



INDICE

PREMESSA E METODOLOGIA	4
HIGHLIGHT	6
IL REPORT IN SINTESI	9
IL MERCATO DEGLI IMMOBILI DI PREGIO A MILANO E ROMA	SANTANDREA 10 <small>luxury houses</small>
IL MERCATO DEGLI IMMOBILI DI PREGIO	12
PRINCIPALI INDICATORI DI MERCATO	13
LE TIPOLOGIE PIU' RICHIESTE	20
SENTIMENT DI MERCATO	22
SCENARI ATTUALI E FUTURI SULLA CASA DI LUSO	Doxa 23
I TEMI CHIAVE NELLA PERCEZIONE DEGLI INTERVISTATI	24
GLI ELEMENTI CHE DETERMINANO LA SCELTA DELLA CASA	27
COSA CONTA NELLA SCELTA DELL'ABITAZIONE DA ACQUISTARE?	28
IL MERCATO DELLE CASE DI LUSO	29
IL RUOLO DELLA CASA OGGI E DOMANI	32
LE TRASFORMAZIONI NELL'ABITARE CONTEMPORANEO	34
I CAMBIAMENTI PER IL FUTURO DELLA CASA	37
FOCUS SUI TREND DELL'OSSERVATORIO CASA DOXA	42
CONCLUSIONI	45

PREMESSA E METODOLOGIA

Il Rapporto “**Il mercato delle residenze di pregio a Milano e Roma – H1 2018**” nasce dalla consolidata esperienza dell’Ufficio Studi Gabetti, nell’attività di analisi sul mercato immobiliare, e dalla posizione di rilievo di Santandrea Luxury Houses nel mercato dell’intermediazione di immobili di pregio nelle principali città italiane. Da questa edizione, lo studio si arricchisce di una sezione di analisi qualitativa, grazie alla collaborazione di **Doxa** e alla sua esperienza nell’ambito delle ricerche di mercato.

La finalità del Rapporto è di essere uno strumento conoscitivo del mercato residenziale di pregio, capace di rivolgersi sia agli operatori che agli utenti finali.

Il Rapporto è stato suddiviso in tre sezioni:

1. Definizione dei **macro trend del mercato residenziale di pregio** nelle città di Milano e Roma, a livello di prezzi, canoni, tempi medi di vendita e sconti medi; indicatori declinati per zona.
2. Mappatura delle zone di pregio delle due città - **analisi socio demografica e immobiliare**;
3. **Analisi qualitativa** mirata ad identificare bisogni ed esigenze della domanda di abitazioni di pregio.

L’analisi prende come riferimento specifiche **zone** per ogni città: in particolare, la città di Milano è stata suddivisa in cinque zone: Centro storico, Quadrilatero, Palestro-Duse, Brera e Magenta-Pagano-Castello.

La città di Roma è stata divisa in otto zone di pregio: Aventino, Centro Storico, Flaminio, Parioli, Pinciano Veneto, Prati, Salario Trieste e Trastevere.

Per la definizione dei trend di mercato nelle due città, sono stati utilizzati **questionari** rivolti agli agenti di Santandrea Luxury Houses integrati dall’**analisi del portafoglio** di immobili attualmente gestito, oltre che da notizie relative ad altri immobili presenti sul mercato e delle compravendite e locazioni concluse da Santandrea Luxury Houses nel corso del primo semestre 2018.

La **localizzazione** degli immobili e la **qualità** delle unità intermedie sono le uniche caratteristiche considerate per differenziare le abitazioni di pregio dalle restanti tipologie abitative.

I prezzi e i canoni sono stati raccolti sulla base dello **stato manutentivo** ossia tra abitazioni nuove o ristrutturate e abitazioni usate o da ristrutturare.

Nella seconda parte del Rapporto vengono proposte una serie di **schede sintetiche** riguardanti gli **aspetti socio-demografici** e le caratteristiche del patrimonio residenziale delle zone di pregio delle città di Milano e Roma (si è operato attraverso un’aggregazione di zone censuarie così come definite dall’Istat e delle relative informazioni statistiche ad esse associate); tali informazioni sono state integrate con quelle specifiche riguardanti **trend della domanda residenziale** di zona, andamento dell’offerta, delle compravendite e dei prezzi; l’indicazione specifica delle quotazioni e dei canoni, oltre a tempi medi di vendita e sconti medi di trattativa.

La **sovrapposizione tra le zone omogenee di Milano e Roma** e le sezioni di censimento ha permesso di aggregare i dati censuari e caratterizzare le zone del mercato di pregio secondo le principali variabili demografiche e immobiliari.

L’analisi ha consentito sia di osservare l’**andamento della popolazione** sia la **qualità del patrimonio abitativo** e la sua vetustà, nelle singole zone.

È stata inserita inoltre una parte di **confronto tra le zone** solamente su una selezione degli indicatori più rilevanti, utile ad avere un quadro di sintesi immediato soprattutto nell’ottica di un possibile acquirente o locatario alla ricerca del contesto migliore per orientare il proprio acquisto.

L’indagine realizzata da Doxa per Santandrea si propone di iniziare un percorso mirato ad identificare **bisogni ed esigenze della domanda**, grazie alla raccolta di dati e informazioni attinte direttamente dai protagonisti stessi del mercato. Per meglio identificare gli **existing needs** del segmento affluent si è lavorato su due fronti: da un lato i clienti, per fare emergere le peculiarità e i bisogni del segmento; dall’altro un gruppo di **interlocutori privilegiati/stakeholder** che insistono sul mondo della casa, per verificare come i diversi attori sul mercato si stanno equipaggiando per far fronte ai cambiamenti in atto.

L’approccio di indagine qualitativo si è avvalso delle informazioni derivanti dall’**indagine di sfondo** (Osservatorio CasaDoxa 2018) e dal **know-how posseduto da Santandrea**, concentrandosi su: i temi di stretta attualità che caratterizzano oggi la discussione sulla casa; gli ambiti a cui i singoli target prestano attenzione e interesse; le specificità per le case di lusso; Il ruolo e il significato della casa oggi all’interno della vita delle persone; i cambiamenti più rilevanti degli ultimi 10 anni rispetto al ruolo della casa e al modo di viverla; le attese per il futuro circa l’evoluzione del ruolo della casa e degli stili abitativi.

L’analisi è stata realizzata attraverso una serie di **interviste individuali in profondità** per le città di **Milano e Roma**, coinvolgendo testimoni privilegiati (clienti e stakeholder quali agenti immobiliari, sviluppatori e private banker) che hanno una prospettiva qualificata sui temi oggetto dell’analisi, con buona articolazione di professionalità e punti di vista all’interno del campione per una raccolta più ricca di materiale.

I dati quantitativi presentati si riferiscono a un campione di **835 affluent** e sono tratti dall’**Osservatorio nazionale CasaDoxa 2018**, realizzato annualmente attraverso 6.000 interviste online a un campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne connessa.

HIGHLIGHTS

Il report analizza i principali indicatori del mercato **residenziale di pregio**, con l'obiettivo di restituire una fotografia dal punto di vista **immobiliare, socio-demografico e qualitativo**, al fine di identificare gli *existing needs* del segmento *affluent*.

In particolare vengono riportati macro trend relativi alle città di **Milano e Roma**, a livello di **prezzi, canoni, tempi medi di vendita e sconti** medi, andamento di **domanda e**

offerta; gli stessi indicatori vengono analizzati anche a livello di **micro zona**, grazie ad una mappatura delle principali aree di pregio delle due città, integrata da una **analisi socio demografica**, oltre che immobiliare.

Infine, un' **analisi qualitativa** mira ad identificare bisogni ed esigenze della domanda di abitazioni di pregio, grazie alla raccolta di dati e informazioni attinte direttamente dai **protagonisti stessi del mercato**.

