

MERCATO ABITATIVO: COME
SOSTENERE LA DOMANDA

le aspettative degli operatori e i bisogni della domanda

giovedì 31 marzo - MILANO

UniCredit

IlQI

S&P

EVENTI

IL VALORE DELLA CASA È IL COMFORT DELL'UOMO

Il mercato abitativo al centro del convegno de ilQI

di Elena Curnis

SERVIZIO
realizzato da QITV



CLICCA QUI



È stata l'abitazione la protagonista del convegno organizzato giovedì 31 marzo 2016 da il Quotidiano Immobiliare all'UniCredit Tower Hall a Milano. Le quattro sessioni hanno affrontato il tema di come la domanda sia cambiata nel corso del tempo e di come il mercato debba offrire un prodotto che riesca ad assecondare le nuove esigenze della clientela. Un settore abitativo diverso rispetto al passato, in cui il vero valore sarà dato dal comfort che un abitazione conferisce a chi la abita e non dal prezzo che ne conseguirà. Quindi, dovranno essere tenuti in considerazione da chi progetta e realizza una casa: la qualità del costruito, delle finiture, il risparmio energetico e il comfort degli ambienti. E questo sia che si tratti di riqualificazione e gestione dell'esistente, sia che si tratti di nuova edilizia abitativa.





“La domanda è cambiata, quindi è necessario adattare l’offerta di casa ai nuovi bisogni”. Così **Filippo Delle Piane** dell’ANCE ha aperto il dibattito della prima tavola rotonda, che ha messo a confronto la necessità di prodotto nuovo e quella di recupero dell’esistente sul mercato della casa. Secondo Delle Piane, in Italia un ostacolo alla sostituzione edilizia è la sua mancata valorizzazione da parte della pubblica amministrazione. “Si deve tornare a dare valore alla marca”, ha aggiunto **Giuseppe Pizzuti** di BNP Paribas Real Estate, analizzando cosa possono fare gli operatori per soddisfare la domanda. “Bisogna cercare di dare al cliente la certezza di un prodotto giusto già dal primo impatto. Il cliente cerca semplicità e garanzia”. L’impegno, secondo **Giorgio Spaziani Testa** di Confedilizia, dovrebbe arrivare dalla pubblica amministrazione nell’agevolare la riqualificazione e l’acquisto delle abitazioni esistenti da parte delle famiglie: “Nelle principali città italiane ci sono unità immobiliari immense che non rispondono più alle esigenze del mercato. Si deve necessariamente passare da una loro riqualificazione”. **Federico Filippo Oriana** di Aspesi entra ancora più nel dettaglio, affermando che serve più prodotto nuovo ricavato dall’esistente: “La clientela vuole immobili nuovi e con determinate





caratteristiche, ma allo stesso tempo non possiamo consumare altro greenfield quando abbiamo un immenso patrimonio inutilizzato e terreni già occupati". Ma cosa manca per dare la spinta al decollo del mercato abitativo?

"Vorremmo avere qualcosa di più rispetto a quanto previsto dalla Legge di Stabilità", ha dichiarato **Vincento Albanese** di Sigest, chiudendo il confronto sulla riqualificazione del patrimonio esistente. "Noi vendiamo il 20% nuovo e l'80% usato, perché nell'immobiliare non si può fare vera rottamazione. Si deve incentivare di più il nuovo. Abbiamo provato a far passare una norma sul mercato di sostituzione, ma è caduta nel vuoto". La lacuna, spiega Albanese, sta nei condomini: "Noi abbiamo cercato di incentivare la riqualificazione della singola proprietà immobiliare, ma ora dobbiamo cercare di incentivare la riqualificazione dei condomini interi. È necessario un cambio di scala: riqualificando interi edifici si riqualifica il tessuto urbano nel suo complesso".

Il tema della riqualificazione dell'esistente è ogni giorno più importante quando si parla del patrimonio abitativo italiano. Ma quando se ne parla, si dà il giusto peso al fattore innovazione?

"Il mercato della riqualificazione è un mercato enorme", ha affermato **Marco Speretta** di Gabetti PS, introducendo l'argomento al secondo tavolo di discus-





Finint Green Hub, l'ultima innovazione di Finanziaria Internazionale, riunisce in un unico programma progettisti, specialisti e operatori del risparmio energetico per proporre una soluzione centralizzata di valorizzazione sostenibile del patrimonio immobiliare in chiave di efficienza energetica.

sione del convegno. Secondo Speretta "l'innovazione sta nell'educare le famiglie in termini di qualità della vita: si deve riqualificare l'immobile tenendo sempre conto di questo obiettivo". Il condominio è il punto di partenza di questo grande processo di riconversione. **Alessio Casonato** ha presentato il progetto Finint Green Hub, sostenendo che bisogna partire da "Una profonda conoscenza dell'immobile attraverso una due diligence" e da una "analisi condotta insieme a tutti gli operatori della filiera che intervengono nella realizzazione dell'immobile stesso". Alla base della possibilità di riqualificare un immobile stanno però gli strumenti finanziari di accesso al credito, sui quali da alcuni anni UniCredit – padrona di casa al convegno – ha adottato una strategia per essere presente in tutta Italia. "Finanziamo direttamente il condominio con tre prodotti", ha spiegato **Marco Recalcati** di UniCredit. "Prevalentemente la domanda è rivolta a ciò che riguarda l'efficienza energetica. Il condominio consente di condurre determinati interventi di spessore senza comunque andare incontro al frazionamento". Ha concluso il confronto **Jacopo Palermo** di Immobiliare Percassi, il quale crede più nel recupero del patrimonio che in un processo di demolizione e ricostruzione: "Preferiamo ristrutturare il patrimonio esistente perché il cliente di alta fascia cerca un immobile in zona centrale e di valore storico, ma con caratteristiche di comfort assoluto".





