



## Verso le partenze di agosto VACANZE NELLA SECONDA CASA METE PREFERITE LIGURIA, LOMBARDIA, TOSCANA, SARDEGNA

*Cliente con bambini un acquirente su cinque (era uno su tre)  
Mentre il mercato rallenta nel 2010: acquisti -30%*

Milano, 28 luglio 2010. Verso le partenze di agosto, c'è chi risparmia e va nella seconda casa. Sono le famiglie con bambini le protagoniste del mercato delle seconde case: è per loro più di una vendita su cinque (21,2%), ma in diminuzione dallo scorso anno, erano uno su tre, a loro anche quasi un contratto d'affitto su quattro. Crescono gli investitori, tra imprenditori (11,5%, erano il 3% lo scorso anno) e professionisti (19,2%, era no 15,2%). Ma calano gli acquisti delle seconde case in Italia (-30%): è un altro degli effetti dell'attuale crisi. E per i milanesi che possono permetterselo (il costo medio per un appartamento di 55 metri quadri supera i 200 mila euro) il mare rimane la meta più gettonata (25%), in particolare quello ligure (33%). Soprattutto per fare un investimento (26,9%), ma anche per vacanze (21,2%).

**Le seconde case acquistate.** Le località italiane più gettonate? Cinque Terre (10%), Costa Smeralda (10%), Riviera Romagnola (8%), Versilia (8%), Lago di Garda (8%), Portofino e golfo del Tigullio (6%), Courmayeur (6%), Lago Maggiore (6%), Lago di Como (4%), Valtellina (4%).

Ma che cosa si cerca nell'acquisto? L'importante è che sia facilmente raggiungibile da Milano (29%), soprattutto in auto (44%) con un tragitto non superiore alle due/tre ore, anche se il panorama e il verde ha il suo valore (per l'8% in entrambi i casi). Ma il 35% per acquistare ricorre al mutuo.

**Le seconde case affittate.** Una trattativa di affitto su cinque riguarda una seconda casa, localizzata per lo più in città (27%) o al mare (23%) e che per il 23% va alle famiglie. Si tratta di un appartamento in media di 63 metri quadri. Ma se si vuole affittare una seconda casa bisogna spendere in media quasi 9 mila euro all'anno.

Sono questi alcuni dei dati che emergono da un'indagine della Camera di commercio (attraverso Osmi-Borsa Immobiliare) e F.I.M.A.A. Milano, Collegio Agenti d'Affari in mediazione della Provincia di Milano, aderente all'Unione del Commercio - Confcommercio, realizzata su circa cinquanta mediatori immobiliari a luglio 2010.

*“Le seconde case risentono dell'attuale situazione di crisi - ha commentato **Antonio Pastore**, presidente di Borsa Immobiliare, azienda speciale della Camera di commercio di Milano -. Tuttavia le case al mare risultano la tipologia più ambita dai milanesi, soprattutto dalle famiglie. Per queste l'acquisto della seconda casa migliora la qualità della vita”.*

*“La seconda casa ormai è una soluzione concreta per la vacanza: non solo i fine settimana, ma anche altri periodi. E comunque rimane un'opportunità d'investimento - osserva **Lionella Maggi**, presidente di F.I.M.A.A. Milano (aderente all'Unione del commercio - Confcommercio) -. L'acquirente milanese resta molto selettivo puntando sulla comodità. Quindi la seconda casa dev'essere raggiungibile e di facile accesso”.*

# Indagine della Camera di commercio di Milano (attraverso Osmi-Borsa Immobiliare) e FIMAA Milano, Collegio Agenti d'Affari in mediazione della Provincia di Milano, realizzata su oltre cinquanta mediatori immobiliari a luglio 2010.

1) Sul totale della compravendita di immobili di cui la sua agenzia si è occupata nell'ultimo anno, quante riguardano seconde case?  
non so/non risponde: 1 (1.9%)  
0%: 19 (36.5%)  
meno del 10%: 19 (36.5%)  
tra 10% e 20%: 6 (11.5%)  
tra 20% e 40%: 1 (1.9%)  
tra 40% e 60%: 1 (1.9%)  
tra 60% e 80%: 3 (5.8%)  
oltre l'80%: 1 (1.9%)  
Altro: 1 (1.9%)

2) Di queste ultime, quante sono localizzate a Milano? (% sul tot.)  
Non so/non risponde: 7 (13.5%)  
0%: 23 (44.2%)  
meno del 10%: 8 (15.4%)  
tra 10% e 20%: 2 (3.8%)  
tra 20% e 40%: 2 (3.8%)  
tra 40% e 60%: 0 (0%)  
tra 60% e 80%: 2 (3.8%)  
oltre 80%: 6 (11.5%)  
Altro: 2 (3.8%)