GLI ASPETTI IRRINUNCIABILI NELLA SCELTA DI UNA CASA

(voti 9-10 su una scala da 1 a 10)



Base: Affluent che hanno acquistato una casa nuova negli ultimi 4 anni in comuni con più di 250.000 abitanti (Fonte: CasaDoxa 2018)

LE EVOLUZIONI ATTESE PER LA CASA DI PREGIO

Clients and stakeholders	Stakeholder
<ul style="list-style-type: none"> CONTESTO SICURO E PROTETTO 	<ul style="list-style-type: none"> RIQUALIFICAZIONE IMMOBILIARE
<ul style="list-style-type: none"> MAGGIOR EFFICIENZA ENERGETICA 	<ul style="list-style-type: none"> CRESCITA DEL MERCATO DELLE LOCAZIONI
<ul style="list-style-type: none"> SMART HOME PIÙ CHE DOMOTICA 	<ul style="list-style-type: none"> ARCHITETTURA «FIRMATA»
<ul style="list-style-type: none"> CASA MULTITASKING E MODULARE 	<ul style="list-style-type: none"> PRODOTTO-SERVIZIO CHIAVI IN MANO

COMPRAVENDITE



LOCAZIONI



IL REPORT IN SINTESI

La casa non è più soltanto un **bene** o un **investimento** ma deve rappresentare un'esperienza, a maggior ragione nel lusso. Non si acquista solo una casa ma si acquista il **"piacere dell'abitare"**, ciò che ci si aspetta si potrà vivere all'interno della casa.

Come si traduce questa esigenza nella ricerca di una **casa di pregio**?

È un vero e proprio viaggio, che parte dall'identificazione del quartiere in cui si vuole vivere (che dev'essere centrale e ben servito), guarda alla location (che deve avere una sua spiccata personalità) e si focalizza infine sull'immobile, che oggi più che mai deve avere quale caratteristica irrinunciabile la **"luminosità"**, che diviene tanto più importante perché è maggiore - rispetto al passato - il tempo che si passa in casa, anche in orari prima inediti. Una casa sempre più presidiata, magari da persone diverse nell'arco della giornata, che deve quindi aprirsi a una molteplicità di funzioni e a una maggiore convivialità.

Nel corso del primo semestre del 2018, il mercato degli immobili di pregio a Milano e Roma ha confermato la **ripresa** osservata nel 2017. In particolare, è il segmento della **compravendita a Milano** ad aver mostrato la maggiore dinamicità, mentre **Roma** mantiene una maggiore **stabilità**, seppure con differenze a livello di zona. I prezzi si sono confermati sostanzialmente stabili, rispetto al semestre precedente in entrambe le città, seppure con una lieve punta positiva a Milano e con una lieve diminuzione a Roma.

I **tempi medi** di vendita a Milano, si confermano intorno ai **5-6 mesi**, mentre, a **Roma**, le tempistiche necessarie a concludere una trattativa si attestano a **7 mesi**. A **Milano** lo sconto medio è diminuito, seppur di poco, fino al **10,0%**, mentre a **Roma** la situazione appare invariata con uno sconto medio intorno al **13-14%**.

“

Quello delle residenze di pregio è sempre più un mercato a sé, che segue delle dinamiche differenti rispetto al residenziale classico.

L'immobile di lusso è un bene al top per diversi elementi che vanno dalla sua posizione, dalla vicinanza ai servizi come scuole e negozi, ai mezzi pubblici, dalla sicurezza che può garantire ai suoi inquilini.

È un tipo di casa che conserva ancora il significato di bene rifugio, di investimento.

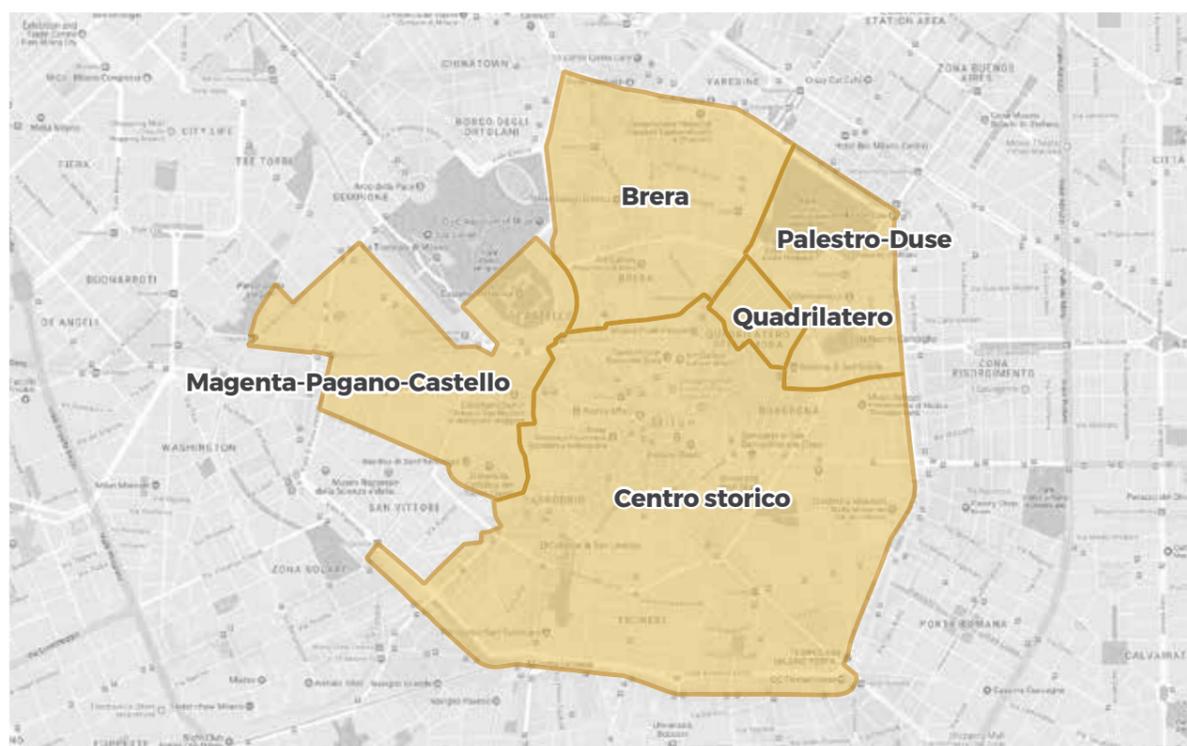
”

