

# GLI ITALIANI E LA CASA

---

## TRA FABBISOGNI E REALTÀ

**gabetti**  
PROPERTY SOLUTIONS

**PATRIGEST**  
ADVISORY & VALUATION

**gabetti**



# La casa al centro del villaggio (1/2)

A partire dal **secondo dopoguerra**, le politiche pubbliche italiane hanno promosso in modo sistematico la **diffusione della proprietà della casa**, considerata un elemento fondante della cosiddetta property ownership democracy e della stabilità sociale del Paese.

Tale orientamento ha favorito la nascita di un ampio **ceto medio proprietario**, sostenuto da **interventi statali, agevolazioni fiscali e credito ipotecario**. Il risultato è un modello di **proprietà diffusa** che caratterizza la struttura abitativa italiana da decenni. L'**Italia** si colloca oggi tra i Paesi europei con il **più alto tasso di proprietà abitativa (75,9%)** contro una media UE del 68,4%), a testimonianza di una tradizione radicata e di una percezione della casa come **bene rifugio e forma primaria di investimento familiare**.

La **ricchezza delle famiglie italiane** è infatti fortemente concentrata negli **immobili**, che rappresentano circa il **47%** del patrimonio complessivo, mentre le attività finanziarie coprono il 45%. Questa distribuzione riflette la pervasività di una **cultura patrimoniale orientata alla stabilità** più che alla redditività di breve periodo.

Nonostante una diffusa percezione di protezione del capitale investito, il **valore reale del patrimonio immobiliare ha talvolta subito erosioni**, specie in epoche recenti. Tra il **2008** (apice del ciclo immobiliare scorso) e il **2025** i prezzi reali delle abitazioni sono, infatti, **diminuiti del 40%**, a fronte di un calo nominale del 20%. Anche in periodo più lungo (**1991-2025**) i risultati non sono particolarmente lusinghieri, con una **perdita reale del 23%**, a riprova di un profilo di redditività molto più controverso rispetto a quello comunemente associato all'immobiliare.

Dopo le contrazioni legate alla pandemia (2020) e al rialzo dei tassi d'interesse (2023), il **mercato residenziale** mostra tuttavia segnali di **ripresa**: nel primo semestre 2025 le compravendite risultano in **crescita del +9,5%** rispetto allo stesso periodo del 2024. Parallelamente, si registra un **progressivo decentramento della domanda dalle grandi città** (la cui quota di transazioni è scesa dal 18% al 15% nell'ultimo decennio) verso **aree non metropolitane**, dove i prezzi risultano più accessibili.

**Property ownership democracy**

**Gli italiani, un popolo di proprietari**

**L'abitazione, il primo pilastro della ricchezza italiana**

**Il «mito» della casa: fra prezzi nominali e prezzi reali**

**Dopo pandemia e inflazione, i primi segnali di ripresa: compravendite in crescita e il ruolo centrale dell'hinterland**

## La casa al centro del villaggio (2/2)

Sul piano culturale e percettivo, la **casa** resta per gli italiani il principale spazio di **sicurezza, stabilità e benessere familiare**, oltre che il simbolo più tangibile della **solidità economica personale**. Tuttavia, non mancano **criticità** legate all'**efficienza energetica**, al **comfort** abitativo e ai **costi** di gestione, che incidono sul livello di soddisfazione e accentuano forme di vulnerabilità, come la cosiddetta povertà abitativa.

La **ricerca** di una **nuova abitazione** è oggi motivata soprattutto dal desiderio di **migliorare le proprie condizioni** di vita. Tuttavia, l'**accesso al credito** resta un passaggio cruciale: il sistema bancario adotta **criteri più selettivi**, mentre l'aumento dei tassi d'interesse ha ridotto la capacità di spesa delle famiglie. Nel terzo trimestre 2025, l'importo medio dei **mutui richiesti per l'acquisto** ha raggiunto **141.500 euro**, in **crescita** di circa 9.000 euro su base annua, a conferma di un fabbisogno finanziario crescente. La preferenza per i **mutui a tasso fisso** è diventata pressoché unanime, in un contesto di tassi mediamente elevati e volatili.

Sul versante delle intenzioni, il **27% del campione** analizzato dichiara di voler **acquistare un'abitazione entro i prossimi 12/24 mesi**, quota che cresce allungando l'orizzonte temporale. La ricerca si concentra prevalentemente all'interno del **Comune di residenza**, con particolare attenzione al **costo**, alla **qualità costruttiva**, agli **spazi interni ed esterni** e alla **vivibilità** del quartiere.

Relativamente all'offerta di **soluzioni abitative alternative** rispetto al tradizionale affitto o acquisto, emerge come la **maggior parte degli italiani** (tra il 79% e il 91%) **non conosca o non sia ancora attratta** da queste formule. Tuttavia, si registra un **interesse crescente** – seppur **ancora contenuto** – verso tipologie abitative innovative quali affordable housing, senior housing e student housing, sostenuto da **motivazioni di carattere economico**, esigenze di **flessibilità** e possibilità di accesso a **servizi aggiuntivi**. In particolare, la **carena di alloggi** per studenti nelle principali città universitarie italiane sta favorendo un progressivo aumento dell'attenzione da parte degli investitori verso il segmento dello student housing. Al contrario, il comparto del senior living risulta ancora marginale, a causa di **fattori sia culturali** – gli over 65 italiani tendono a mantenere il legame con la propria abitazione – sia **economici**. Nel complesso, queste forme abitative rappresentano un **potenziale di sviluppo ancora in larga parte inesplorato**, la cui piena affermazione dipenderà dalla capacità del mercato e delle politiche abitative di stimolare una domanda più consapevole e orientata all'innovazione.

**La casa tra immaginari radicati, nuove sfide e criticità attuali**

**Accessibilità: l'ago della bilancia della ricerca di una nuova abitazione**

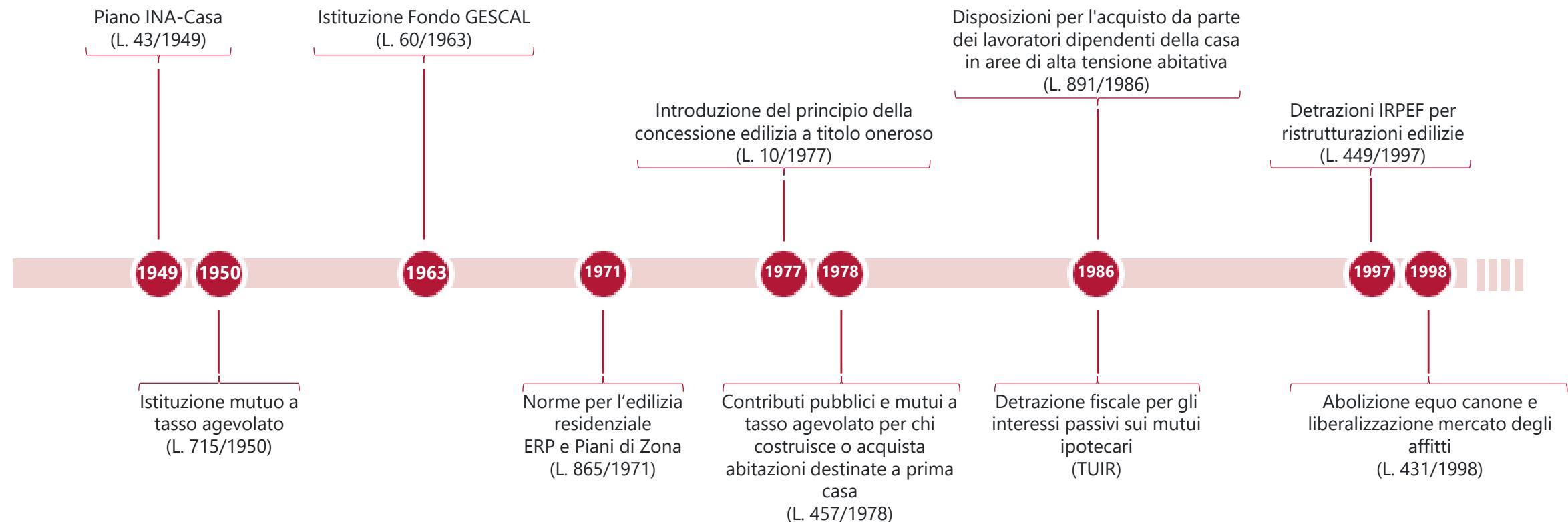
**L'identikit della ricerca nel campione di analisi**

**Le forme dell'abitare non tradizionali in Italia: una nicchia ancora inespressa**

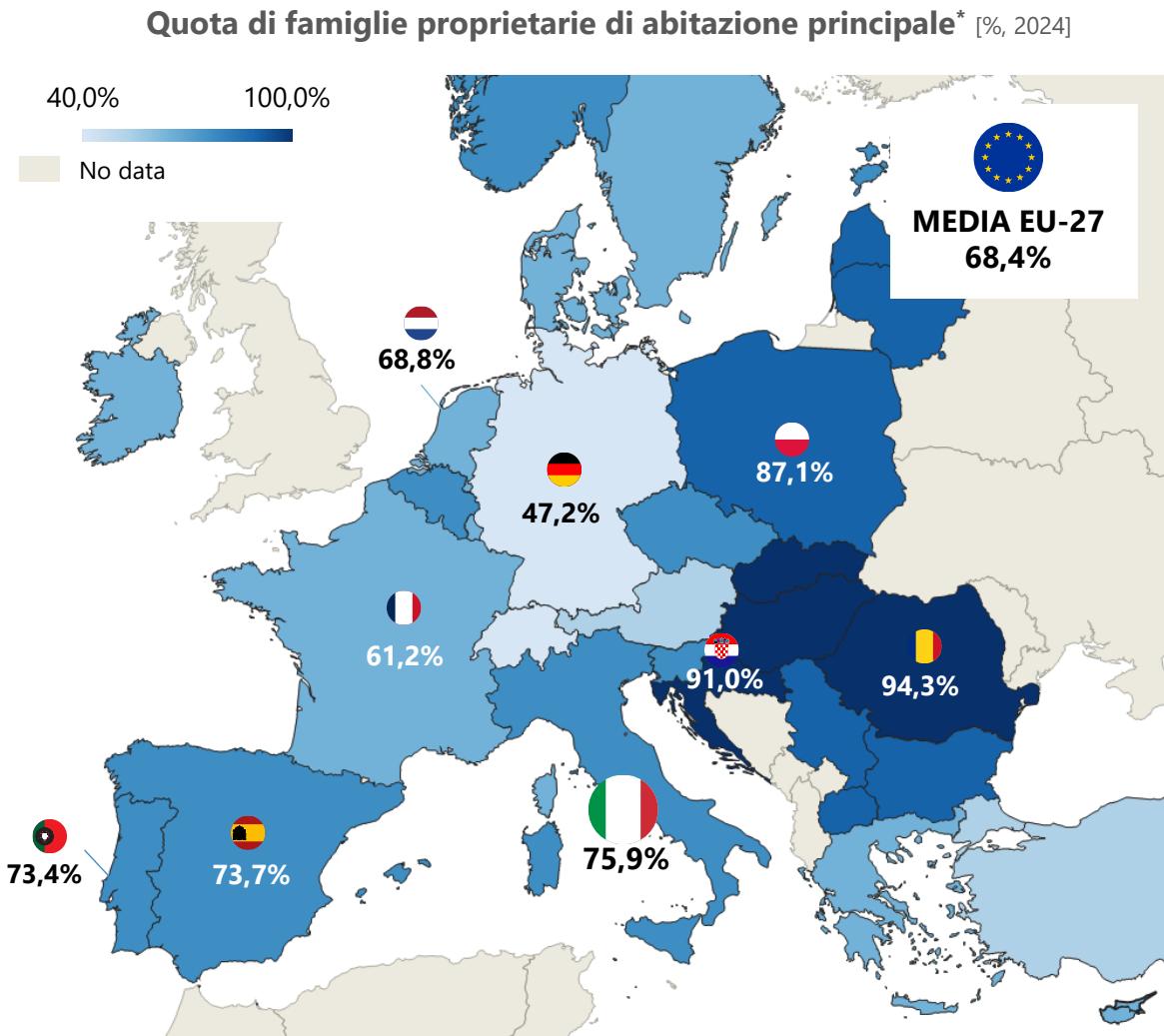
# L'Italia dal dopoguerra a oggi: un paese di (piccoli e medi) proprietari

