

CasaDoxa 2022: per gli italiani la casa è sempre più centrale nel “buon vivere”

I dati della 5ª edizione dell'Osservatorio CasaDoxa sugli italiani e la casa presentati in un evento organizzato da BVA Doxa e FIMAA Milano Lodi Monza Brianza

Milano, 19 ottobre 2022 – Voglia di maggiori spazi, grande attenzione alla sostenibilità economica ed energetica, ricerca di qualità della vita: gli italiani rinsaldano il rapporto che hanno con la loro casa, che diventa ancora più importante nelle loro vite. È il quadro che emerge da **CasaDoxa 2022**, la **quinta edizione dell'Osservatorio nazionale sugli italiani e la casa di BVA Doxa** che fotografa i cambiamenti in atto nella società e nelle case degli italiani, intervistando ogni anno un campione rappresentativo di **7.000 famiglie**.

L'Osservatorio è nato nel 2018 per mettere in collegamento la domanda – influenzata dalle abitudini, dai comportamenti e dai desideri degli italiani in relazione alla casa – e l'offerta proposta dall'ampia gamma di aziende operanti nell'"ecosistema casa", quali banche, assicurazioni, utilities, arredamento, elettronica di consumo, tecnologia, fitness, entertainment, food, logistica, oltre al real estate e alle costruzioni.

I risultati dell'Osservatorio vengono presentati oggi mercoledì 19 ottobre in un evento tornato in presenza – fruibile anche in streaming [registrandosi qui](#) - dopo due edizioni online. L'incontro, dal titolo “**CasaDoxa 2022 - Evoluzione del vivere e dell'abitare**”, è organizzato da **BVA Doxa**, in partnership con **FIMAA Milano Lodi Monza Brianza** (Associazione degli agenti immobiliari aderente a Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza).

Introduce i lavori (condotti dalla giornalista Irene Elisei, Class CNBC) **Vincenzo Albanese**, presidente FIMAA Milano Lodi Monza Brianza; presenta i dati dell'indagine **Paola Caniglia**, Partner & Head of BU Living & Retail BVA Doxa.

Intervengono (in due panel): **Laura Salvadori**, E.ON; **Raffaele Attanasio**, Hines; **Daniele Pastore**, Intesa Sanpaolo Casa; **Elena Stoppioni**, L22 ESG; **Giovanni Maria Mancini**, Top Life Concierge; **Giuseppe Nunziata**, Decathlon; **Alberto Dolcetta**, Glovo; **Francesco De Vita**, Ikea; **Francesco Cordani**, Samsung; **Bruno Cerella**, Slums Dunk.

Tra i due panel è inoltre previsto un intervento di **Elga Corricelli**, Co Founder Osservatorio Ricerca Felicità e Advisory Board Member Lifegate. Conclude i lavori **Monica Bernardi**, docente ricercatrice Università Bicocca – settore Sociologia dell'ambiente e del territorio.

Rispetto agli anni precedenti, 1 milione di famiglie in più si è messo in movimento per cambiare la propria casa e 700.000 famiglie in più si è dotato di una seconda casa, in affitto o in proprietà.

Gli italiani cercano più spazi, interni ed esterni con un incremento del 36% che desidera una stanza in più e del 12% che vuole un terrazzo o un giardino, dichiarandosi disponibili ad allontanarsi dal centro, pur di avere più spazio.

C'è una maggiore apertura nei confronti di soluzioni innovative per l'approvvigionamento energetico, con 6 persone su 10 che si dicono propense ad aderire ad una comunità energetica nel proprio condominio o nel quartiere, qualora questa si costituisse.

La sensibilità ai temi dell'ambiente si traduce sempre più in gesti concreti e quotidiani: il 78% dichiara di spegnere le luci ogni volta che esce da una stanza (+18% rispetto al 2019); il 72% utilizza lavastoviglie e lavatrici solo quando sono a pieno carico (+24%); il 66% sceglie prodotti ad alta efficienza energetica (+21%) e il 57% tiene il riscaldamento al minimo (+34%).

Il dato più significativo è che il 68% degli italiani passa più tempo in casa facendo anche attività che prima non faceva: +33% a pranzo, +36% a cena, +42% a guardare film e serie tv, +31% a lavorare e +26% a fare fitness e tenersi in forma.