Fabio Guglielmi
Amministratore delegato
Santandrea Luxury Houses

IL MERCATO DEGLI IMMOBILI DI PREGIO A MILANO E ROMA

PRINCIPALI INDICATORI DI MERCATO

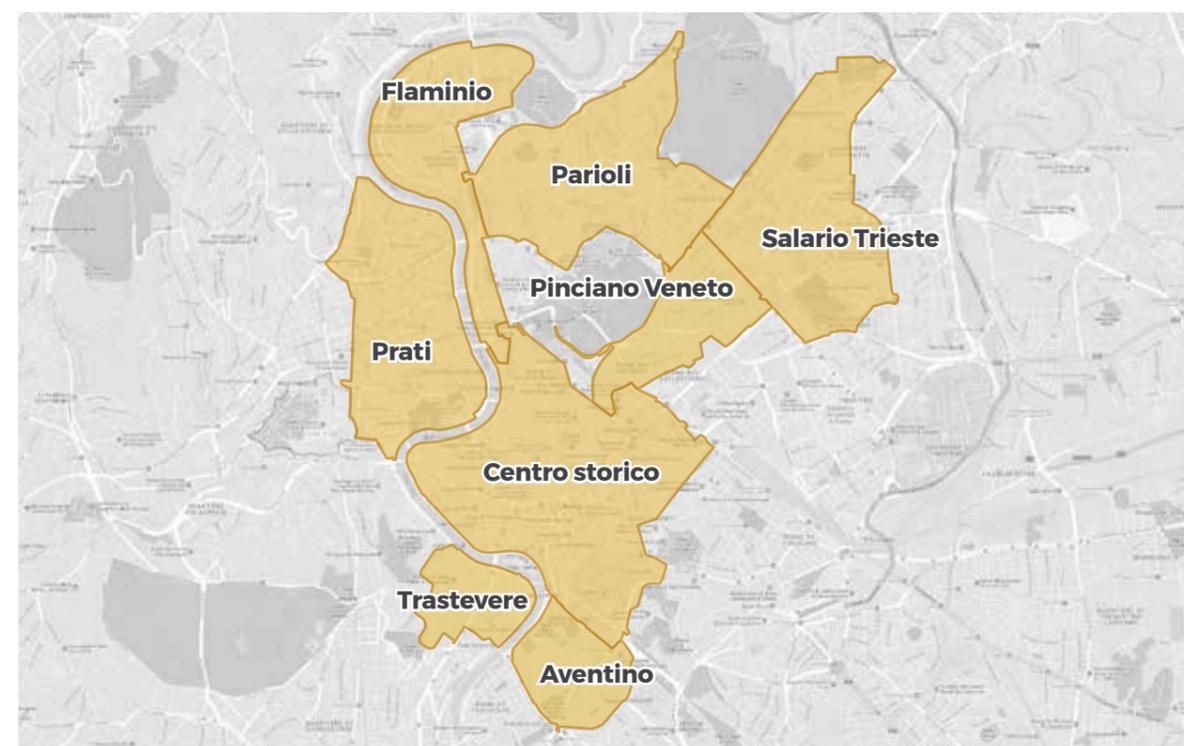
SANTANDREA
luxury houses



La città di Milano è stata suddivisa in cinque zone di pregio con differenti caratteristiche demografiche e di dotazione immobiliare.

Le zone sono:

- 1) Centro storico,
- 2) Quadrilatero,
- 3) Palestro-Duse,
- 4) Brera,
- 5) Magenta-Pagano-Castello.



La città di Roma è stata suddivisa in otto zone di pregio con differenti caratteristiche demografiche e di dotazione immobiliare.

Le zone sono:

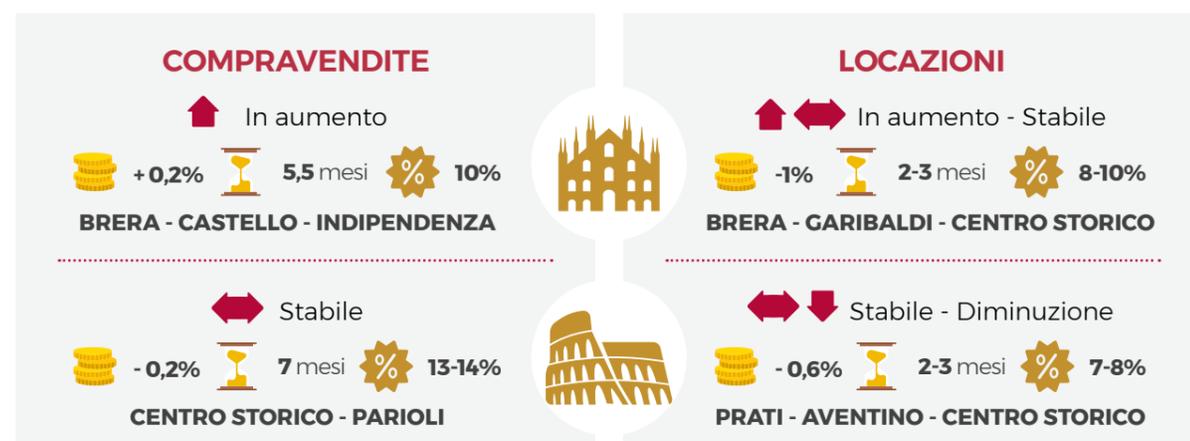
- 1) Aventino
- 2) Centro storico
- 3) Flaminio
- 4) Parioli
- 5) Pinciano Veneto
- 6) Prati
- 7) Salario Trieste
- 8) Trastevere

IL MERCATO DEGLI IMMOBILI DI PREGIO

Nel corso del primo semestre del 2018, il mercato degli immobili di pregio a Milano e Roma ha confermato la ripresa osservata nel 2017. In particolare, è il segmento della compravendita a **Milano** ad aver mostrato la maggiore dinamicità con una domanda in crescita soprattutto nelle zone del **Centro Storico, Brera e Magenta**. A tale vivacità fa fronte un'offerta in aumento e, pertanto, l'attività transattiva è risultata in aumento nelle zone citate mentre nella zona del Quadrilatero e Palestro-Duse la situazione risulta meno dinamica. A Roma la domanda in acquisto risulta in aumento con l'eccezione della zona Flaminio e Salario-Trieste. Nonostante il ritorno di interesse da parte dei potenziali acquirenti, l'offerta di immobili rimane esigua con l'eccezione della zona del Centro Storico in cui il numero di compravendite è risultato in aumento, proseguendo il trend del 2017. I **tempi medi** di vendita a **Milano**, si confermano intorno ai **5-6 mesi**, mentre, a **Roma**, le tempistiche necessarie a concludere una trattativa si attestano a **7 mesi**, in crescita rispetto al secondo semestre del 2017 (6,3). Dinamiche simili hanno caratterizzato i divari medi tra prezzo richiesto e prezzo effettivo soprattutto a **Milano** dove lo **sconto medio** è diminuito, seppur di poco, fino al **10,0%**, mentre a **Roma** la situazione appare invariata con uno sconto medio intorno al **13-14%**. I **prezzi** si sono confermati sostanzialmente **stabili**, rispetto al semestre precedente in entrambe le città: in particolare hanno mostrato ancora una lieve crescita per Milano (+0,2%), con una ripresa per la zona Brera, mentre a Roma si è registrata una lieve flessione (-0,2%), imputabile principalmente alla zona Flaminio.

Il mercato della **locazione di pregio** a Milano e Roma ha mostrato andamenti divergenti. A Milano la domanda è risultata in crescita soprattutto nelle zone del Centro Storico e Brera dove la disponibilità di abitazioni è ampia e, pertanto, il numero di contratti conclusi è risultato in aumento. A Roma la situazione appare pressoché invariata rispetto al secondo semestre 2017 con una domanda stabile anche se con andamenti diversi a seconda della zona di riferimento, ad eccezione di un calo per la zona Salario-Trieste. Il numero di contratti risulta nella maggioranza delle zone stabile, a fronte di un calo per Centro Storico e Salario-Trieste. I **tempi medi di locazione** riflettono il mercato degli ultimi anni con una parziale contrazione sia a Milano che a Roma in entrambi i casi, **poco al di sotto dei 3 mesi**. A Milano lo sconto medio tra canone richiesto e canone effettivo è intorno al 9-10%, mentre a Roma si è ridotto fino al 7-8%. I **canoni medi**, infine, **continuano a ridursi** a Roma (-0,6%) mentre a Milano sono complessivamente stabili.

Per la seconda parte del 2018 si prevede un aumento del numero di compravendite sia a Roma che Milano al netto di una sostanziale stabilità. Per quanto riguarda, invece, il mercato della locazione, a Milano si prevede una crescita del numero di contratti sostenuta da una domanda in ripresa. Al contrario, a Roma, il mercato della locazione risulterà stabile con canoni in diminuzione.