A partire dal secondo dopoguerra, la maggior parte dei Governi italiani ha perseguito l'obiettivo di **promuovere la proprietà dell'abitazione**, considerata un pilastro della cosiddetta «**property ownership democracy**» e un elemento chiave per la costruzione di un ampio ceto medio. Tale orientamento si è tradotto in un articolato **insieme di politiche abitative ed edilizie**, finalizzate a incentivare e sostenere la piccola e media proprietà immobiliare.

Il modello di proprietà diffusa ha rappresentato, per decenni, un forte motore di mobilitazione sociale, spingendo ampie fasce della popolazione verso l'acquisto della casa, favorito da strumenti quali **mutui, contributi pubblici, incentivi fiscali e ampie concessioni in termini di edificabilità**.



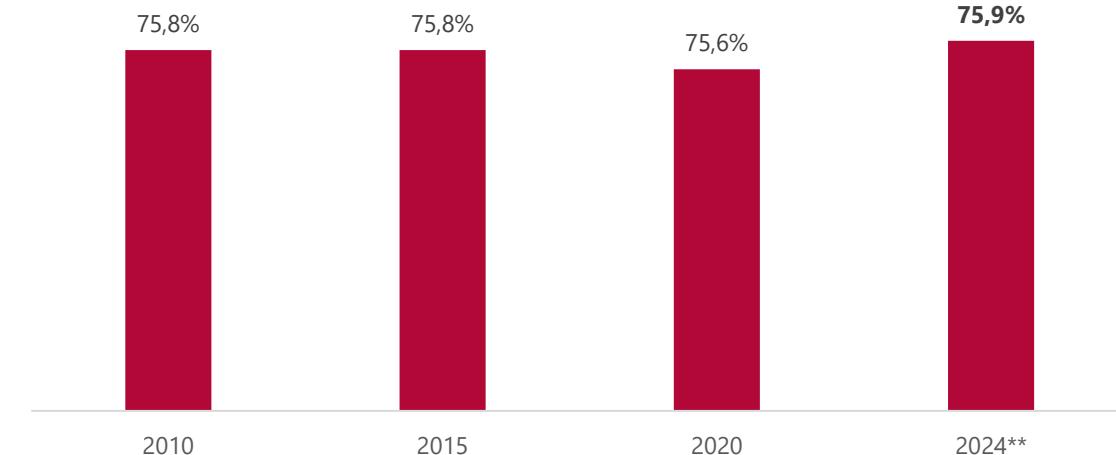
# In Italia si preferisce la proprietà e si supera la media europea



\*I dati di Macedonia del Nord e Svizzera sono riferiti al 2023

Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest su dati Istat, Agenzia delle Entrate ed Eurostat

## Quota di famiglie proprietarie di abitazione principale in Italia [%; confronto 2010 – 2015 – 2020 – 2024]



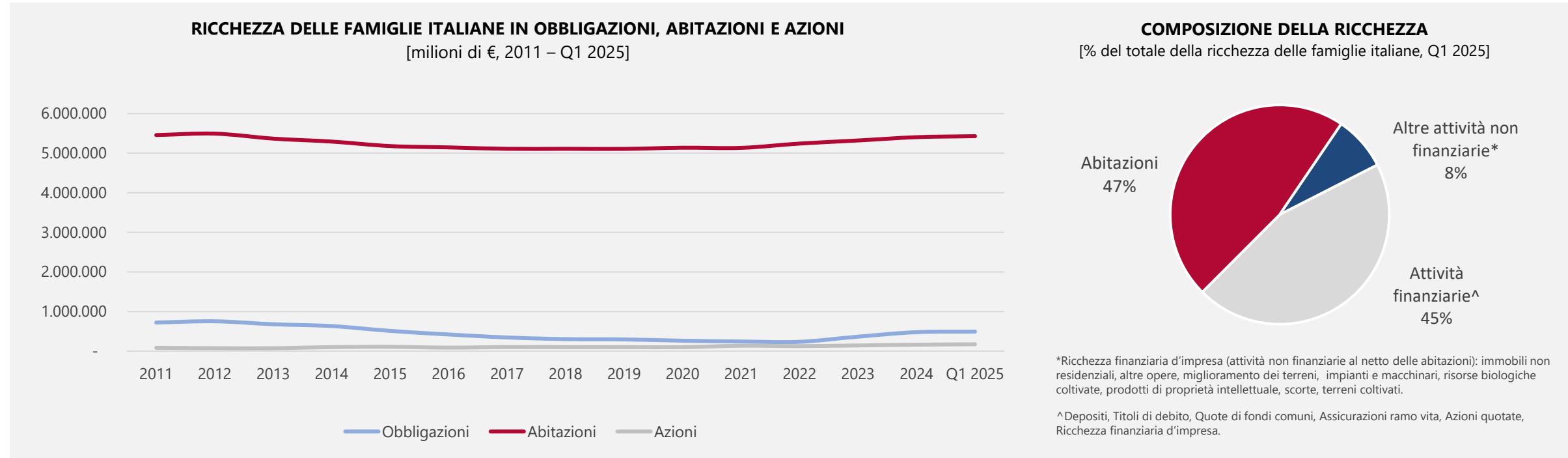
\*\*dati Eurostat

In ambito europeo, il 68,4% delle famiglie risiede in abitazioni di proprietà.

Il tasso di proprietà abitativa presenta tuttavia significative differenze tra i Paesi membri: **la proprietà è più diffusa** nelle aree dell'**Europa orientale e mediterranea**, mentre risulta meno rilevante nei Paesi dell'Europa occidentale.

**L'Italia** si colloca al di sopra della media europea, con un tasso di proprietà **pari al 75,9%**, stabile negli ultimi 15 anni.

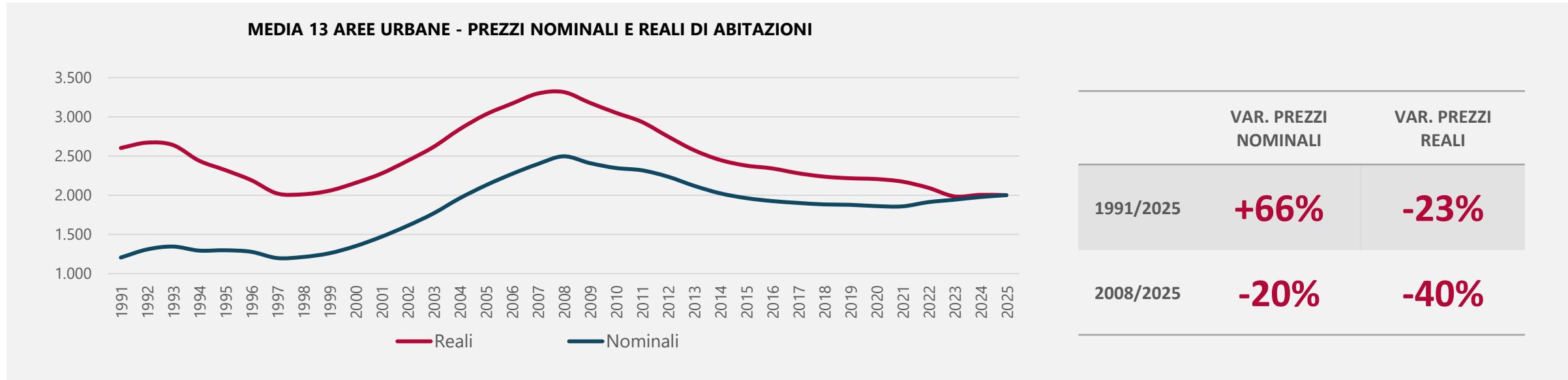
# L'abitazione rappresenta un terzo della ricchezza degli italiani



La **ricchezza delle famiglie italiane** risulta prevalentemente **concentrata nel patrimonio abitativo**, che rappresenta il **47%** del totale al primo trimestre 2025, confermandosi una componente **stabile nel lungo periodo**. Le attività finanziarie, pari al 45%, costituiscono una quota pressoché equivalente, evidenziando una crescente diversificazione del portafoglio delle famiglie. Nel decennio 2011-2021 si è registrata una significativa contrazione del valore delle obbligazioni detenute, seguita da un recupero nei periodi successivi.

Nel complesso, la ricchezza delle famiglie italiane mostra oggi un **equilibrio tra componente immobiliare e finanziaria**, con **l'abitazione** che continua a svolgere il ruolo di principale **bene rifugio**.