In sintesi, si sta affermando una nuova **“progettualità del buon vivere”**:

- cambiano ritmi e modalità con cui si svolgono le attività del quotidiano
- entra il digitale nelle case degli italiani che ne apprezzano le potenzialità
- cresce l'avversione allo spreco, anche del tempo, per spostamenti evitabili.

*“Tutti i cambiamenti che abbiamo dovuto affrontare - commenta **Paola Caniglia, Head of Living & Retail di BVA Doxa** - hanno ridisegnato le nostre case, il nostro modo di viverle e, soprattutto, la nostra relazione con esse. La casa ha assunto una forte rilevanza perché diventa il fulcro del nostro nuovo progetto esistenziale. Una diversa attenzione al tempo, al lavoro, al digitale, alla sostenibilità hanno messo in discussione i nostri tradizionali percorsi di vita e ci indica che è in corso un ribaltamento della prospettiva gravitazionale casa-lavoro”.*

*“L'Osservatorio CasaDoxa sugli italiani che noi presentiamo assieme a Doxa rafforzando un consolidato rapporto di collaborazione - afferma **Vincenzo Albanese, presidente di FIMAA Milano Lodi Monza Brianza** - offre molteplici spunti di riflessione non soltanto per gli operatori immobiliari, ma più in generale per le imprese del terziario. Si fotografa, infatti, l'evoluzione del vivere e dell'abitare i cui aspetti incidono sui comportamenti di fruibilità delle nostre città. E nell'investimento*



casa hanno un ruolo di primo piano il benessere con la scelta dei materiali, la sostenibilità ambientale ed energetica, i servizi che un complesso condominiale deve saper offrire. Nei desideri di spesa l'efficienza energetica è particolarmente importante, e non potrebbe essere altrimenti in questo periodo. E la casa, rispetto a prima della pandemia, è diventata molto più importante come luogo dove si svolgono tante attività: di lavoro e svago. Un vero e proprio hub anche per ricevere prodotti. Di queste tendenze il mercato deve tenere conto".

BVA Doxa

Doxa è la prima società di ricerche di mercato in Italia e tra le prime in Europa, con un percorso di continua innovazione che l'ha portata a essere leader sia nelle metodologie di ricerca più tradizionali sia in quelle più evolute, come la raccolta di dati e insights dalle digital communities e l'applicazione degli insegnamenti della behavioural science. L'esperienza consolidata spazia dai grandi studi di scenario, alle analisi delle relazioni delle aziende con i propri clienti (CX), agli approfondimenti su brand, innovazione di prodotto/servizio, distribuzione (Retail), comunicazione e comprensione delle dinamiche di scelta, acquisto e consumo.

Dal 2019 fa parte di BVA Group, che opera con proprie sedi in Europa, USA e Asia, rappresentando una delle realtà più importanti nel campo delle ricerche di mercato su scala internazionale. Da giugno 2022 è Società Benefit. Per maggiori informazioni visitare www.bva-doxa.com

FIMAA Milano Lodi Monza Brianza

FIMAA Milano Lodi Monza e Brianza è il Collegio Agenti d'Affari in Mediazione di Milano, Lodi, Monza Brianza e Province dal 1945. È la più antica e la più importante Associazione che riunisce e rappresenta diverse professionalità: Agenti Immobiliari – Mediatori di Immobili e di Aziende -, Mediatori Creditizi, Agenti in Attività finanziaria, Agenti in Servizi Vari e Mediatori merceologici.

È Socio costituente di Confcommercio Milano Lodi Monza e Brianza, partecipa al Gruppo Giovani Imprenditori e a Terziario Donna. È tra i fondatori del Network dell'Abitare di Qualità.

È la più importante e numerosa Associazione Provinciale di F.I.M.A.A. – Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari aderente Confcommercio – Imprese per l'Italia.

Ufficio stampa BVA Doxa

Augusta Leante

augusta.leante@consultant.bva-doxa.com

+39 342 3249390

Ufficio stampa Confcommercio

Milano, Lodi, Monza e Brianza

relazioni.esterne@unione.milano.it

+39 02 7750222