PRINCIPALI INDICATORI DI MERCATO

Nel corso del primo semestre del 2018, il mercato delle **compravendite di Milano**, ha mostrato andamenti differenti a seconda delle zone di riferimento. La zona **Brera** si conferma tra le più dinamiche con una **domanda in costante crescita**. A seguire, il **Centro Storico** e la zona **Magenta - Pagano - Castello** si confermano ambiti con elevata richiesta. Maggiore staticità per Palestro - Duse, mentre nella zona del Quadrilatero è proseguita la diminuzione dell'interesse in acquisto, con conseguente spostamento degli immobili in vendita verso il mercato della locazione. Per quanto riguarda l'**offerta**, in tutte le zone, ad eccezione della zona Palestro-Duse, **la disponibilità di abitazioni è in crescita**, ma non sempre la qualità degli edifici e degli interni è allineata alle aspettative dei possibili acquirenti. Nella zona del Centro Storico, Brera e Magenta - Pagano - Castello l'attività transattiva è risultata in crescita mentre nella zona **Palestro - Duse** si è osservato un **decremento** delle compravendite rispetto al secondo semestre del 2017. Nella zona del **Quadrilatero** si è rilevata una **stabilità** dell'interesse in acquisto, dovuta principalmente alla distanza tra venditori e acquirenti circa il valore degli immobili. Per quanto riguarda i **prezzi**, si è riscontrata **stabilità** rispetto alla precedente rilevazione mentre nella zona **Brera e Magenta - Pagano - Castello** si osserva una lieve **crescita**.

Per quanto riguarda il mercato delle **compravendite a Roma**, nel corso dei primi sei mesi del 2018 la **domanda è risultata in crescita** in tutte le zone con l'eccezione della zona Flaminio e Salario - Trieste dove la situazione è invariata. L'**offerta** in vendita, invece, si conferma **stabile**, con un'ulteriore **flessione nella zona Trastevere** e, al contrario, una crescita nelle zone Prati e Salario-Trieste. Il Centro Storico conferma le performance positive osservate nel 2017 per quanto riguarda il numero delle compravendite. Al contrario, nelle altre zone l'attività transattiva risulta immutata. Per quanto riguarda i **prezzi** si rileva **stabilità in tutte le zone eccetto Prati e la zona Flaminio**.

INDICATORI I SEMESTRE 2018 A MILANO E ROMA

MERCATO DELLE COMPRVENDITE				
ZONE MILANO	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
QUADRILATERO	↔	↑	↔	↔
CENTRO STORICO	↑	↑	↑	↔
BRERA	↑	↑	↑	↑
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	↑	↑	↑	↑
PALESTRO-DUSE	↔	↔	↓	↔
ZONE ROMA	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
AVENTINO	↑	↔	↔	↔
CENTRO STORICO	↑	↔	↑	↔
FLAMINIO	↔	↔	↔	↓
PARIOLI	↑	↔	↔	↔
PINCIANO-VENETO	↑	↔	↔	↔
PRATI	↑	↑	↔	↔
SALARIO-TRIESTE	↔	↑	↔	↔
TRASTEVERE	↑	↓	↔	↔

SCHEMA CANONI RESIDENZE DI PREGIO

MERCATO DELLE LOCAZIONI - CANONI DI LOCAZIONE €/MQ/ANNO									
I SEMESTRE 2018									
	Abitazioni nuove o ristrutturate			Abitazioni usate o da ristrutturare			Abitazioni indice sintetico		
	Minimo	Medio	Massimo	Minimo	Medio	Massimo	Minimo	Medio	Massimo
 MILANO									
QUADRILATERO	280	340	400	200	240	280	230	270	320
CENTRO STORICO	220	260	290	180	210	230	200	230	250
BRERA	240	290	340	190	210	230	210	240	270
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	170	210	250	150	170	180	160	190	210
PALESTRO-DUSE	280	315	350	200	225	250	230	260	280
 ROMA									
AVENTINO	190	220	250	150	170	190	180	210	240
CENTRO STORICO	220	240	260	190	220	240	220	240	260
FLAMINIO	160	190	220	130	160	180	160	190	210
PARIOLI	160	180	200	130	140	160	160	170	190
PINCIANO-VENETO	170	210	240	140	180	210	170	210	240
PRATI	192	216	252	170	200	230	190	220	250
SALARIO-TRIESTE	140	180	220	150	160	190	150	180	220
TRASTEVERE	180	220	260	160	190	220	180	220	250

*L'indice sintetico è ottenuto pesando i prezzi di abitazioni nuove e usate sulla base della rispettiva distribuzione del mercato stimata

Nel corso del primo semestre del 2018, i prezzi di compravendita delle residenze di pregio a **Milano** hanno fatto registrare un'inversione di tendenza con una variazione positiva pari allo 0,6%. Nello specifico, all'interno delle zone del Quadrilatero, del Centro Storico e Palestro - Duse, i valori richiesti sono rimasti allineati al semestre precedente mentre nella zone **Magenta - Pagano - Castello e Brera si sono rilevati aumenti**, anche se contenuti, pari, rispettivamente, al +1,6% e al 1,3%. Il divario medio fra prezzo richiesto e prezzo effettivo, a livello cittadino, si è attestato al 10% ossia in lieve calo rispetto al 2017, con lievi differenze (nell'ordine del 2%) tra le varie zone. Per quanto concerne i tempi medi di vendita, il range risulta in lieve contrazione rispetto alla precedente rilevazione, dovuta ad alcune variazioni di segno alterno tra minimi e massimi. In particolare, all'interno della zona Brera, Centro Storico e Magenta - Pagano - Castello è possibile concludere trattative in tempi brevi rispetto ad altri ambiti in cui le tempistiche sono di gran lunga più elevate come nella zona del Quadrilatero e Palestro - Duse.

All'interno del mercato delle **locazioni** si registra una lieve diminuzione dei canoni medi a livello cittadino, pari al -1%. La maggior parte delle zone rimangono stabili ed invariate, eccetto il Quadrilatero e Palestro - Duse, che hanno mostrato una diminuzione. Gli **sconti medi** fra canone richiesto e canone effettivo oscillano tra l'**8,0% e il 10,0%**. Infine, per quanto riguarda i tempi medi di locazione, si è registrata una diminuzione che ha spinto il range tra i 2 mesi e i 3,4 mesi in media.

PREZZI, SCONTI E TEMPI DI VENDITA

MERCATO DELLE COMPRVENDITE				
MILANO				
	Variazione dei prezzi di compravendita (II sem. 2017 / I sem. 2018)	Divario medio tra prezzo richiesto e prezzo effettivo (%)	Tempi medi di vendita	
			Minimo	Massimo
				
QUADRILATERO	0,0%	15,0%	6,0	8,0
CENTRO STORICO	0,0%	10,0%	4,0	6,0
BRERA	1,6%	8,0%	4,0	5,0
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	1,3%	12,0%	5,0	7,0
PALESTRO-DUSE	0,0%	12,0%	6,0	8,0
MEDIA CITTADINA*	0,6%	11,4%	5,0	6,8
				
ROMA				
	Variazione dei prezzi di compravendita (II sem. 2017 / I sem. 2018)	Divario medio tra prezzo richiesto e prezzo effettivo (%)	Tempi medi di vendita	
			Minimo	Massimo
AVENTINO	0,0%	10,0%	5,0	8,0
CENTRO STORICO	0,0%	15,0%	6,0	8,0
FLAMINIO	-1,5%	15,0%	8,0	10,0
PARIOLI	0,0%	15,0%	7,0	9,0
PINCIANO-VENETO	0,0%	15,0%	6,0	8,0
PRATI	0,0%	15,0%	6,0	8,0
SALARIO-TRIESTE	0,0%	15,0%	7,0	9,0
TRASTEVERE	0,0%	10,0%	5,0	7,0
MEDIA CITTADINA*	-0,2%	13,8%	6,3	8,4

* La media cittadina dei divari tra prezzo richiesto e prezzo effettivo e i tempi di vendita è stata calcolata sulle vendite effettivamente avvenute nel corso del primo semestre 2018. Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

Anche all'interno della città di **Roma** non ci sono significative variazioni di prezzo, rispetto al secondo semestre 2017. Nelle zone di pregio considerate, **ad eccezione della zona Flaminio (-1,5%) si è riscontrata una sostanziale stabilità**. Il divario medio tra prezzo richiesto e prezzo effettivo si conferma, in media, pari al 13,8%, valore uguale a quello rilevato nel secondo semestre 2017. **I tempi medi di vendita risultano invece in aumento** oscillando da poco più di **6 mesi a 8,4 mesi**. Nella zona Trastevere è possibile concludere una trattativa nel minor tempo possibile, ossia tra 5 e 7 mesi, seguita da Aventino (5-8 mesi), mentre nella zona Flaminio i tempi medi di vendita oscillano tra 8 e 10 mesi.