3) Sul totale dei contratti di locazione di cui la sua agenzia si è occupata nell'ultimo anno, quanti riguardano seconde case?  
Non so/non risponde: 5 (9.6%)  
0%: 23 (44.2%)  
meno del 10%: 5 (9.6%)  
tra 10% e 20%: 5 (9.6%)  
tra 20% e 40%: 1 (1.9%)  
tra 40% e 60%: 5 (9.6%)  
tra 60% e 80%: 0 (0%)  
oltre 80%: 8 (15.4%)  
Altro: 0 (0%)

4) Le seconde case che si acquistano, sono per lo più localizzate  
Non so/non risponde: 18 (34.6%)  
Al mare: 13 (25%)  
In montagna: 1 (1.9%)  
In campagna: 0 (0%)  
Al lago: 2 (3.8%)  
All'estero: 1 (1.9%)  
In città italiane: 14 (26.9%)  
Altro: 3 (5.8%)

5) Le seconde case che si affittano, sono per lo più localizzate  
Non so/non risponde: 21 (40.4%)  
Al mare: 12 (23.1%)  
In montagna: 1 (1.9%)  
Al lago: 1 (1.9%)  
In città italiane: 14 (26.9%)  
Altro: 3 (5.8%)

6) Quali le località più gettonate all'estero per acquistare seconde case? (Risposta Multipla)  
Non so/non risponde: 27 (51.9%)  
Costa Azzurra: 9 (17.3%)  
Mar Rosso: 2 (3.8%)  
Svizzera: 1 (1.9%)  
Londra: 3 (5.8%)  
Parigi: 2 (3.8%)  
Barcellona: 2 (3.8%)  
New York: 3 (5.8%)  
Est Europa: 1 (1.9%)  
Altro: 2 (3.8%)

7) Quali sono le località italiane più gettonate per acquistare seconde case? (Risposta Multipla)  
Non so/non risponde: 19 (36.5%)  
Courmayeur: 3 (5.8%)  
Valtellina: 2 (3.8%)  
Cortina: 1 (1.9%)  
Cinque terre: 5 (9.6%)  
Isola Elba: 1 (1.9%)  
Riviera Romagnola: 4 (7.7%)  
Lago Como: 2 (3.8%)  
Golfo del Tigullio (Portofino): 3 (5.8%)  
Lago Garda: 4 (7.7%)  
Versilia: 4 (7.7%)  
Lago Maggiore: 3 (5.8%)  
Costa Smeralda: 5 (9.6%)  
Altro: 4 (7.7%)

8) Quali sono le regioni italiane più gettonate per acquistare seconde case? (Risposta Multipla)  
Non so/non risponde: 15 (28.8%)  
Calabria: 1 (1.9%)

Emilia Romagna: 2 (3.8%)  
Friuli: 1 (1.9%)  
Liguria: 17 (32.7%)  
Lombardia: 9 (17.3%)  
Sardegna: 5 (9.6%)  
Toscana: 6 (11.5%)  
Trentino: 1 (1.9%)  
Valle d'Aosta: 3 (5.8%)  
Veneto: 1 (1.9%)

9) Quale è la dimensione media di una seconda casa acquistata?  
non so/non risponde: 19 (36.5%)  
meno di 30 mq: 1 (1.9%)  
tra 30 e 50 mq: 9 (17.3%)  
tra 50 e 75 mq: 22 (42.3%)  
tra 75 e 100 mq: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

10) Quale è la tipologia di una seconda casa acquistata?  
non so/non risponde: 20 (38.5%)  
appartamento: 30 (57.7%)  
villa con giardino: 1 (1.9%)  
casa indipendente: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

11) Quale è la dimensione media di una seconda casa affittata?  
non so/non risponde: 21 (40.4%)  
tra 30 e 50 mq: 9 (17.3%)  
tra 50 e 75 mq: 18 (34.6%)  
tra 75 e 100 mq: 3 (5.8%)  
tra 100 e 300 mq: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

12) Quale è la tipologia di una seconda casa affittata?  
non so/non risponde: 20 (38.5%)  
appartamento: 29 (55.8%)  
villa con giardino: 2 (3.8%)  
casa indipendente: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

13) Per quanto tempo in media si affitta una seconda casa?  
non so/non risponde: 23 (44.2%)  
1 settimana: 1 (1.9%)  
2 settimane: 4 (7.7%)  
un mese: 6 (11.5%)  
stagionale: 9 (17.3%)  
anno: 7 (13.5%)  
Altro: 2 (3.8%)

14) Perché si compra una seconda casa?  
non so/non risponde: 16 (30.8%)  
vacanze: 11 (21.2%)  
investimento: 14 (26.9%)  
per affittarla: 8 (15.4%)  
figli: 2 (3.8%)  
relax: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