# Evoluzione dei prezzi: ma è sempre vera gloria?

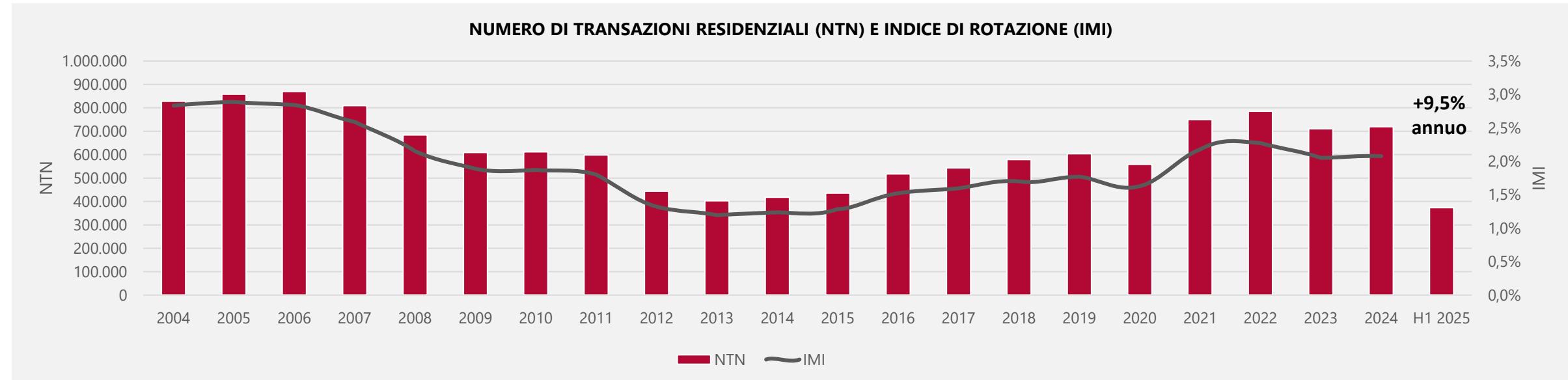


Il mercato immobiliare urbano italiano (delle principali 13 aree urbane) negli ultimi 35 anni ha evidenziato dapprima una dinamica espansiva significativa, poi una recessiva altrettanto veemente.

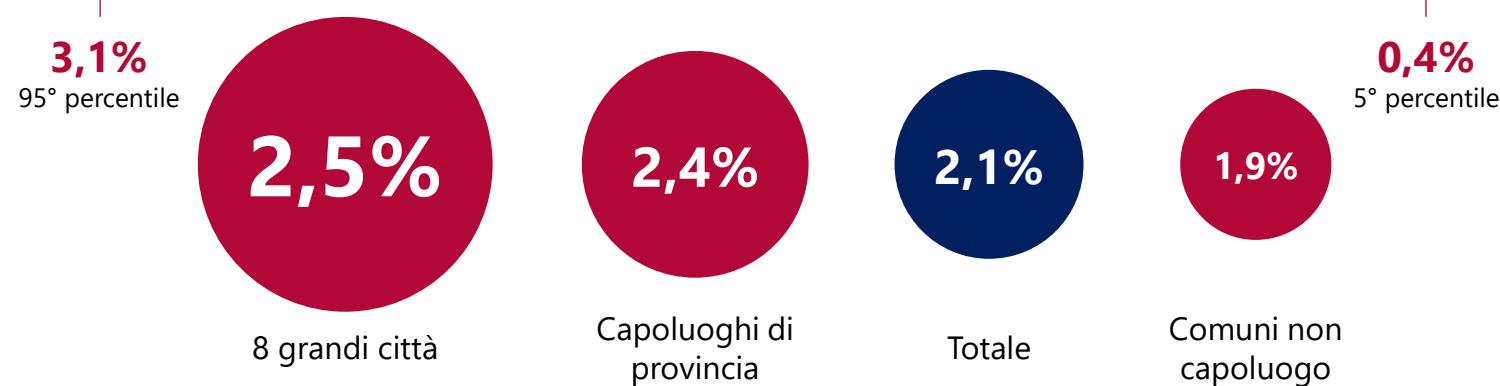
Al **prolungato ciclo di crescita dei prezzi nominali culminato nel 2008**, ha fatto seguito una flessione di entità tale non solo da erodere completamente il guadagno accumulato ma da determinare una **flessione del valore reale nell'orizzonte temporale considerato (1991-2025)**. A conclusioni ancora meno lusinghiere si giunge se si considera un periodo più limitato (2008-2025), con una flessione in questo caso già apprezzabile in termini nominali.

In linea generale, la dinamica dei prezzi reali, che riflette il potere d'acquisto effettivo, mostra come anche per l'investimento immobiliare non esistano garanzie di rivalutazione e come la selezione dei tempi di ingresso e di uscita rappresenti un fattore cruciale nel determinare la performance.

# Liquidità dei mercati prime e secondari: non di tutta l'erba un fascio



## IL DINAMISMO DEL MERCATO CAMBIA IN BASE ALLA SUA DIMENSIONE (2024)



Il mercato residenziale italiano evidenzia una fase di ripresa, con le **compravendite in aumento del +9,5%** nel primo semestre 2025 rispetto all'anno precedente, dopo i rallentamenti del 2020 e del 2023, principalmente correlate al Codiv-19 e all'aumento dei tassi di interesse.

Si registra, tuttavia, una **riduzione del peso delle grandi città** sul totale delle transazioni (dal 18% al 15% in dieci anni), ad esito di un progressivo decentramento della domanda verso aree più accessibili.

**Le grandi città si confermano tra i mercati più liquidi.**

# Dove c'è casa c'è famiglia...

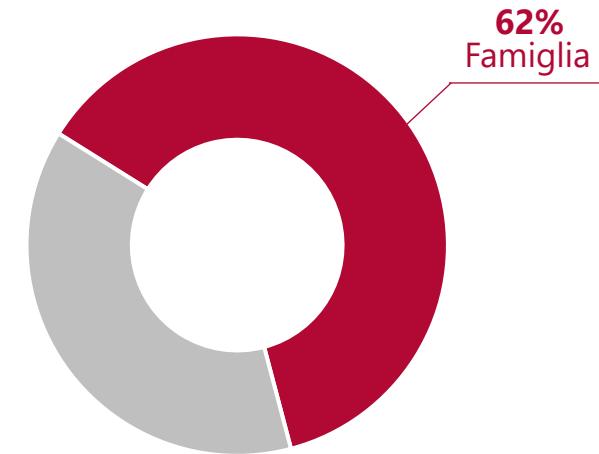
Un primo tema esplorato nel corso dell'indagine riguarda il valore simbolico e personale che gli italiani attribuiscono alla casa, sia sul piano concettuale che su quello iconografico.

In tale ambito ad emergere con forza è, anzitutto, la **tendenza degli italiani a vivere la casa soprattutto come spazio emotivo e relazionale**, più che materiale e funzionale.

Per la maggioranza assoluta degli intervistati **la parola che meglio descrive il concetto di casa è «famiglia»**, a conferma del forte legame tra spazio domestico e sfera affettiva.

**Il binomio casa-famiglia è radicato e universalmente condiviso**, capace di superare differenze di età, genere e condizione personale / familiare, sebbene **tenda a rafforzandosi tra gli uomini e all'avanzare dell'età**.

*Tra le seguenti parole, quali descrivono meglio ciò che rappresenta per lei il concetto di casa?*



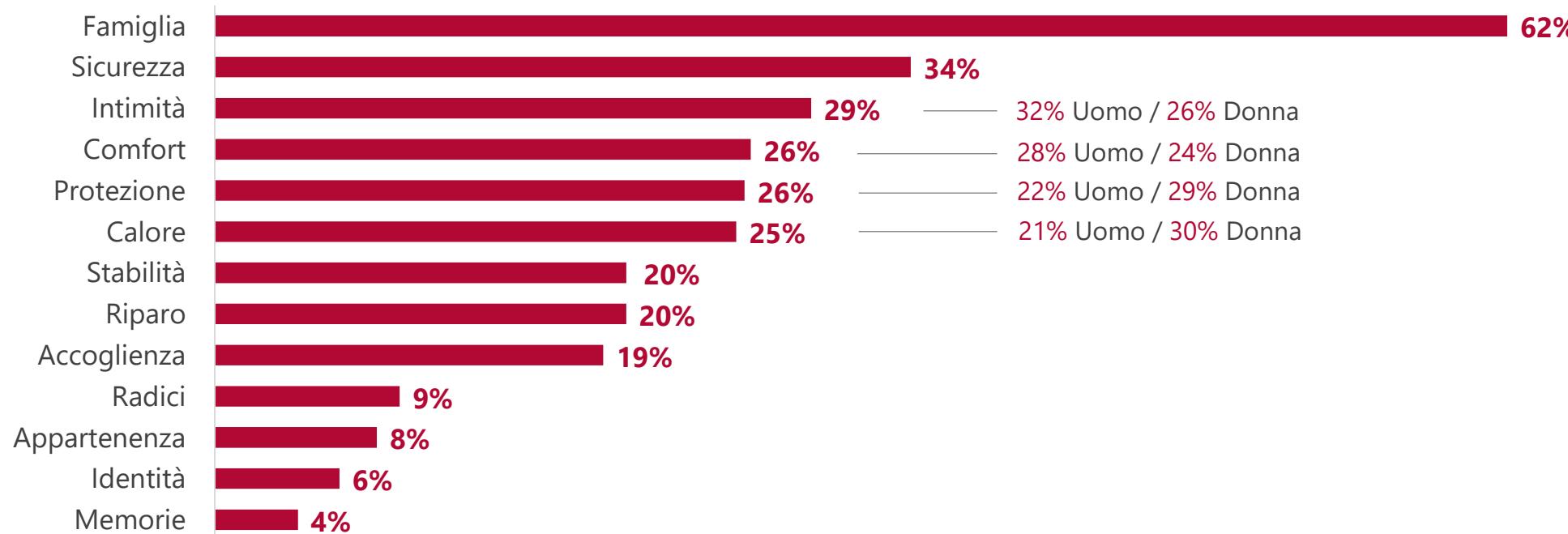
Genere	Fascia di età
Uomo	25-34 anni
Donna	35-44 anni
<b>TOTALE</b>	<b>45-54 anni</b>
	<b>55-64 anni</b>
	<b>65-74 anni</b>
	<b>TOTALE</b>

**65%** 55%  
**60%** 63%  
**62%** 65%  
**61%** 61%  
**66%** 66%  
**62%** 62%

# ...ma il suo valore simbolico è molto più profondo

**Al concetto di casa vengono spesso associate anche altre parole**, che ne arricchiscono il valore e significato simbolico, rimandando ancora una volta alla sfera personale e affettiva, **con un'enfasi particolare sul presente** (sicurezza, intimità, comfort, protezione) **piuttosto che sul passato** (radici, appartenenza, identità, memorie).

