

La seconda casa è anche un buon investimento

di Gianni Guerrieri

Nei giorni dal 15 al 17 aprile si è tenuto a Venezia il *Tourism Real Estate Expo*, la prima rassegna dedicata all'immobiliare dedicato al turismo.

In quella occasione sono stati presentati, in un *workshop*, alcuni dati sul mercato delle abitazioni presso le località turistiche.

Una prima questione che si pone è quella infatti di specificare cosa si vuole monitorare ed osservare. Nell'ambito del settore turistico, l'immobiliare entra sotto almeno tre aspetti:

1. informazioni sul mercato delle locazioni temporanee;
2. informazioni sulle nuove costruzioni per la ricettività turistica;
3. informazioni sul mercato della compravendita delle abitazioni.

Quello che, mediante i dati dell'Agenzia del territorio, si può per ora osservare riguarda il terzo punto.

Una seconda questione, una volta definito il campo di osservazione, è quali territori occorre monitorare. In effetti, la definizione di *Comune turistico*, se è chiara intuitivamente, risulta non semplice da adottare sulla base delle informazioni disponibili. Uno dei criteri normalmente usati è quello di assegnare l'attributo di "turistico" ad un Comune in proporzione alla specifica capacità ricettiva. Si tratta dei posti letto disponibili presso alberghi, pensioni, residenze per ferie e tutte le altre strutture capaci di accogliere per dormire coloro che intendono passare una vacanza, breve o lunga non importa, in un dato luogo.

Attraverso questo criterio, tuttavia, non si riescono a selezionare quei luoghi di villeggiatura a bassa o nulla ricettività nel senso sopra indicato, ma assolutamente frequentati da turisti che alloggiano in seconde case di loro proprietà o in affitto (pur se queste ultime, qualora registrate dovrebbero essere riconosciute dall'Istat).

L'Agenzia del territorio ha potuto realizzare, nell'ambito dell'analisi degli acquirenti e dei venditori, un incrocio tra il Comune in cui è ubicata l'abitazione acquistata e quello in cui risiede l'acquirente. In questo modo si può definire un *mercato comunale*, costituito dagli acquisti effettuati da soggetti che risiedono nello stesso Comune in cui è ubicata l'abitazione acquistata e un *mercato extracomunale*, dato ovviamente dagli acquisti di abitazioni effettuati in un certo comune da acquirenti che risiedono in altri comuni.

È presumibile che laddove la quota del mercato extracomunale sia piuttosto elevata, siamo in presenza di un mercato delle *seconde case* ad uso villeggiatura e, conseguentemente, il Comune può essere classificato anch'esso *turistico* sebbene abbia eventualmente poca o scarsa ricettività nel senso classico.

L'Agenzia del territorio ha dunque anzitutto selezionato i Comuni turistici in base alla presenza di uno dei due dei seguenti criteri.

- a. Dai dati Istat per ciascun comune è stata calcolata la somma dei posti letto (per ogni tipo di ricettività turistica). Questo ammontare è stato posto in rapporto alla popolazione residente e si è ottenuto un indice relativo di capacità ricettiva (ICR), ovvero il numero di posti letto ogni 1.000 abitanti. A questo punto sono stati selezionati tutti i Comuni con $icr > 0,3$ (300 posti letto ogni 1000 abitanti);

- b. L’Agenzia del territorio ha poi stimato per ciascun comune la quota di abitazioni acquistate da soggetti non residenti nel comune ove e’ ubicata l’abitazione acquistata (*mercato extracomunale*). Sono stati selezionati tutti i Comuni in cui questo mercato extracomunale pesa almeno per 1/3 sul totale delle compravendite e abbia una dimensione minima di 20 abitazioni acquistate all’anno.

Si è ottenuto, escludendo tutti i Comuni capoluoghi di provincia, un numero dei Comuni che risponde ad entrambi i criteri o solo ad uno di essi (1.275 Comuni).

Per questi Comuni si è poi osservato l’andamento delle compravendite e dei prezzi.

Anzitutto si osserva dal grafico 1, che in termini di compravendite la crisi non risparmiato le località turistiche pur registrando qualche punto in meno di riduzione percentuale.

In particolare, le abitazioni acquistate nelle località turistiche (nel grafico NTN Italia, mentre NTN nazionale e riferito a tutti i Comuni italiani) passano da circa 72.000 del I semestre 2004 alle 79.066 del II semestre 2010. Scendono a 58.287 nel II semestre 2009.

Per quanto concerne le quotazioni medie, esse aumentano del 38% nelle località turistiche tra il I semestre 2004 ed il II semestre 2009, mentre del 28,7% nella media nazionale. Quindi le «seconde case» nelle località turistiche hanno avuto una crescita di valore di quasi 10 punti superiore nell’ultimo quinquennio, rispetto alla media dei Comuni italiani.

Il grafico 2, riporta l’andamento nazionale delle quotazioni.