15) Quanto costa in media al metro quadro acquistare una seconda casa in Italia (nuova, in centro o con vista mare o vicino piste sci)?  
non so/non risponde: 22 (42.3%)  
2000 euro: 6 (11.5%)  
2500 euro: 1 (1.9%)  
3000 euro: 7 (13.5%)  
3500 euro: 5 (9.6%)  
oltre 3500 euro: 11 (21.2%)  
Altro: 0 (0%)

16) Quanto costa in media affittare all'anno una seconda casa (nuova con vista mare o vicino piste sci)?  
non so/non risponde: 26 (50%)  
fino a 5000 euro: 2 (3.8%)  
tra 5 e 8 mila euro: 7 (13.5%)  
tra 8 e 10 mila euro: 10 (19.2%)  
tra 10 e 15 mila euro: 6 (11.5%)  
oltre 15 mila euro: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

17) Cosa vogliono soprattutto i milanesi da una seconda casa?  
non so/non risponde: 17 (32.7%)  
spazi benessere: 1 (1.9%)  
bel panorama: 4 (7.7%)  
verde (giardino): 4 (7.7%)  
raggiungibilità di Milano: 15 (28.8%)

vicinanza di Milano: 3 (5.8%)  
vicinanza servizi: 5 (9.6%)  
posto macchina: 1 (1.9%)  
Altro: 2 (3.8%)

18) Quanto è cresciuta la tendenza alla seconda casa in 10 anni?  
non so/non risponde: 26 (50%)  
è rimasta stabile: 2 (3.8%)  
meno del 20%: 7 (13.5%)  
tra 20% e 30%: 4 (7.7%)  
tra 30% e 40%: 4 (7.7%)  
tra 40% e 50%: 6 (11.5%)  
tra 50% e 60%: 2 (3.8%)  
tra 60% e 70%: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

19) Negli ultimi 10 anni quanto ha guadagnato (perso) chi ha comprato a Milano rispetto a una seconda casa?  
non so/non risponde: 23 (44.2%)  
guadagnato niente: 2 (3.8%)  
guadagnato meno del 20%: 6 (11.5%)  
guadagnato tra 20% e 50%: 10 (19.2%)  
guadagnato 50% e 100%: 4 (7.7%)  
uguale entrambe: 3 (5.8%)  
perso niente: 3 (5.8%)  
perso meno del 20%: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)

20) Chi cerca di comprare le seconde case?  
non so/non risponde: 18 (34.6%)  
coppie: 3 (5.8%)  
anziani: 3 (5.8%)  
famiglie con bambini: 11 (21.2%)  
professionisti: 10 (19.2%)  
imprenditori: 6 (11.5%)  
Altro: 1 (1.9%)

21) Chi cerca di affittare una seconda casa?  
non so/non risponde: 24 (46.2%)  
coppie: 3 (5.8%)  
anziani: 1 (1.9%)  
famiglie con bambini: 12 (23.1%)  
impiegati: 1 (1.9%)  
professionisti: 4 (7.7%)  
imprenditori: 5 (9.6%)  
studenti: 1 (1.9%)  
Altro: 1 (1.9%)

22) In che percentuale fanno un mutuo per l'acquisto?  
non so/non risponde: 19 (36.5%)  
0%: 2 (3.8%)  
meno del 20%: 10 (19.2%)  
da 20% a 50%: 12 (23.1%)  
da 50% a 80%: 7 (13.5%)  
oltre 80%: 2 (3.8%)  
Altro: 0 (0%)

23) Sono richieste abitazioni preferibilmente raggiungibili con?  
non so/non risponde: 19 (36.5%)  
auto: 23 (44.2%)  
corriera: 3 (5.8%)  
treno: 5 (9.6%)  
Altro: 2 (3.8%)

24) E con tragitto di durata?  
non so/non risponde: 24 (46.2%)  
max 1 ora di auto: 6 (11.5%)  
tra 1 e 2 ore di auto: 9 (17.3%)  
tra 2 e 3 ore di auto: 10 (19.2%)  
oltre 3 ore di auto: 1 (1.9%)  
tra 2 e 3 ore di treno: 2 (3.8%)  
Altro: 0 (0%)

25) Come incide la crisi sugli acquisti delle seconde case in Italia?  
Non so/non risponde: 19 (36.5%)  
Non incide, gli acquisti restano uguali: 4 (7.7%)  
Si riducono gli acquisti tra 0% e 5%: 1 (1.9%)  
Si riducono gli acquisti tra 5% e 10%: 2 (3.8%)  
Si riducono gli acquisti tra 10% e 30%: 9 (17.3%)  
Si riducono gli acquisti tra 30% e 50%: 8 (15.4%)  
Si riducono gli acquisti tra 50% e 70%: 6 (11.5%)  
Si riducono gli acquisti tra 70% e 100%: 2 (3.8%)  
Aumentano gli acquisti tra 0% e 5%: 1 (1.9%)  
Altro: 0 (0%)