*Tra le seguenti parole, quali descrivono meglio ciò che rappresenta per lei il concetto di casa?*

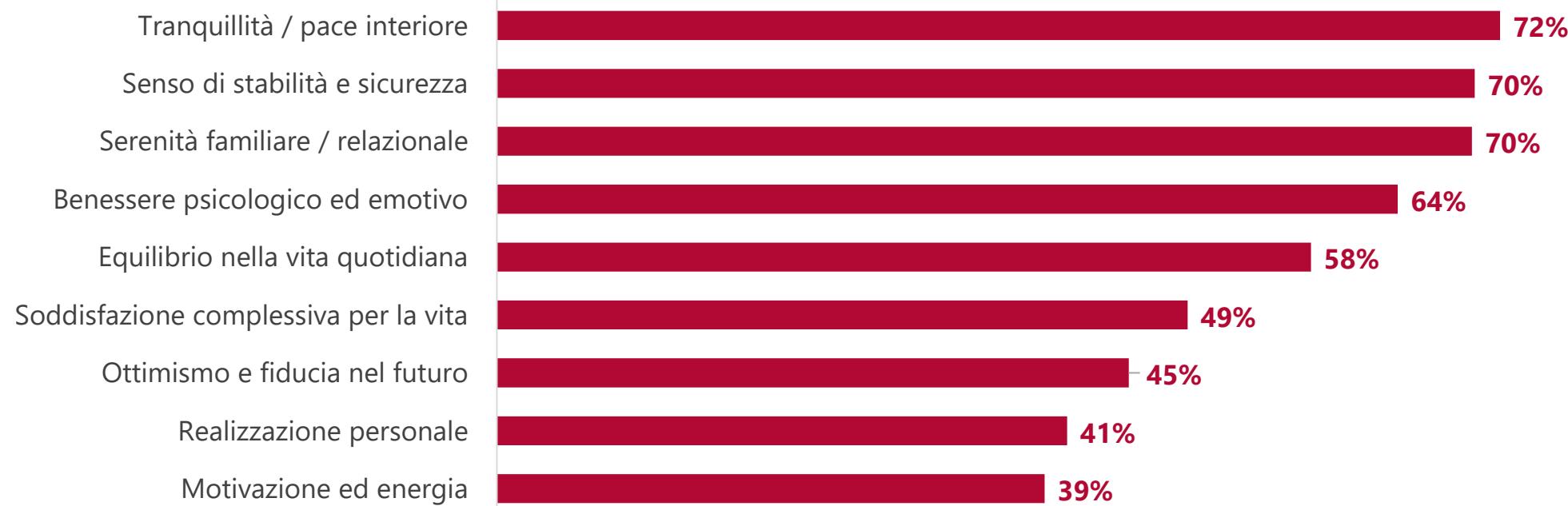


# La casa come fattore chiave del nostro benessere...

**Per gli italiani la casa ha un impatto diretto, significativo e trasversale sul proprio benessere psico-fisico.**

**In tre casi su quattro, la situazione abitativa influenza il loro stato d'animo, il senso di stabilità e sicurezza, il benessere psicologico.** Contribuisce, seppur in misura minore, a mantenere un equilibrio nella vita quotidiana, a sentirsi soddisfatti della propria vita e a guardare al futuro con ottimismo e fiducia.

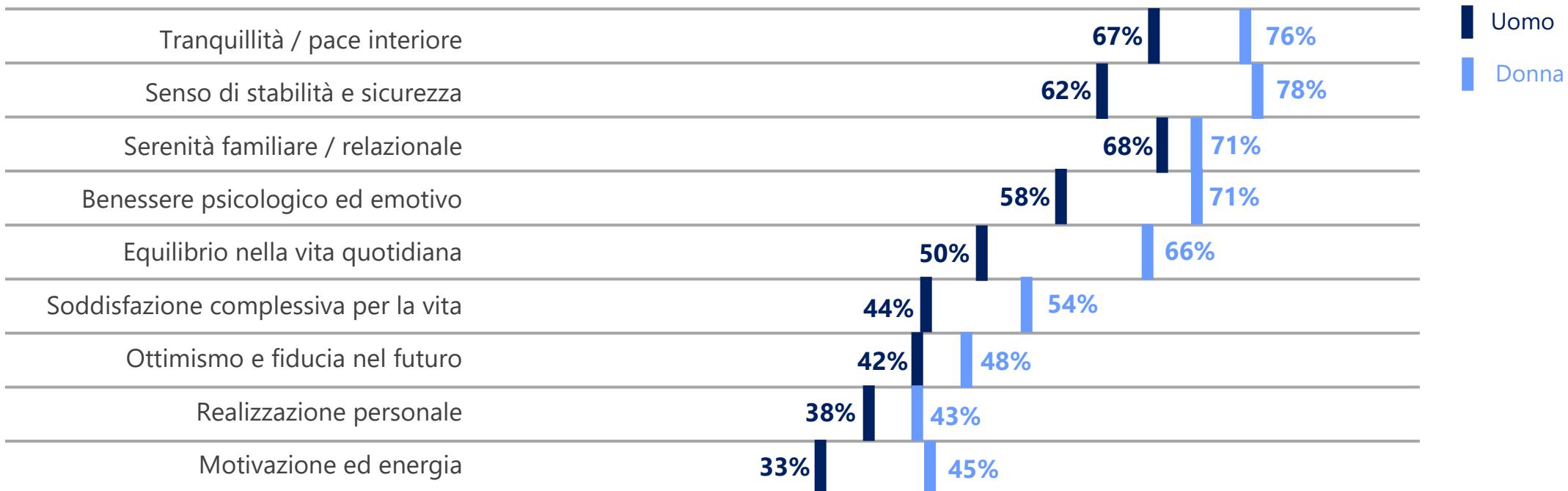
*In che misura la casa sostiene e/o condiziona i seguenti aspetti della sua vita personale? **In maniera determinante***



# ...per le donne più che per gli uomini

**L'impatto della casa sullo stato d'animo degli italiani tende, inoltre, ad amplificarsi tra le donne rispetto agli uomini,** in tutti gli ambiti analizzati ma con particolare enfasi su equilibrio nella vita, senso di stabilità e sicurezza, benessere psicologico ed emotivo.

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



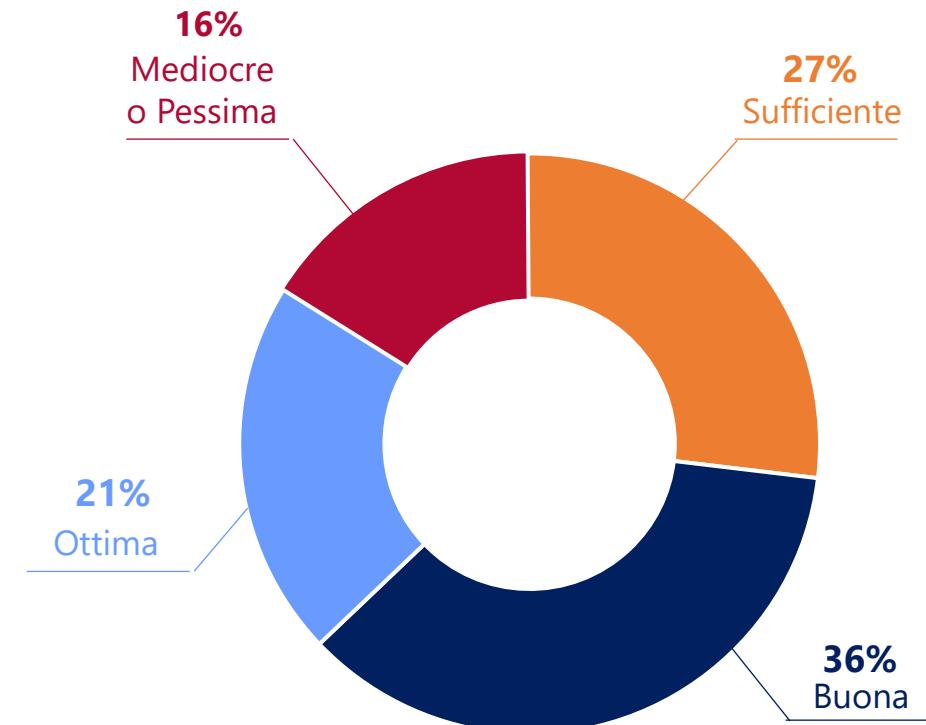
# Un giudizio specchio di un'Italia divisa

L'indagine campionaria è stata anche un'occasione per rilevare **la percezione degli italiani rispetto all'attuale situazione abitativa personale e familiare**, complessivamente buona, ma frammentata e ricca di sfumature.

**La valutazione complessiva sull'attuale situazione abitativa vede prevalere l'area di giudizio positiva** (quattro italiani su cinque la considerano quanto meno sufficiente), **ma siamo ben lontani da uno scenario ottimale generalizzato**.

Inoltre, **la percentuale di chi esprime una valutazione mediocre o pessima**, sintomatica di un disagio abitativo, **sale sensibilmente nelle fasce meno abbienti, tra chi vive in appartamento e in case meno spaziose**.

*Come valuta la sua attuale situazione abitativa?  
Valutazione media complessiva*

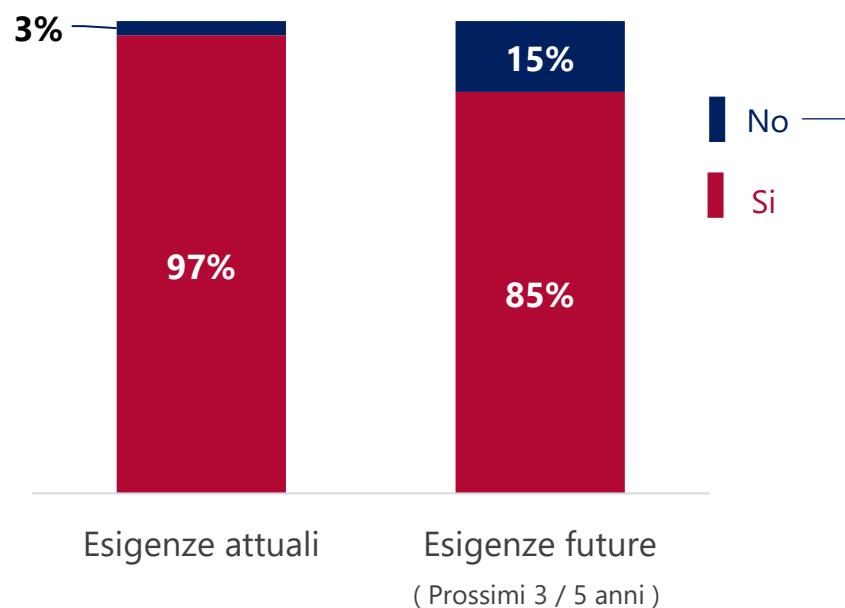


# Un equilibrio talvolta fragile...

Pur non essendo sempre perfetta, **l'attuale condizione abitativa soddisfa nella maggior parte dei casi le esigenze personali e familiari**. Ma basta cambiare prospettiva temporale, guardando al prossimo futuro (3/5 anni), per veder **aumentare il numero di chi teme che la propria casa non riuscirà più a farlo**, ancor più se di piccole dimensioni o già ritenuta complessivamente insoddisfacente.

