praticità rispetto alle soluzioni abitative più tradizionali piuttosto che la dimensione sociale.

Quali vantaggi associa alle soluzioni abitative alternative che ha sperimentato o alle quali è interessato?

	Affordable housing	Student housing
Canoni più accessibili / costi più bassi	 38%	 36%
Possibilità di ridurre l'impatto ambientale	 24%	 32%
Maggiore sicurezza	 29%	 25%
Servizi inclusi che semplificano la gestione della casa	 30%	 21%
Maggiore flessibilità contrattuale	 22%	 29%
Abitazioni moderne e di qualità superiore alla media del mercato in affitto	 25%	 18%
Maggiore senso di comunità e socialità con vicini/coinquilini	 21%	 21%
Possibilità di vivere in zone centrali o ben collegate	 23%	 11%
Spazi e risorse condivise che riducono i costi individuali	 22%	 11%

Base: È interessato alla specifica soluzione abitativa

Il comparto del Senior Housing rimane ancora marginale in Italia, con investitori che stanno iniziando solo ora ad approcciarsi a questa nuova asset class. Le principali barriere riguardano sia aspetti culturali – molti over 65 faticano a lasciare la propria abitazione – sia economici, poiché non tutti possono permettersi questa tipologia di soluzione.

"La ricerca conferma come il rapporto tra gli italiani e la casa resti profondo, complesso e in continua evoluzione. La proprietà non è solo un investimento economico, ma un pilastro identitario e un fattore chiave di benessere emotivo e familiare. Allo stesso tempo, emergono nuove esigenze: maggiore efficienza, comfort, sicurezza e flessibilità, ma le soluzioni di residenzialità alternative, che potrebbero in alcuni casi rispondere a queste esigenze non sono ancora note a tutti o non ancora presenti in maniera uniforme sul territorio nazionale. Il mercato immobiliare italiano, pur solido e radicato nella cultura del mattone, deve confrontarsi con questi mutamenti e con le sfide economiche e creditizie, per riuscire a rispondere in maniera più completa ai bisogni delle famiglie e accompagnare le nuove generazioni nella realizzazione del loro progetto abitativo" conclude Dondi.

IL GRUPPO GABETTI

Gabetti Property Solutions, attraverso le diverse linee di business delle società controllate, eroga servizi per l'intero sistema immobiliare, offrendo consulenza integrata per soddisfare esigenze e aspettative di privati, aziende e operatori istituzionali. Proprio dall'integrazione e dalla sinergia di tutti i servizi, emerge il valore aggiunto del gruppo: un modello unico rispetto ai competitor. Il sistema organizzativo di Gabetti Property Solutions consente l'integrazione e il coordinamento delle competenze specifiche di ciascuna società del Gruppo nell'ambito delle seguenti aree: Consulenza, Valorizzazione, Gestione, Intermediazione, Mediazione Creditizia e Assicurativa e Riqualificazione.

CONTATTI UFFICIO STAMPA

SEC Newgate - Tel. 02624999.1

Francesca Brambilla – francesca.brambilla@secnewgate.it – 3386272146

Michele Bon – michele.bon@secnewgate.it – 3386933868