Sul fronte del mercato delle **locazioni**, i canoni hanno fatto registrare una flessione superiore rispetto al periodo precedente pari allo **-0,6%**. Nello specifico, la variabilità dei canoni risulta piuttosto elevata a partire dal -3% rilevato nella zona **Salario - Trieste** e il -2% della zona **Parioli**. Per quanto riguarda le altre localizzazioni, si rileva la sostanziale invarianza dei valori. Il **divario medio tra canone richiesto ed rimane intorno al 7-8%**. Anche in questo caso il campo di oscillazione è molto ampio

poiché si passa dal 5% della zona Aventino e Centro Storico al 10% delle restanti localizzazioni. **Il range dei tempi medi di locazione**, infine, è leggermente diminuito attestandosi sui **2 mesi per il minimo e i 3,4 mesi per il massimo**.

CANONI, SCONTI E TEMPI DI LOCAZIONE

	MERCATO DELLE LOCAZIONI			
	MILANO			
	Variazione dei canoni di locazione (II sem. 2017 / I sem. 2018)	Divario medio tra canone richiesto e canone effettivo (%)	Tempi medi di locazione	
Minimo			Massimo	
QUADRILATERO	-2,0%	10,0%	3,0	4,0
CENTRO STORICO	0,0%	8,0%	2,0	3,0
BRERA	0,0%	8,0%	2,0	3,0
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	0,0%	8,0%	2,0	3,0
PALESTRO-DUSE	-3,0%	10,0%	3,0	4,0
MEDIA CITTADINA*	-1,0%	8,8%	2,4	3,4

	ROMA			
	Variazione dei canoni di locazione (II sem. 2017 / I sem. 2018)	Divario medio tra canone richiesto e canone effettivo (%)	Tempi medi di locazione	
			Minimo	Massimo
AVENTINO	0,0%	5,0%	1,5	2,5
CENTRO STORICO	0,0%	5,0%	1,5	2,5
FLAMINIO	0,0%	10,0%	2,0	3,5
PARIOLI	-2,0%	10,0%	2,5	5,0
PINCIANO-VENETO	0,0%	10,0%	2,5	5,0
PRATI	0,0%	5,0%	1,5	2,5
SALARIO-TRIESTE	-3,0%	10,0%	2,0	3,0
TRASTEVERE	0,0%	8,0%	2,0	3,5
MEDIA CITTADINA*	-0,6%	7,9%	2,0	3,4

* La media cittadina dei divari tra canone richiesto e canone effettivo e i tempi di locazione è stata calcolata sulle locazioni effettivamente avvenute nel corso del primo semestre 2018. Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

Nel corso del primo semestre del 2018, le componenti della domanda tra acquisto e locazione hanno visto dinamiche differenti. A **Milano** la maggioranza della domanda (70%) continua ad essere interessata all'acquisto mentre la richiesta di immobili in affitto risulta in crescita (30%). Come nel 2017, a **Roma** circa il 60% della domanda è orientata all'acquisto e il 40% alla locazione.

Per quanto riguarda le preferenze della domanda di acquisto rispetto allo stato manutentivo degli immobili, si conferma la prevalenza di clienti interessati ad immobili usati pari a circa il 70% sia a **Roma** che a **Milano**. All'interno del **mercato della locazione**, invece, tali percentuali risultano differenti a seconda della città: a **Milano** la domanda è equamente distribuita tra residenze nuove

e usate mentre a **Roma** prevale la **domanda di abitazioni nuove o ristrutturate**. Tali differenze derivano anche dalla volontà dei proprietari di offrire residenze già ristrutturate o dalla velocità con cui vengono assorbiti dal mercati o nuovi sviluppi.

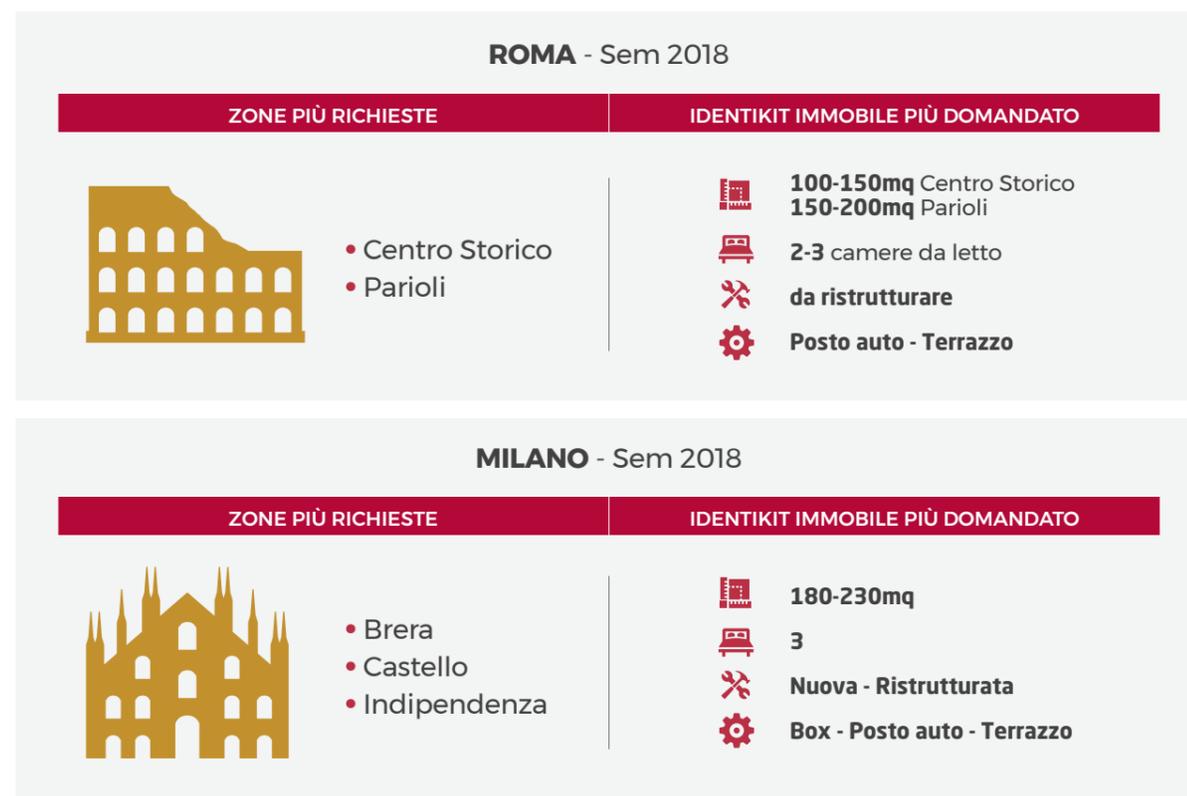
Nel corso del primo semestre 2018, per quanto riguarda la distribuzione percentuale delle compravendite effettuate a **Milano**, continua a prevalere la necessità di **sostituire la propria casa** (85% dei casi). A seguire il 10% delle compravendite è finalizzato alla ricerca di una prima casa. La componente da investimento, invece, risulta ancora una volta residuale e pari al 5%. A **Roma**, invece, la **componente di investimento** si conferma **più elevata e pari al 25%**. La quota maggiore di compravendite resta, comunque, legata a **sostituire la propria abitazione attuale (50%)** e solo in parte all'acquisto della prima casa (25%). Per quanto riguarda, infine, la presenza di **investitori stranieri**, a Milano tale tipologia di clientela risulta minima sia per la vendita che per la locazione (4-5%) mentre a Roma circa il 5% della domanda in acquisto è straniera, prevalentemente dagli Stati Uniti. Circa il 40% della domanda in locazione proviene invece dal Nord- Europa o dal Sud- America.

