

# LE DONNE E LA CASA

## Quando il mercato si tinge di rosa

*In occasione della Festa della Donna, l'Ufficio Studi del Gruppo Tecnocasa ha analizzato il mercato di alcune tipologie immobiliari osservando nel dettaglio le scelte e i comportamenti delle donne. In alcuni casi sono stati rilevati dati interessanti che indicano che anche dal punto di vista degli acquisti le "quote rosa" occupano una fetta di mercato sempre più importante. A dimostrazione del fatto che la componente femminile riesce, può e vuole muoversi sempre più in modo indipendente ed autonomo anche nel mercato immobiliare.*

### DONNE A MILANO E A ROMA

Milano sappiamo che è la città che sta resistendo meglio a questa fase di mercato ed è quella che, negli anni, ha offerto una rivalutazione eccellente: dal 1998 infatti il valore degli immobili si è praticamente raddoppiato.

In città, nel 2020, **il 36,4% degli acquisti è stato portato a termine da donne**. L'Ufficio Studi Gruppo Tecnocasa ha notato una particolare **concentrazione di presenza femminile in alcuni quartieri semiperiferici, ad ovest della città**. La spiegazione potrebbe essere la presenza di 2 linee della metropolitana (lilla e rossa) dal momento che una delle variabili particolarmente ponderata nella **scelta della casa al femminile è il collegamento con il posto di lavoro o con l'università quando ad acquistare sono studentesse** aiutate dalla famiglia. Buona percentuale anche nei quartieri che ospitano strutture ospedaliere e che potrebbe spiegarsi con l'elevata percentuale di presenza femminile nelle strutture sanitarie italiane

A Roma gli acquisti realizzati da donne sono pari al **35,6% del totale e di questi 16,4% sono stati fatti con finalità di investimento**.

Nella Capitale tra i quartieri preferiti dalle donne, soprattutto in città di vaste dimensioni, ci sono quelli **serviti dalla metropolitana**, che conferma come per una donna e ancora di più in una grande città come siano importanti i collegamenti veloci.

### DONNE E SOLUZIONI INDIPENDENTI

Nel 2020 le **compravendite immobiliari residenziali** sono state così ripartite: 32,8% realizzate da coppie, **28,2% realizzate da donne** e 39,0% da uomini.

Limitandoci ad analizzare solo **l'universo femminile si scopre che il 14,7% di esse ha scelto le soluzioni indipendenti e semindipendenti**, con un leggero aumento rispetto ad un anno fa. Sicuramente un effetto della pandemia e del lockdown che ha portato a scegliere questo tipo abitazione. Al primo posto tra le tipologie preferite dalle donne si piazza la **casa indipendente scelta dal 23,7% delle donne**, seguita da quella semindipendente (17,8%) e dalle ville singole (15,7%). Inoltre, rispetto al 2019 le percentuali non hanno subito importanti variazioni su queste soluzioni ma è interessante l'incremento dell'1,1% di compravendite di rustici che raccolgono il 6,3% degli acquisti e l'aumento dello 0,9% di case semindipendenti.

### DONNE E CASA VACANZA

Sul **segmento turistico** l'acquisto di casa vacanza vede, come immaginabile, una prevalenza di acquisti fatti da famiglie (36,1%) ma è comunque **interessante la percentuale di donne, pari al 28,3%**. Il mare è la scelta più gettonata (78%), seguita dal lago (11,4%) e dalla montagna (10,6%).

Tra le regioni scelte per il mare spiccano l'Abruzzo, il Lazio e la Liguria, in particolare le località a misura di famiglia e con spiagge attrezzate. Tra le località scelte ce ne sono alcune che, negli ultimi anni, sono state certificate con la Bandiera Blu e questo dimostrerebbe una maggiore attenzione alla qualità dell'ambiente e delle acque.

Per la montagna spicca il Trentino mentre il lago di Garda, soprattutto la sponda veronese, è la scelta più ambita.

Si tratta di zone che negli ultimi anni hanno investito molto sull'offerta ai turisti in termini di **wellness e benessere, aspetti verso cui l'universo femminile ha sempre dimostrato una particolare predilezione** e in piste ciclabili, anche queste molto apprezzate soprattutto negli ultimi tempi

## **DONNE E BOX**

Il **box** è una forma di investimento che vede protagonisti soprattutto acquirenti uomini. Infatti, il 54,8% di uomini che ha acquistato questa tipologia lo ha fatto per investimento. Una **forma di impiego del capitale che però le donne non disdegnano dal momento che il 39,1% lo fa con questo intento.**

Inoltre, è importante ricordare che il box rispetto ad un appartamento ha una gestione più semplice e offre comunque un interessante rendimento, intorno al 6% annuo lordo.