Secondo Davide Albertini Petroni è necessario pensare e realizzare un nuovo modello di abitazione, destinata non alla vendita ma a un uso temporaneo. Questa forma di residenza si sta diffondendo sempre di più in Italia, visto il numero crescente di immobili in locazione. Per assecondare la nuova domanda, secondo Albertini Petroni devono essere creati prodotti nuovi, in cui vengono ridotti gli spazi interni e vengono offerti servizi e spazi condivisi che aggiungono valore al bene.

Per estrarre valori dagli immobili "si deve cominciare a fare piani strategici sul lungo periodo per le città, come si fa all'estero". Lo ha detto **Davide Albertini Petroni** di Risanamento, in apertura del terzo panel, focalizzato sulle soluzioni necessarie per estrarre valore dagli immobili. "All'estero – ha spiegato Albertini Petroni – viene pianificato il numero di case necessarie per i prossimi anni e il numero di nuove abitazioni che quindi si possono realizzare". La soluzione, perciò, è smettere di costruire case solo per la vendita e iniziare, invece, a immaginarle per uso temporaneo: case per studenti, per anziani, per immigrati e anche per le nuove generazioni. "Dobbiamo iniziare a dare prodotto a questa nuova clientela", ha concluso. Riportando il discorso sui valori, **Luciano Manfredi** di Revalo ha sottolineato che, con la crisi, il rapporto coi rendimenti del mercato finanziario è cambiato: "Esistono molti patrimoni che possono essere approcciati da investitori attraverso nuovi piani comprendenti servizi innovativi". L'evoluzione della domanda di abitazioni e la maggior disponibilità ad abitare in affitto offrono agli investitori istituzionali l'opportunità di rivedere l'orientamento dominante alla dismissione nel breve periodo. Gli operatori sono d'accordo sul fatto che il mondo delle costruzioni non si è saputo rinnovare nel tempo e che è necessario proporsi oggi con nuovi modelli: "Avere informazioni su come l'immobile deve essere gestito nel tempo è la nostra base di partenza", ha dichiarato **Michele Vona** di MV&Partners. "Era un errore costruire immobili senza pensare al loro utilizzo futuro". E il lavoro di



CONVEGNO

MERCATO ABITATIVO COME SOSTENERE LA DOMANDA

Tra le aspettative degli operatori e i bisogni dell'



conferimento di valore all'immobile può proseguire anche nel marketing dove, ha spiegato **Luca Rossetto** di Casa.it, "le tecnologie rappresentano il cambiamento del paradigma". Il legame tra web e settore immobiliare è sempre più forte, afferma Rossetto, e i portali immobiliari si sono trasformati da semplici contenitori di annunci a fornitori di servizi, strumenti di analisi di marketing e validi portatori di visibilità, utili sia per gli operatori sia per i consumatori.

Una conseguenza della grande onda innovativa che ha investito la tecnologia negli ultimi anni è il cambiamento della richiesta di comfort domestico. Aprendo il confronto sul ruolo dell'industria manifatturiera nell'evoluzione del prodotto casa, **Bruno Bellò** di Clivet ha spiegato che, rispetto al passato, oggi "sono diminuite le esigenze di riscaldamento e sono cresciute quelle del controllo dell'umidità e della qualità dell'aria"; ogni edificio ha esigenze diverse a seconda della tipologia di involucro e della destinazione d'uso e solo con sistemi specializzati per applicazione è possibile garantire il massimo del comfort con un uso razionale dell'energia. L'innovazione ha portato in una nuova era anche la ceramica, la quale offre oggi prodotti in grado di pulire l'aria, riducendo nelle case la presenza di polveri sottili attraverso l'utilizzo della luce. "Il più antico manufatto dell'uomo è diventato 2.0", ha affermato **Gianfranco Sassi** di GranitiFiandre, sottolineando il ruolo fondamentale della



FOCUSQI

In occasione del convegno "Mercato abitativo: come sostenere la domanda" è stato distribuito anche il numero omonimo di **FocusQI**, rivista di approfondimento curata da ilQI. Una raccolta di oltre 30 articoli scritti da esperti, associazioni, operatori e società dell'universo manifatturiero su come si sta trasformando il prodotto casa e il suo mercato.

SCARICA ORA!

tecnologia la quale permette alla ceramica di diventare fattore importante nell'evoluzione del prodotto casa. L'innovazione dell'abitare riguarda anche i serramenti: **Roberto Galli** di Italserramenti ha raccontato che si sta "lavorando insieme ai progettisti per realizzare abitazioni con soluzioni ottimali, in modo che la casa dia le giuste prestazioni. Perché, se progettata nel modo corretto, risulta in automatico efficiente anche dal punto di vista energetico".

In conclusione, possiamo affermare che oggi l'abitazione per assecondare la domanda, deve essere realizzata in base alle esigenze della nuova clientela, ponendo al centro della progettazione, sia interna che esterna, l'uomo e le sue necessità: "Quando realizziamo un mobile – ha affermato **Luigi Lucchetta** di Euromobil – facciamo un'analisi sociale per capire quali siano i bisogni attuali, ma anche quelli latenti del consumatore". Ecco quindi anche il supporto del mobile all'immobile, che passa attraverso prodotti funzionali a prezzi accessibili.