LE TIPOLOGIE PIÙ RICHIESTE

SENTIMENT AGENZIE SANTANDREA

Dalle analisi delle richieste dei clienti delle agenzie Santandrea nelle città di Milano e Roma sono emerse **caratteristiche tipiche per ciascuna realtà territoriale**. Queste risultanze rispecchiano l'offerta immobiliare specifica di ciascuna area metropolitana e – seppur in linea generale – risultano piuttosto stabili.

IDENTIKIT DELLE TIPOLOGIE E DELLE ZONE PIÙ RICHIESTE

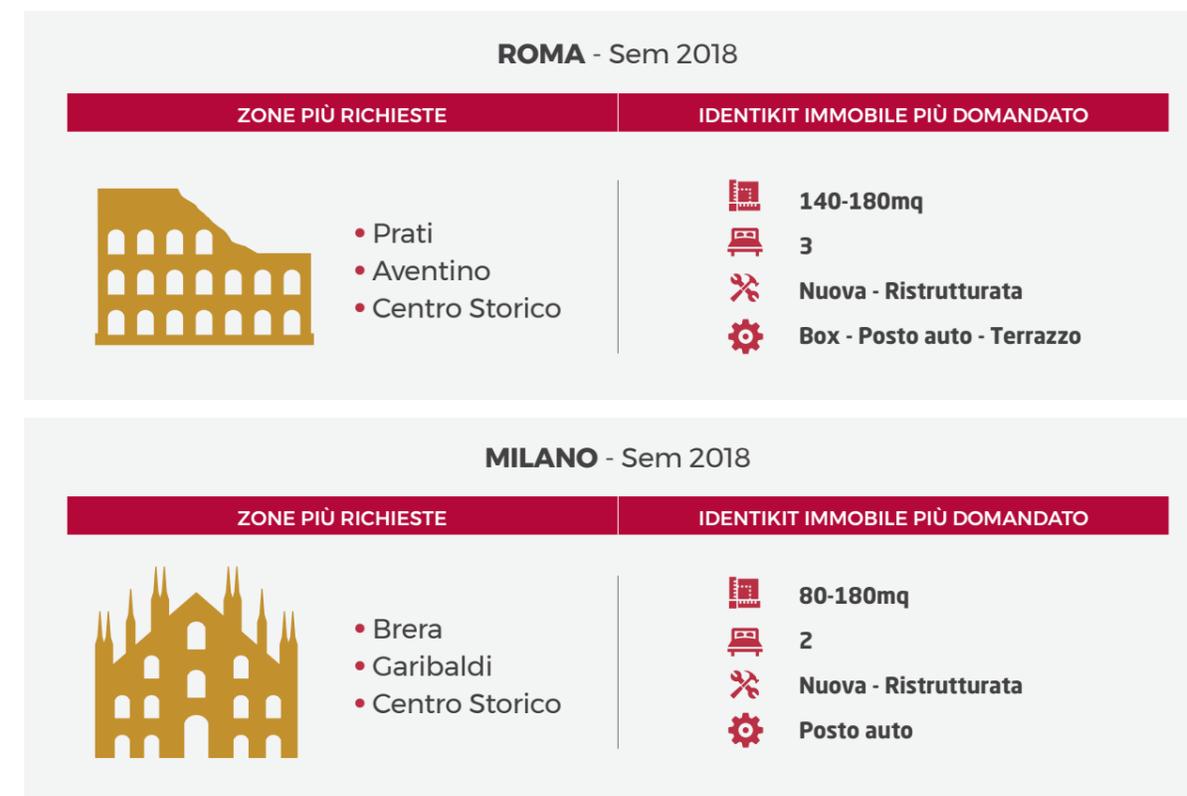


Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

Per quanto riguarda il mercato di **Milano**, le zone più ambite si confermano una volta la zona **Brera, Castello e Indipendenza** per il mercato della **compravendita**. Per quanto riguarda le metrature, le superfici ricercate oscillano tra i 180 e il 230 mq, in lieve calo rispetto al range **180-250 mq** osservato nel secondo semestre 2017. Al di là delle dimensioni, le camere da letto devono essere generalmente 3. La clientela si orienta prevalentemente verso **soluzioni nuove o ristrutturate** con la presenza di **garage e terrazza**.

La zona **Brera** si conferma molto richiesta anche all'interno del segmento della **locazione** al pari zona Centro Storico. Le metrature richieste risultano più contenute rispetto al mercato della compravendita e oscillano tra **80 mq e 180 mq**. Si conferma anche una maggiore variabilità nella richiesta di camere da letto. Generalmente si prediligono **soluzioni in condizioni nuove o ristrutturate** e vengono preferiti appartamenti con arredo di qualità.

LOCAZIONE



Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

Nel mercato di **Roma**, la zona del Centro Storico e i Parioli sono le più ricercate all'interno del mercato della **compravendita**. La superficie media preferita oscilla tra i **100 mq e i 150 mq** (corrispondenti a 2 o 3 camere da letto) **nel Centro Storico e a 150-200 mq in zona Parioli** (3-4 camere). Si continuano a preferire appartamenti da ristrutturare, a differenza di Milano, in modo tale da disegnare gli spazi e le finiture sulla base delle proprie esigenze. Nonostante le caratteristiche manutentive, i clienti tendono a cercare **appartamenti con garage, terrazza e posizionati ai piani alti**.

Per il mercato della **locazione**, le zone più richieste si sono confermate **Prati e Aventino**, oltre al **Centro Storico**. Le metrature richieste si aggirano intorno ai **140-180 mq**, con 2 o 3 camere da letto. Le caratteristiche manutentive non sono vincolanti anche se soluzioni nuove o ristrutturate sono preferite. La presenza di un **posto auto e di una terrazza**, infine, sono caratteristiche molto gradite dalla clientela.

SENTIMENT DI MERCATO

II SEMESTRE 2018

Nel corso della seconda parte del 2018, all'interno del mercato della **compravendita** di **Milano**, si prevede una crescita sia dal lato della domanda sia da quello dell'offerta. **L'attività transattiva dovrebbe aumentare associata a prezzi stabili** nella maggioranza delle localizzazioni. Anche sul fronte della **locazione** si prevede una crescita generalizzata del segmento. Anche il numero di contratti è previsto in crescita, mentre i **canoni di locazione dovrebbero rimanere stabili**.

Per **Roma** si prevede, sul fronte della **compravendita**, una **crescita di interesse da parte della domanda di acquisto**, mentre l'offerta si confermerà stabile. Tali andamenti dovrebbero favorire un **aumento del numero di compravendite** mentre i prezzi tenderanno a rimanere stabili. Per quanto riguarda il mercato della **locazione**, si prevede una domanda in crescita ed un'offerta stabile, con un'attività contrattuale sostanzialmente invariata. **I canoni**, al contrario, **continueranno a ridursi**.

PREVISIONI PER IL II SEMESTRE 2018 A MILANO E ROMA

MERCATO DELLE COMPRAVENDITE		MERCATO DELLE LOCAZIONI	
MILANO - II semestre 2018		MILANO - II semestre 2018	
Domanda di acquisto	↑	Domanda di locazione	↑
Offerta in vendita	↑	Offerta in locazione	↑
Numero di compravendite	↑	Numero di contratti	↑
Prezzi di compravendita	↔	Canoni di locazione	↔
ROMA - II semestre 2018		ROMA - II semestre 2018	
Domanda di acquisto	↑	Domanda di locazione	↑
Offerta in vendita	↔	Offerta in locazione	↔
Numero di compravendite	↑	Numero di contratti	↔
Prezzi di compravendita	↔	Canoni di locazione	↓

SCENARI ATTUALI E FUTURI SULLA CASA DI LUSO

RISULTATI DELL'INDAGINE DOXA

I TEMI CHIAVE NELLA PERCEZIONE DEGLI INTERVISTATI

Nel corso dell'indagine sono emersi spontaneamente, **trasversalmente ai target**, alcuni aspetti che caratterizzano la discussione sulla casa e sull'abitare.