*Ritiene che la sua abitazione soddisfi le attuali esigenze sue/della sua famiglia?*

*E ritiene sarà in grado di soddisfarle nei prossimi 3/5 anni?*



Metratura	
Fino a 75mq	27%
75 - 100mq	15%
100 - 125mq	11%
Oltre 125mq	5%
<b>Totale</b>	<b>15%</b>

Soddisfazione rispetto alla situazione abitativa attuale	
Mediocre o Pessima	49%
Sufficiente	29%
Buona	9%
Ottima	3%
<b>Totale</b>	<b>15%</b>

# Chi cerca, chi sogna e chi resta

Con l'obiettivo di restituire un quadro dinamico della situazione abitativa degli italiani, agli intervistati è stato chiesto se fossero alla **ricerca di una nuova casa in cui andare a vivere** e, in caso affermativo, fornire ulteriore dettagli sulla tipologia di ricerca e sulle caratteristiche dell'immobile e della zona / quartiere.

Come la fotografia statica legata alla soddisfazione per l'attuale situazione abitativa, **anche questa seconda prospettiva dinamica appare molto eterogenea.**

Gli italiani si dividono in due gruppi pressoché bilanciati:

- Da un lato chi è intenzionato a cambiare (**pro-attivi, potenziali**) o vorrebbe ma pensa non ci siano le condizioni per farlo (**ostacolati**) → **45% delle famiglie** (di cui 2,1 milioni già alla ricerca, circa 5 milioni intenzionati ma non ancora attivi nella ricerca e circa 4,9 milioni che vorrebbero ma non sono nelle condizioni).
- Dall'altro chi, viceversa, non ha alcun interesse a cambiare (**appagato**) o non è nelle condizioni di poter scegliere (**neutrale**) → **55% delle famiglie**

Secondo i dati ISTAT relativi al terzo trimestre del 2025, **il 3,8% della popolazione** (equivalente a circa 2 milioni di individui) dichiara di essere certamente o probabilmente intenzionata ad acquistare un'abitazione entro i prossimi dodici mesi. Come si evince dal grafico sopra, estendendo l'orizzonte temporale di riferimento, cresce la quota di cittadini che manifesta un interesse potenziale verso l'acquisto di una casa, a conferma di un sentimento positivo di medio periodo sul mercato residenziale.

*Anche in relazione alla sua attuale situazione abitativa, sta valutando l'ipotesi di cambiare casa nei prossimi 12-24 mesi?*



■ Si, sono già alla ricerca → **Pro-attivi**

■ Si, ma non ho ancora iniziato a cercarla → **Potenziali**

■ No, vorrei ma non ci sono le condizioni per farlo → **Ostacolati**

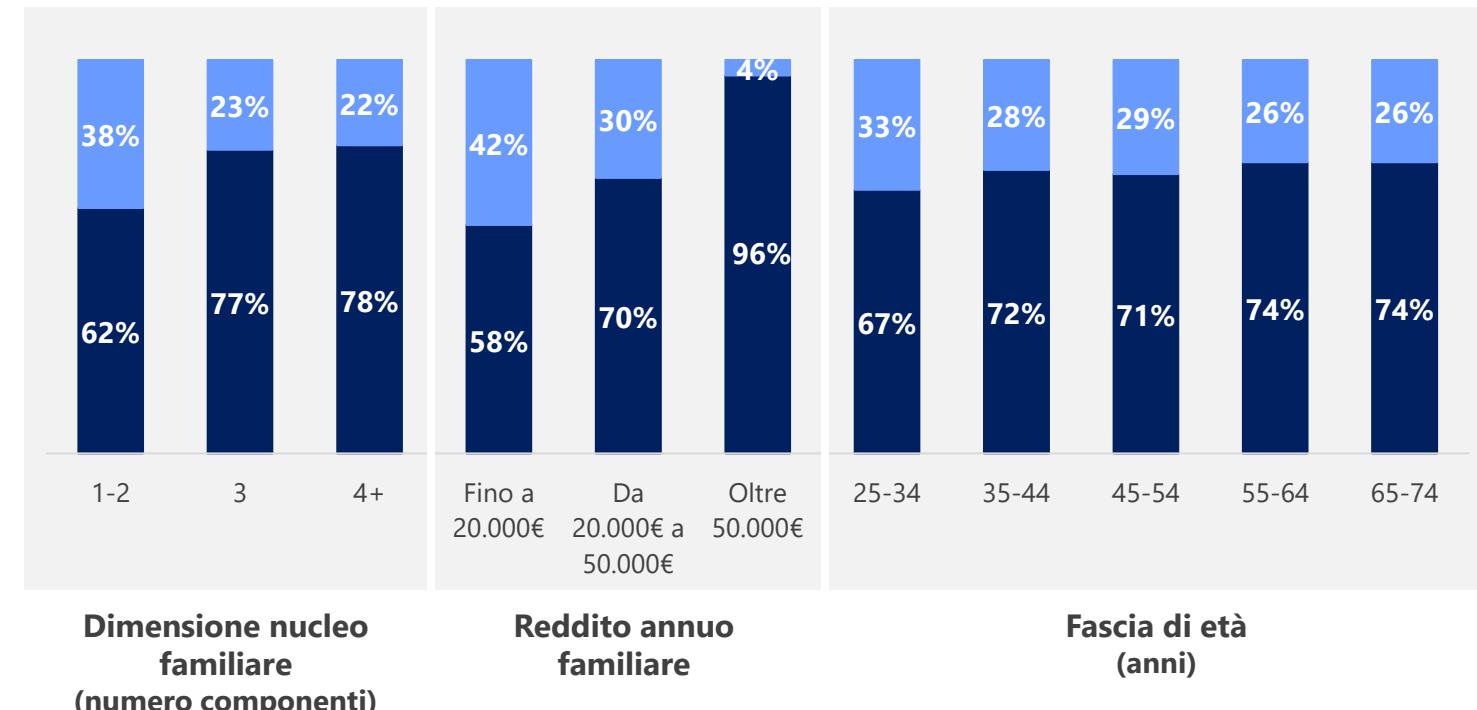
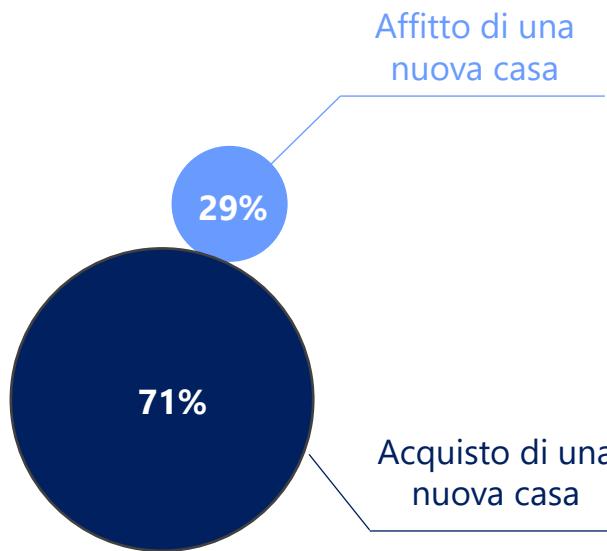
■ No, e non sono interessato a cambiarla → **Appagati**

■ Non saprei / Non è una decisione che spetta a me → **Neutrali**

# Acquisto come opzione ideale, ma non accessibile a tutti

**In tre casi su quattro chi è alla ricerca di una nuova casa o è intenzionato a cambiarla nei prossimi mesi pensa di acquistarla piuttosto che prenderla in affitto.** Una scelta più ricorrente all'aumentare del numero di componenti, dell'età e del reddito complessivo familiare, fino a diventare quasi plebiscitaria al di sopra dei 50.000€ annui.

*Verso quale soluzione abitativa si sta orientando o pensa di orientarsi prioritariamente?*



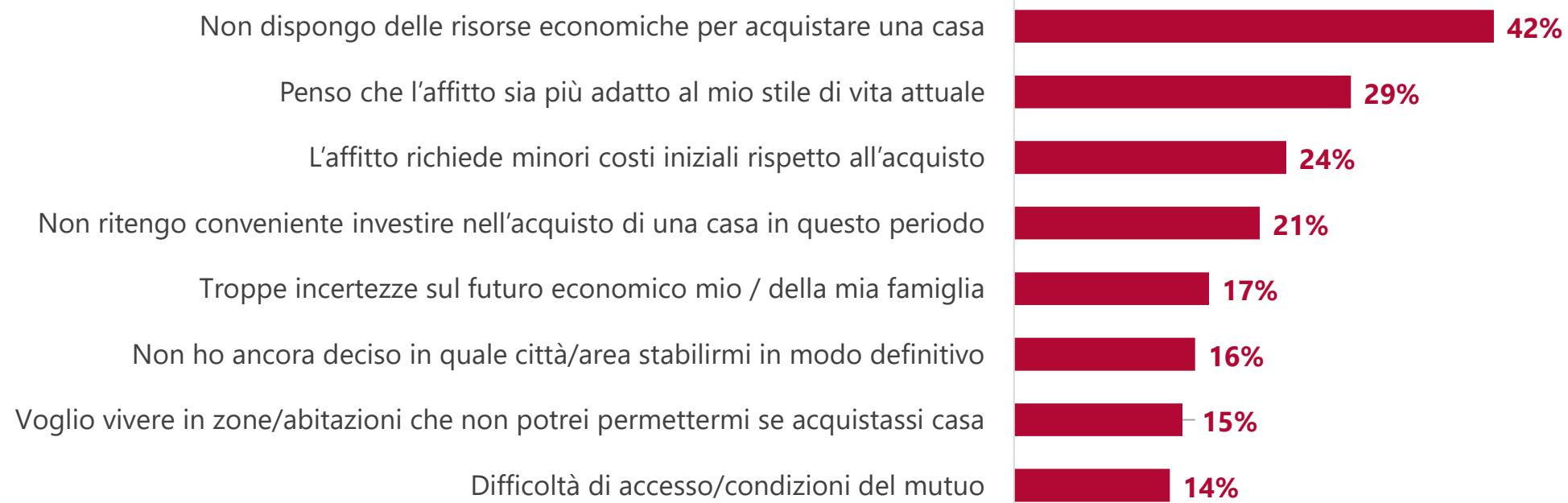
Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa

Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest

# Dietro la scelta dell'affitto ragioni soprattutto economiche...

**La scelta di cambiare casa affittandola è il più delle volte obbligata**, essendo spesso associata a condizioni economiche, personali e familiari che ne impediscono l'acquisto. Accanto alle motivazioni economiche ve ne sono poi altre, meno ricorrenti, associate a **scelte e stili di vita, incertezze e indecisioni sul futuro**.

