

## MILLENNIALS TRA AFFITTO E COMPRAVENDITA

**Il 56,9% compra casa, spesso con l'aiuto delle famiglie d'origine**

Si sente sempre più spesso parlare dei Millennials, “popolazione” analizzata e segmentata su più fronti al fine di comprenderne i tratti sociologici e le attitudini di consumo.

Generazione digitale, con la testa nella tecnologia e nel futuro, abituata a viaggiare e andare oltre i confini della geografia. Ma è anche la generazione che si è ritrovata ad affrontare una delle più importanti crisi economiche che ha vissuto il nostro Paese. Questo ha richiesto un naturale allontanamento dall'idea del posto fisso ed una maggiore mobilità sul territorio con due conseguenze: uscita dalla famiglia di origine oltre i 30 anni e meno interesse per la casa di proprietà, a cui tra l'altro difficilmente avrebbero accesso.

Nel secondo semestre del 2017 dalle **analisi del Gruppo Tecnocasa** risulta che, **tra chi appartiene alla fascia di età tra 18 e 34 anni, il 43,1% ha scelto immobili in affitto e il 56,9% lo ha comprato**. Rispetto ad un anno fa **cresce la percentuale di chi acquista** a discapito di chi va in affitto, nel secondo semestre del 2016 infatti le percentuali erano rispettivamente del 47,9% e del 52,1%. Dalle interviste realizzate alle agenzie Tecnocasa e Tecnorete emerge che, nell'acquisto della casa, i giovani sono aiutati dai genitori in maniera importante e in alcuni casi totalmente.

Nella fascia di età compresa tra 18 e 34 anni le tipologie immobiliari più acquistate sono i trilocali (39,5%), a seguire i bilocali (19,6%) e le soluzioni indipendenti e semindipendenti (18,5%). Il 66,4% degli acquirenti è rappresentato da coppie e coppie con figli, mentre il 33,6% è single.

Tra coloro che hanno optato per la locazione il 40,8% lo ha fatto per scelta abitativa, il 42,6% per motivi legati al lavoro ed il 16,6% per motivi di studio. Le tipologie più affittate da coloro che hanno un'età compresa tra 18 e 34 anni sono il bilocale (44,2%) ed il trilocale (29,8%). Il contratto di locazione predominante è quello a canone libero (50,1%), a seguire quello a canone concordato (24,1%) ed infine il transitorio (25,8% contro il 19,7% registrato a livello nazionale, a conferma della mobilità che caratterizza il target analizzato).