1 L'ANDAMENTO DEL MERCATO POST-CRISI E L'OSCILLAZIONE DEI PREZZI

È al centro dell'interesse per gli **operatori professionali**, impegnati in un'attenta **selezione del patrimonio immobiliare e nella sua corretta valutazione**, soprattutto nelle piazze di Milano e Roma, dove il mercato mantiene il suo valore e appare in ripresa (seppur a macchia di leopardo).

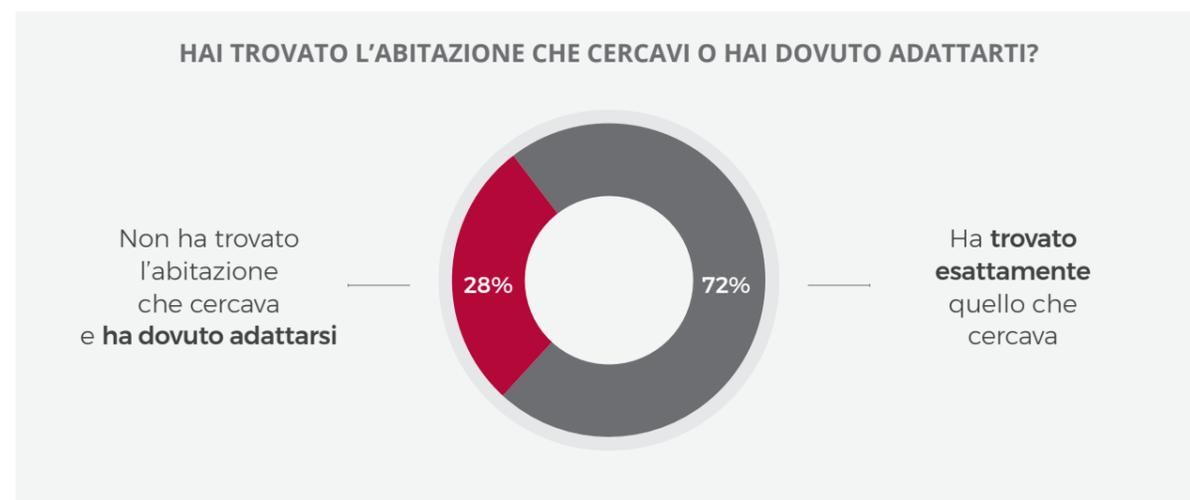
Riscuote l'**attenzione dei clienti**, che negli ultimi anni hanno ricavato dai mezzi di informazione/web **notizie spesso contraddittorie circa l'aumento/riduzione dei prezzi della casa**. La forte aspettativa di «fare l'affare» acquistando a tariffe scontate si è scontrata in molti casi col prezzo degli immobili ancora alto rispetto a quanto sperato.

2 LA POLARIZZAZIONE DEL MERCATO IMMOBILIARE

Gli stakeholder osservano un **mercato delle case di lusso dinamico e caratterizzato da innovazione versus un mercato dell'edilizia residenziale "normale" più statico** in termini di compravendite, anche a causa del progressivo **deteriorarsi del patrimonio immobiliare** italiano, ormai piuttosto datato.

Emerge inoltre un'**Italia a due velocità** in cui la ripresa del mercato immobiliare riguarda principalmente i grandi centri urbani quali **Roma e Milano**, dove è quest'ultima **la città realmente trainante** grazie alle nuove aree di sviluppo edilizio che la caratterizzano (City Life, Porta Nuova).

I **clienti** percepiscono indirettamente questa polarizzazione quando si trovano a **confrontare i propri desideri con la realtà** dell'offerta immobiliare effettivamente accessibile, per cui in alcuni casi devono **scendere a compromessi** (es. la casa di pregio ma con una superficie ridotta, la rinuncia al terrazzo...).



Base: Affluent che hanno acquistato casa negli ultimi 4 anni (Fonte: CasaDoxa 2018)

3 UNA NUOVA PROSPETTIVA DELLA CASA COME FORMA DI INVESTIMENTO

Il tasso di proprietà immobiliare è storicamente elevato in Italia, ma molti **clienti e stakeholder** si chiedono se oggi gli immobili possano essere ancora considerati un investimento a causa della **tassazione**, dei crescenti costi di **manutenzione** e di **adeguamento degli impianti**.

Alcuni **clienti** tendono a **concentrare le risorse su un'unica casa "da abitare e da godere"** piuttosto che avere più immobili, spesso sottoutilizzati. (*"Ho venduto la casa al lago e a Milano l'appartamento piccolo per comprare una casa più grande in città"*). In altri casi, nell'ipotesi di acquisto per investimento, si considerano nuove formule innovative, legate allo **short rent**.

La **sharing economy e la digital economy** stanno infatti **modificando il vecchio concetto di proprietà immobiliare**: la seconda casa per le vacanze "stanziali" è soppiantata dai viaggi low cost verso destinazioni sempre nuove anche solo per il week; Airbnb e B&B si diffondono anche in contesti di pregio (es. il boom degli affitti turistici a Roma, le ville adibite a B&B/location per eventi). Per questo nel mercato delle locazioni brevi spesso le società di gestione immobiliare sono a supporto dei proprietari privati, in modo da garantire un flusso che ora deve adattarsi alle nuove esigenze della domanda. Il car-sharing infine rende meno interessante l'acquisto del box auto (a Milano in particolare).

4 UN MERCATO NON PIÙ SOLO DI «PRODOTTO» MA ANCHE DI «SERVIZI»

Il cliente cerca **nell'immobile anche un "centro di facilitazione"** per la sua vita quotidiana; è quindi sempre più importante la vicinanza della casa a **negozi, scuole, asili, palestre, metropolitana ecc.** Anche la **zona sicura e tranquilla**, il quartiere **"ben frequentato"** rappresentano un servizio finalizzato al benessere dell'individuo.

Si cercano **servizi "facilitanti" anche all'interno dell'immobile**: ad es. **dotazione impiantistica ed elettronica** (classe energetica efficiente, centrale termica, impianti di raffrescamento, insonorizzazione, domotica), **convenzioni con tecnici e installatori per la manutenzione degli impianti, parcheggi interni ecc.** Tutti elementi che concorrono alla **comodità e alla qualità della vita**, oltre che fattori di **risparmio** sui costi legati alla casa.

5 LA SCELTA TRA «NUOVO» VS. «RIQUALIFICAZIONE»

Il mercato immobiliare italiano diventa **sempre più un mercato di sostituzione** (dato che emerge anche dall'Osservatorio CasaDoxa, dove il 45% degli affluent intervistati dichiara di aver venduto un'abitazione di proprietà contestualmente all'acquisto di una nuova casa), dove il cliente **ricerca una migliore qualità di vita** in una casa meglio posizionata, più luminosa, dotata di migliori servizi, più efficiente dal punto di vista energetico.



Base: Affluent che hanno acquistato casa negli ultimi 4 anni (Fonte: CasaDoxa 2018)

In tale contesto, con la ripresa del mercato **crece la sensibilità dei clienti per le nuove costruzioni / immobili riqualificati a livello di intero edificio, parlando dei centri città dove è più raro avere nuove edificazioni**, che permettono di abbattere i costi secondari (es. classe energetica più efficiente, architettura sostenibile, spazi funzionali, materiali innovativi) e di fruire di una serie di servizi (zona, collegamenti) → a **Milano** in particolare. In un mercato di sostituzione **l'usato mantiene/acquista valore solo se è ristrutturato e riqualificato** secondo i moderni dettami architettonici e impiantistici, spesso però con un **aggravio di costi** che si giustifica solo per edifici di pregio/d'epoca ubicati nelle aree centrali della città.