*Perché sta pensando di trasferirsi in una nuova casa in affitto invece di acquistarla?*



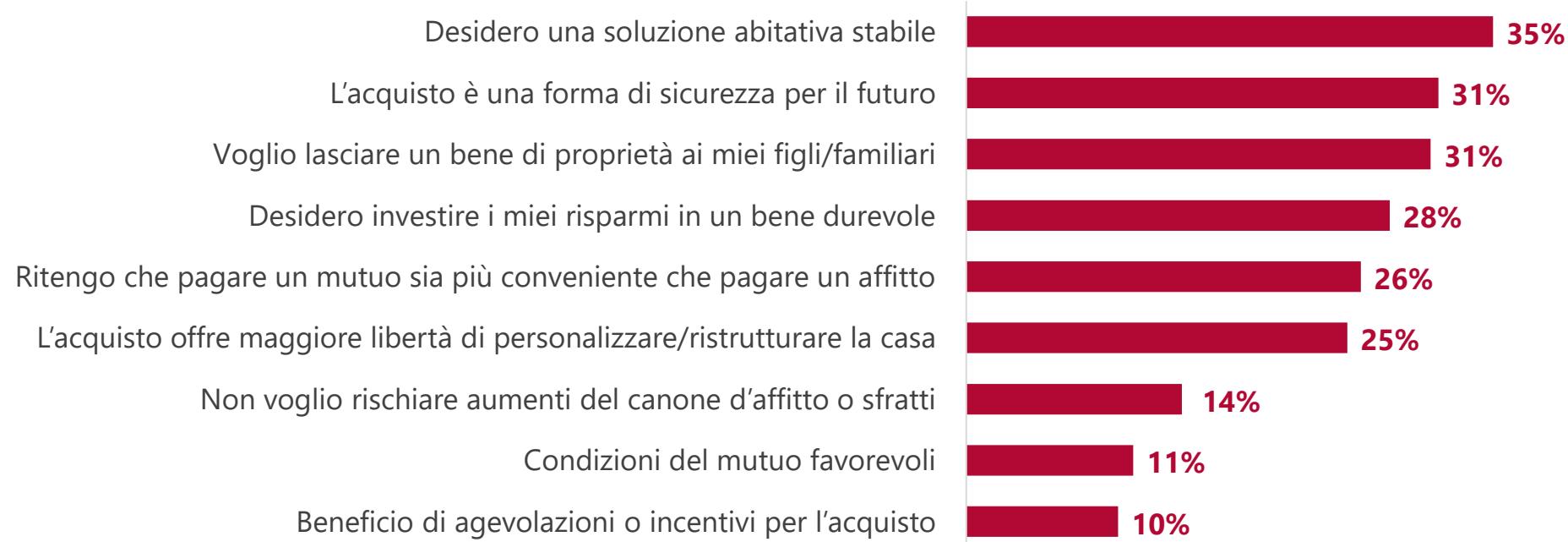
Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa affittandola

Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest

# ...mentre le logiche che guidano l'acquisto sono molteplici

**Al contrario, chi è orientato a cambiare casa acquistandone una nuova motiva questa scelta legandola a molteplici fattori**, spesso con lo sguardo rivolto al futuro (desiderio di trovare una soluzione abitativa stabile e sicura, possibilità di investire in un bene durevole, da lasciare magari in eredità a figli e familiari), ma non solo.

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



Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa acquistandola

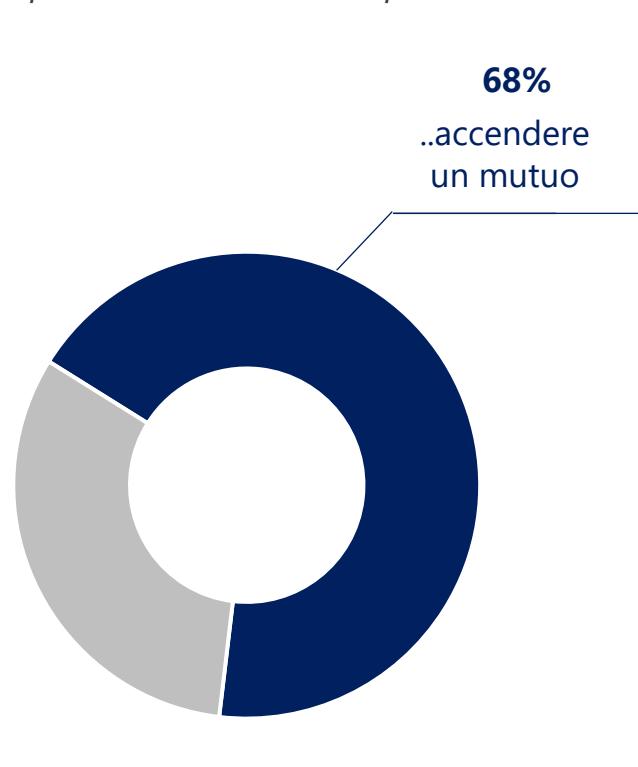
Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest

# Mutuo come opzione condivisa (e spesso obbligata)

**La maggioranza assoluta di chi sta pensando di cambiare casa acquistandola prevede di ricorrere ad un mutuo.**

Una scelta diffusa e particolarmente frequente tra chi vive nei grandi centri urbani, 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.

*Per l'acquisto della nuova casa, prevede di ...*



## **Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa nei prossimi 12-24 mesi**

Si, sono già alla ricerca (Pro-attivi)	72%
Si, ma non ho ancora iniziato a cercarla (Potenziali)	66%
<b>Totale</b>	<b>68%</b>

## **Reddito familiare annuo**

Fino a 20.000€	58%
Da 20.000€ a 50.000€	75%
Oltre 50.000€	64%
<b>Totale</b>	<b>68%</b>

## **Fascia di età**

25-34 anni	76%
35-44 anni	77%
45-54 anni	76%
55-64 anni	53%
65-74 anni	50%
<b>Totale</b>	<b>68%</b>

## **Dimensione del Comune (numero abitanti)**

Fino a 20.000	69%
Da 20.000 a 100.000	60%
Oltre 100.000	77%
<b>Totale</b>	<b>68%</b>

Base: Sta valutando l'ipotesi di cambiare casa acquistandola

Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest

# La ricerca è per lo più a corto raggio...

Chi sta valutando l'idea di cambiare casa, che sia pro-attivo o potenziale, **predilige la ricerca entro i confini del Comune in cui risiede attualmente e, spesso, nella stessa zona/quartiere, ma non disdegna di valutare anche soluzioni in altro comune.**

**La mobilità abitativa al di fuori del proprio Comune è tutt'altro che trascurabile**, pur rimanendo limitata se associata a trasferimenti in altre Province o Regioni d'Italia, **e tende a ridursi nelle aree del Centro Italia e del Mezzogiorno e nelle grandi aree urbane.**

*Dove sta cercando una nuova casa in cui trasferirsi?*



- Stessa zona/quartiere del Comune in cui vivo attualmente
- Stesso Comune, ma diversa zona/quartiere
- Altro Comune, nella stessa Provincia
- Altro Comune, nella stessa Regione
- Altra Regione d'Italia (specificare quale)
- Altro Paese

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

Fonte: elaborazione Research & Data Intelligence - Patrigest

# Le forme principali di residenzialità alternativa



## STUDENT HOUSING

**Profilo degli ospiti:** studenti universitari **fuori sede**, che necessitano di un alloggio. **L'accento è sui servizi legati alle esigenze universitarie, vita sociale e studio.**

**Ambiente e stile di vita:** residenze moderne, stanze o monolocali con grandi aree comuni (aula studio, sale ricreative, lavanderie e spazi relax). Atmosfera "comunitaria" focalizzata su studio e socializzazione.

**Obiettivo:** favorire un ambiente sicuro e ben attrezzato che favorisca lo studio e l'interazione sociale.

**Costi:** canone mensile che copre affitto, utenze e servizi aggiuntivi.



## AFFORDABLE HOUSING

**Profilo degli ospiti:** famiglie rientranti nella così detta «**fascia grigia** della popolazione, che hanno difficoltà ad accedere al libero mercato ma che non hanno i requisiti di reddito per accedere all'edilizia popolare. **L'accento è su accessibilità economica, stabilità abitativa e inclusione sociale.**

**Ambiente e stile di vita:** abitazioni in affitto a canone moderato/convenzionato o in proprietà a prezzo convenzionato/patto futura vendita, con un livello elevato di spazi e servizi condivisi. Atmosfera "inclusiva" e di promozione della coesione sociale.

**Obiettivo:** fornire una risposta abitativa stabile ed economicamente sostenibile.

**Costi:** canone di locazione o prezzo di acquisto inferiore al mercato libero.



## SENIOR HOUSING

**Profilo degli ospiti:** anziani **autosufficienti**, che non necessitano di assistenza sanitaria continuativa. **L'accento è su comfort, socialità e servizi alla persona.**

**Ambiente e stile di vita:** residenze moderne, appartamenti con aree comuni (palestra, ristorante, spazi ricreativi). Atmosfera "residenziale" e indipendente.

**Obiettivo:** Favorire la qualità della vita, l'autonomia e la socialità degli anziani, ritardando il più possibile l'ingresso in strutture sanitarie.