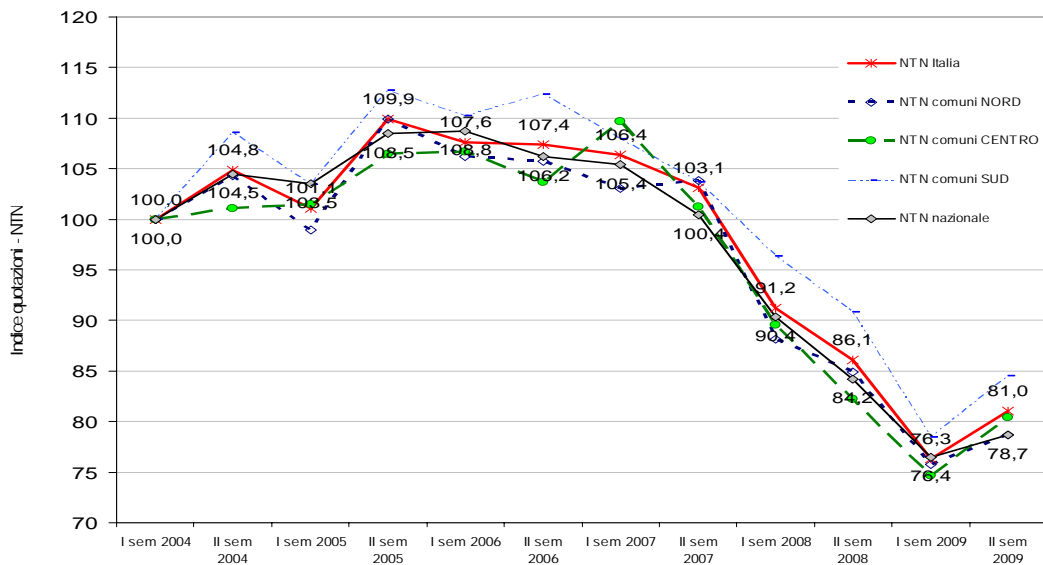
L’effetto dell’andamento delle compravendite e delle quotazioni produce l’andamento del valore di scambio delle abitazioni (fatturato). Quest’ultimo nelle località turistiche mostra un calo minore che nella media dell’Italia.

Ottenere informazioni sull’immobiliare connesso al fenomeno turistico non è agevole. Questi primi dati possono essere senz’altro affinati e migliorati, soprattutto per comprendere le diversità interne alle località turistiche. Non vi è dubbio che la “seconda casa” in tali località, oltre al valore d’uso, mantiene una caratteristica di investimento da non sottovalutare date le *performance* in termini di prezzi che le contraddistingue almeno in media.

	Criterio a) e b)	Criterio a)	Criterio b)	Totale
N. COMUNI	302	344	629	1275
Quota % mercato extracomunale totale	70,69%	61,15%	53,07%	59,43%

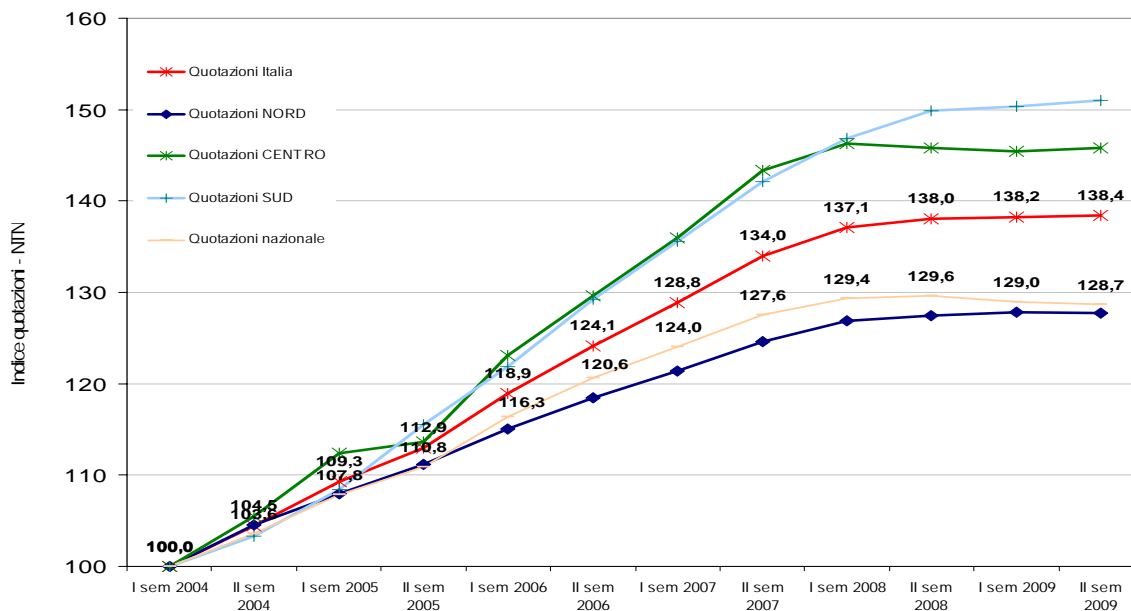
Fonte Agenzia del Territorio

Grafico 1 – andamento compravendite abitazioni località turistiche



Fonte Agenzia del Territorio

Grafico 2 – andamento quotazioni



Fonte Agenzia del Territorio

(da la PROPRIETA' EDILIZIA di Maggio 2010)