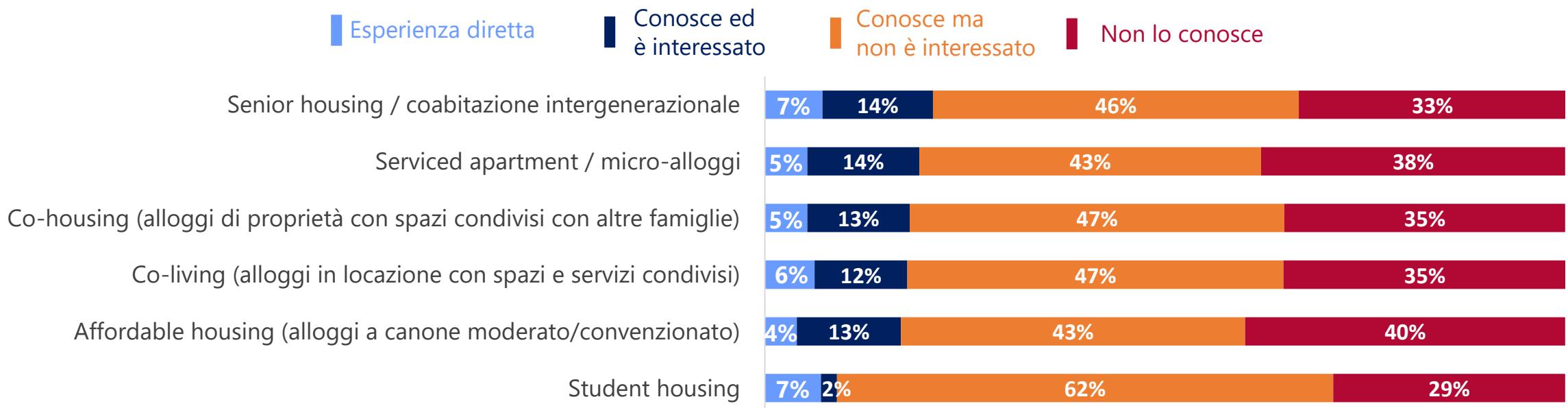
**Costi:** a **carico dell'ospite** (con canone mensile, simile a un **affitto con servizi inclusi**).

# Un segmento di nicchia, non ancora compreso

L'analisi delle esperienze e delle opinioni degli italiani sulle **soluzioni abitative non tradizionali** evidenzia **un potenziale ancora in gran parte inespresso** per questo segmento di mercato.

**La maggioranza degli italiani non conosce o non è attratta** dalle soluzioni abitative alternative all'affitto o all'acquisto. Tra coloro che invece le conoscono, **prevalgono le indicazioni di potenziale interesse rispetto alle esperienze dirette**, ad eccezione dello student housing.

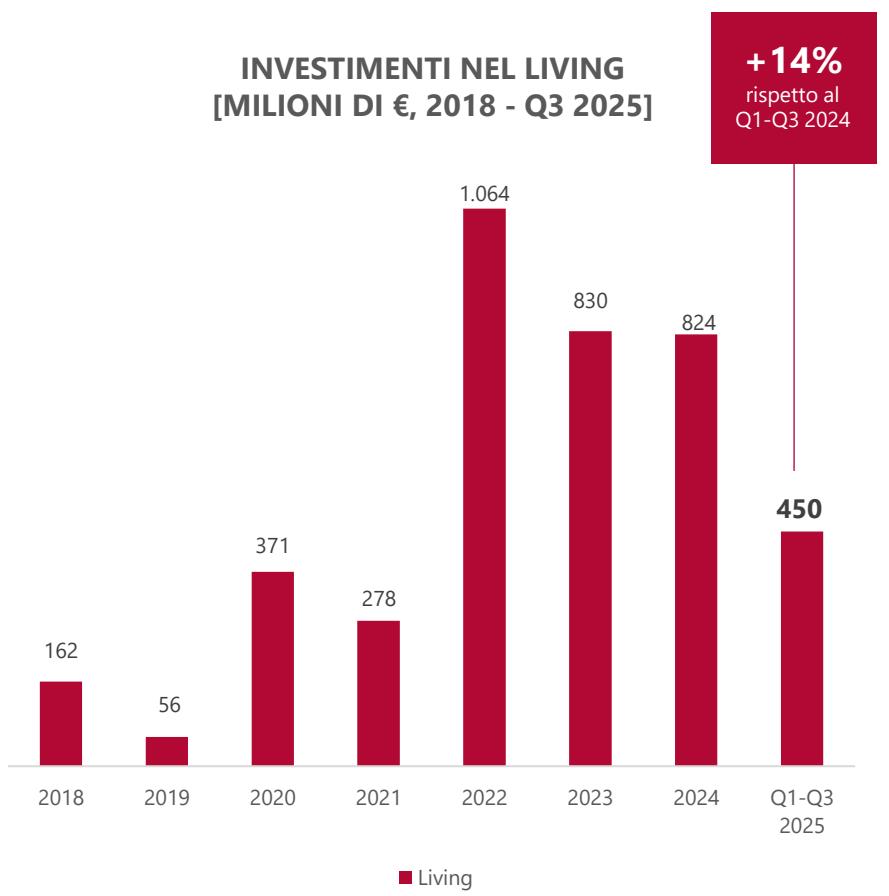
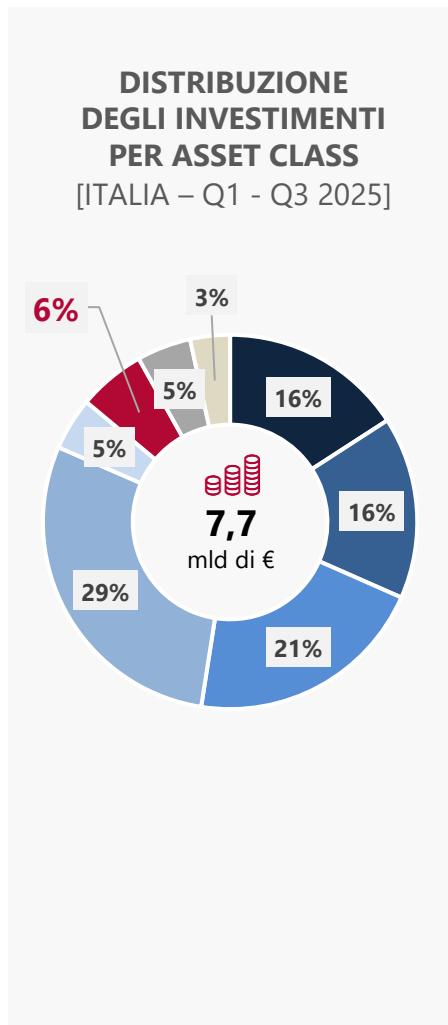
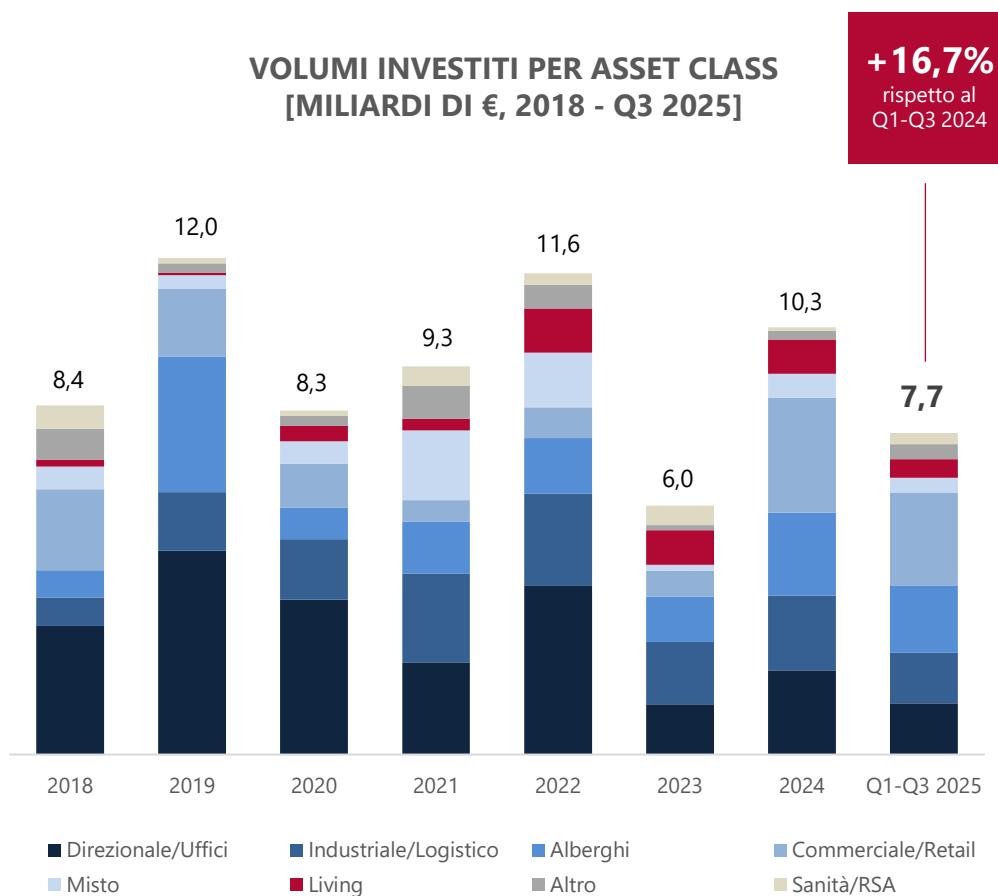
*Qual è il suo livello di conoscenza, interesse o esperienza (attuale o passata) rispetto alle seguenti soluzioni abitative alternative all'acquisto o all'affitto tradizionale di una casa?*



# Investimenti per asset class in Italia

Nei **primi nove mesi del 2025** sono stati **investiti** in Italia un totale di **7,7 miliardi di euro**, **+16,7%** rispetto allo stesso periodo del 2024.

Nel comparto **living** sono stati di circa **450 i milioni di euro** investiti (**+14% YoY**), il **6% del totale**, dato in linea con la media degli ultimi 8 anni.

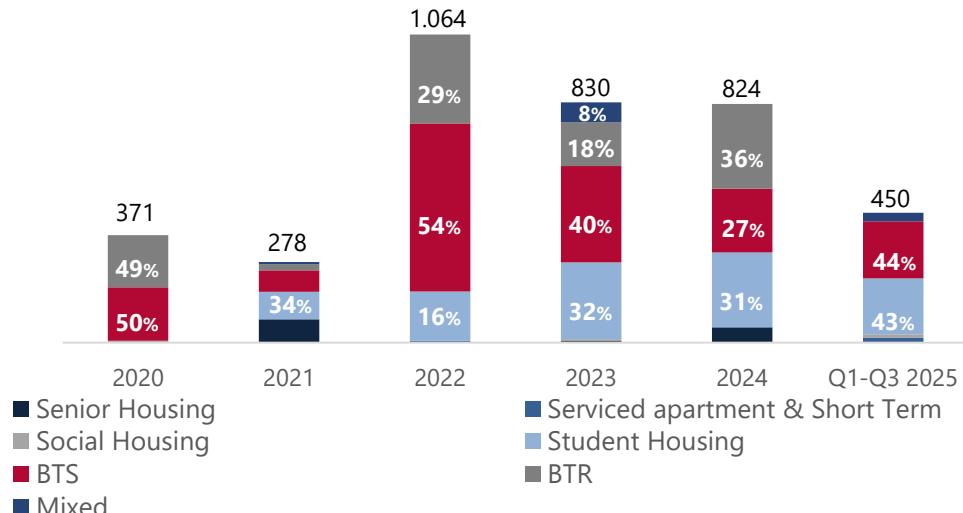


# Le diverse forme di living

Gli **investimenti nel comparto living** dal 2020 ad oggi hanno riguardato per il **42% operazioni di Built to Sell**. La **carenza di alloggi per studenti** nelle principali città universitarie sta spingendo gli investitori ad interessarsi allo **Student Housing**, mentre il **Senior Housing** risulta numericamente **marginale**: tra le principali cause di incertezza ci sono sia aspetti culturali, gli over 65 italiani fanno ancora fatica a lasciare la propria casa, e di accessibilità economica. La maggior parte delle operazioni **Built to Rent e Mixed**, molte delle quali riguardano nuovi sviluppi e riconversioni, si concentrano principalmente **nell'Area metropolitana di Milano**.

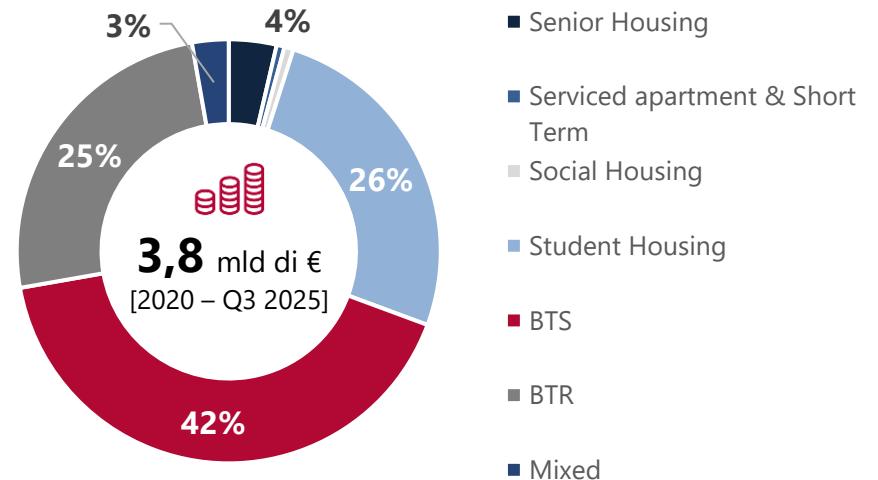
## INVESTIMENTI NEL LIVING PER CATEGORIE

[2020 – Q3 2025, MILIONI DI € E % SUL TOTALE]



## VOLUME DEGLI INVESTIMENTI LIVING PER CATEGORIE

[2020 - Q3 2025, %]



## INVESTIMENTI PER PROVENIENZA DEL CAPITALE [2020 – Q3 2025]

DOMESTICA



36%

STRANIERA



60%

MISTA



1%

N.D.



3%

## DISTRIBUZIONE DEGLI INVESTIMENTI PER ZONA GEOGRAFICA [2020 – Q3 2025]

NORD



75%

CENTRO



8%

SUD & ISOLE



2%

SPARSO



15%

# A ognuno il suo

## *Chi affitta*

**Genere:**

Femmina

**Fascia d'età:**

25-34 anni

**Componenti nucleo familiare:**

1-2

**Reddito complessivo familiare annuo:**

Fino ai 20.000€

**Area geografica di appartenenza:**

Centro

**Livello di istruzione:**

Maturità/Scuola superiore

## *Chi compra*

**Genere:**

Maschio

**Fascia d'età:**

55-64 anni

**Componenti nucleo familiare:**

4+

**Reddito complessivo familiare annuo:**

Oltre 50.000€

**Area geografica di appartenenza:**

Mezzogiorno

**Livello di istruzione:**

Università



# A ognuno il suo

*Chi sperimenta*  
Build to rent

**Genere:**

Non identificato

**Fascia d'età:**

25-34 anni

**Componenti nucleo familiare:**

4+

**Reddito complessivo familiare annuo:**

Fino ai 20.000€

**Area geografica di appartenenza:**

Mezzogiorno

**Livello di istruzione:**

Scuola superiore  
professionale/specializzata

*Chi sperimenta*  
Student Housing

**Genere:**

Non identificato

**Fascia d'età:**

25-34 anni

**Componenti nucleo familiare:**

4+ (nucleo di appartenenza)

**Reddito complessivo familiare annuo:**

Fino ai 20.000€ o oltre i 50.000€

**Area geografica di appartenenza:**

Mezzogiorno

**Livello di istruzione:**

Università

*Chi sperimenta*  
Affordable Housing

**Genere:**

Non identificato

**Fascia d'età:**

25-34 anni

**Componenti nucleo familiare:**

3

**Reddito complessivo familiare annuo:**

Fino ai 20.000€

**Area geografica di appartenenza:**

Nord e Mezzogiorno

**Livello di istruzione:**

Scuola superiore  
professionale/specializzata

# CHIEDICI DI PIÙ



## RESEARCH & DATA INTELLIGENCE

La divisione ha l'obiettivo di rafforzare l'analisi e l'interpretazione dei dati, sia proprietari che di fonti terze, a **supporto delle decisioni operative e strategiche** del Gruppo Gabetti e dei suoi stakeholder.

È accessibile a enti, operatori e investitori tramite **formule on demand**, con servizi e analisi sull'**andamento dei mercati** e dei compatti di riferimento, personalizzabili in base alle esigenze del cliente.

L'**Osservatorio**, con **rilevazioni continue di dati e insight**, fornisce una lettura aggiornata del mercato, delle condizioni abitative, delle preferenze del pubblico e delle tendenze emergenti.



## ADVISORY

**Obiettivo è la valorizzazione.** Fra tutti gli usi tecnicamente possibili, legalmente ammissibili, e finanziariamente fattibili, Patrigest individua quelli potenzialmente in grado di conferire alla proprietà il **massimo valore**.

**Valutare lo stato di salute di un portafoglio** è fondamentale per decidere quali siano le migliori strategie di gestione, valorizzazione o vendita. Patrigest tramite un **check up** completo del patrimonio posseduto elabora un **action plan** per **massimizzarne il rendimento** nel tempo.

Una delle sfide chiave per gli operatori del Real Estate è individuare **usi alternativi** per gli asset in difficoltà. Patrigest propone una consulenza indipendente, informata e pratica sullo studio dei nuovi mercati e di qualsiasi tematica in ambito immobiliare.



## VALUATION

- **Valutazioni** in qualità di Esperto Indipendente per SGR e SICAF,
- Valutazioni ai fini IVASS (Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni),
- Valutazioni per operazioni di ristrutturazioni del debito,
- Valutazioni per finanziamenti "Corporate",
- Perizie di Conferimento ex art. 2465,
- Valutazioni immobiliari per la determinazione della copertura assicurativa,
- Valutazioni per operazioni soggette a crowdfunding, crediti con sottostante immobiliare, portafogli NPL e UTP.

Attraverso la partnership strategica con Fon Valuation Services, Patrigest fornisce servizi di **advisory e valuation anche all'estero**.

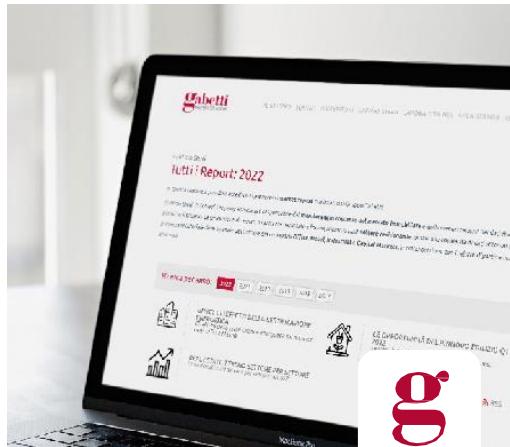
### Research & Data Intelligence

[research@patrigest.it](mailto:research@patrigest.it)

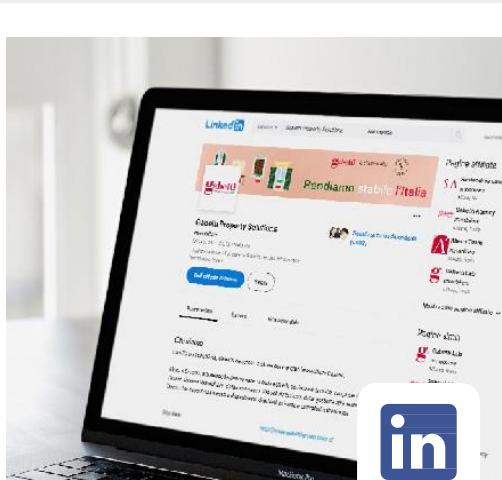
### Advisory & Valuation

[info@patrigest.it](mailto:info@patrigest.it)

# I NOSTRI SOCIAL



Trovi tutti i nostri report  
su [gabettigroup.com](http://gabettigroup.com) nella sezione ufficio Studi



Resta aggiornato sulle prossime uscite seguendo la nostra [pagina linkedin](#)

Il presente report non deve costituire la base per negoziazioni o transazioni senza una specifica e qualificata assistenza professionale. Malgrado i fatti e i dati ivi contenuti siano stati controllati, Gabetti Property Solutions S.p.A. non fornisce alcuna garanzia di accuratezza e veridicità e non assume alcuna responsabilità in ordine ad eventuali danni, diretti o indiretti, di qualsiasi natura, patiti da terzi in relazione al presente report ed alle informazioni in esse contenute. Le informazioni e i dati contenuti nel presente report possono essere riprodotti, in tutto o in parte, e ad essi ne può essere fatto riferimento in pubblicazioni diverse dal presente report a condizione che venga debitamente citata la fonte degli stessi: Gabetti Property Solutions S.p.A. - © Gabetti Property Solutions S.p.A. 2024

**PATRIGEST**  
ADVISORY & VALUATION

**gabetti**

## Research & Data Intelligence

### Giulia Sanna

Deputy Head of Research & Data Intelligence  
[gsanna@patrigest.it](mailto:gsanna@patrigest.it)

### Alessia Motti

Research Analyst  
[amotti@patrigest.it](mailto:amotti@patrigest.it)

### Francesco Cosentino

Research Analyst  
[fcosentino@patrigest.it](mailto:fcosentino@patrigest.it)

### Leonardo Burini

Data Scientist  
[lburini@gabetti.it](mailto:lburini@gabetti.it)

## Coordinamento Scientifico

**Luca Dondi dall'Orologio**  
Amministratore Delegato

**gabetti**  
PROPERTY SOLUTIONS

**Gabetti Property Solutions**  
Via Bernardo Quaranta, 40  
20139 Milano  
Tel. +39 02 775 5301  
[www.gabettigroup.com](http://www.gabettigroup.com)