Base: Affluent che hanno acquistato una casa nuova negli ultimi 4 anni (Fonte: CasaDoxa 2018)

LA RAZIONALIZZAZIONE DELLE SUPERFICI ABITATIVE

I mq delle abitazioni si sono in genere ridotti, **cambiano i tagli delle unità immobiliari ricercate dai clienti e proposte dagli sviluppatori/costruttori**.

Ha sicuramente **inciso la crisi** e la conseguente difficoltà a fare incontrare domanda e offerta su prezzi accessibili. Ad es. il **frazionamento delle unità immobiliari** è spesso l'unica e ottimale soluzione per arrivare alla vendita dell'immobile.

L'orientamento verso i **tagli più piccoli significa anche mettere al centro la qualità dello spazio abitativo rispetto alla quantità**: il cliente è disposto a spendere per la zona di pregio, l'immobile nuovo, la ristrutturazione di valore...a costo di rinunciare a un po' di spazio (in particolare si riduce la zona notte, si eliminano i corridoi per ricavare aree living più ampie).

GLI ELEMENTI CHE DETERMINANO LA SCELTA DELLA CASA

Gli Stakeholder percepiscono una **clientela sempre più attenta e preparata, talvolta anche esperta** (o che si pone come tale). La "formazione" del cliente passa oggi dai **programmi TV e dalle riviste dedicati alla casa, dai blog, dai social** che fanno da cassa di risonanza.

L'informazione che arriva ai clienti non sempre però risulta corretta. In particolare oggi appare complesso curare il rapporto con un **cliente che cerca soprattutto informazioni sull'andamento del mercato per «fare l'affare»** (sia per l'acquisto sia per la vendita) e chiede al professionista risposte "certe" che nelle attuali fasi di mercato è sempre più difficile dare.

Emerge presso tutti gli operatori (agenti immobiliari, sviluppatori, banker) l'**esigenza di avere un approccio più consulenziale**: per aiutare il cliente ad **orientarsi** nel mercato della casa, per gestire lo **scollamento tra i desideri ideali e la realtà accessibile** quando si acquista, per far comprendere come il giusto **valore di mercato** non sempre collimi col **valore affettivo** attribuito alla casa quando si intende vendere.

GLI ELEMENTI ALL'ATTENZIONE DEGLI OPERATORI

Gli aspetti che oggi **gli addetti ai lavori** non possono ignorare per rispondere ai bisogni e alle esigenze maggiormente sentiti dai clienti in ambito casa:



La **qualità** massima (in rapporto al valore) nelle varie componenti della casa: **soluzioni architettoniche, materiali, finiture, impianti** "Il nuovo fatto bene fa premio del 30%. Anche il ristrutturato, se fatto bene"



Ambienti luminosi, ariosi, non rumorosi. I clienti prediligono i piani alti, le case con grandi vetrate, i balconi ampi, le terrazze, gli attici



Impianti e dispositivi moderni che riducono gli **sprechi energetici**



La **sicurezza** appare un parametro **sempre più importante** per i clienti: la zona tranquilla e sicura, il tessuto sociale del quartiere



Servizi utili in base alla tipologia di cliente/famiglia (es. scuole, negozi, collegamenti), o superflui (es. a MI il box auto per chi usa il car sharing)



La **personalità** della casa è poi un **valore immateriale** da non sottovalutare (linee architettoniche, stile, contesto non anonimo)

GLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI PER I CLIENTI

Nel racconto dell'esperienza dei **clienti**, con riferimento alle città di Milano e Roma, emergono in particolare alcuni **elementi che sono stati rilevanti nella scelta della casa** (corrispondono specularmente a quanto segnalato dagli operatori):



La **professionalità e la competenza dell'agente immobiliare**: deve fornire un quadro chiaro e obiettivo del mercato, proporre un prezzo di vendita coerente, consigliare nell'interesse del cliente ("Deve avere il polso del mercato", "Non è interessato solo a prendere il mandato")



Le **caratteristiche architettoniche salienti ricercate sono: piano alto**, spazi funzionali, **luminosità** degli ambienti, **terrazzo** ("Ho scelto il 7° piano per non vivere nel rumore e nello smog", "Volevo luce e aria")



Gli **impianti** e la **classe energetica** dell'immobile riscuotono grande attenzione. **Nel nuovo** in particolare si cercano le **soluzioni tecnologiche più moderne** in termini di comfort e di efficienza energetica (riscaldamento, climatizzazione, insonorizzazione, domotica)



La **zona è fondamentale**: dev'essere comoda per i **servizi**, **sicura**, tranquilla, silenziosa ("Un quartiere ben servito, vissuto, con famiglie")

COSA CONTA NELLA SCELTA DELL'ABITAZIONE DA ACQUISTARE?

GLI ASPETTI IRRINUNCIABILI (VOTI 9-10 SU UNA SCALA DA 1 A 10)

LUMINOSITÀ DELL'ABITAZIONE



LE CARATTERISTICHE DEL QUARTIERE/DELLA LOCATION



IL PIANO DELL'ABITAZIONE



Base: Affluent che hanno acquistato una casa nuova negli ultimi 4 anni in comuni con più di 250.000 abitanti (Fonte: CasaDoxa 2018)

IL MERCATO DELLE CASE DI LUSO

LA TIPOLOGIA «LUSO» È UN MERCATO A SÉ

Gli immobili di lusso costituiscono un **mercato diverso**, dove tutti gli elementi che ruotano intorno alla casa sono al **top di gamma**, **estremizzati**, o **presentano peculiarità** non contemplate dal mercato "normale".

Per lusso **non si intende semplicemente «costoso»** ma piuttosto il lusso si declina come **«esclusività accessibile a pochi»**.

Il lusso **va al di là del semplice criterio di bellezza e qualità**, non è neppure una semplice affermazione di **status**. Lusso è il piacere **"pieno" dell'abitare** inteso come **leisure, entertainment, wellness** (ad es. la palestra in home, la sauna, la sala cinema, la grande cucina ad isola). Nelle case di pregio la **componente emozionale** va ad arricchire e completare il **benessere psico-fisico** di chi abita in questi spazi.

*"Il vero lusso è ridotto, è per pochi.
Il lusso dovrebbe rispondere a esigenze di non primaria necessità.
Bellezza e qualità sono di default,
ma il bello di per sé soddisfa altri tipi di esigenze"*

LE SPECIFICITÀ DELLE CASE DI LUSO



Operatori professionali e clienti concordano su alcuni elementi che contraddistinguono il «lusso»



La casa di lusso **conserva valore in un'ottica di investimento**, è un acquisto che può garantire ancora una buona rivalutazione. Il mercato degli immobili di lusso **ha risentito meno della crisi** e oggi appare sempre più **dinamico** a Roma e ancor più a Milano.



Il lusso **si differenzia per il taglio degli appartamenti**. Le **superfici abitative sono ampie** soprattutto nella zona living (ma anche terrazzi, bagni, cucina). L'ottimizzazione degli spazi resta comunque fondamentale.



Nelle case di fascia alta **il cliente richiede** soluzioni **su misura** (sul nuovo) e ristrutturazioni **personalizzate** (sull'usato). La proposta immobiliare di pregio facilmente include la promessa al cliente di una **personalizzazione esclusiva**, dove **il progetto di interior design è spesso il primo step del processo di acquisto**, e in molti casi diventa decisivo per la finalizzazione.



Nell'abitazione di lusso tutto è all'insegna della **elevata qualità** dal punto di vista costruttivo e tecnico: standard più elevati nella **progettazione** edilizia, **materiali** innovativi, **finiture** di alta gamma, **elettrodomestici** smart di ultima generazione, **impianti tecnologici** in linea coi più moderni dettami di efficienza energetica.



La casa di lusso prevede **servizi e soluzioni all inclusive** di manutenzione e riparazione associati all'immobile che **sgravano il proprietario dalle varie incombenze** (in alcuni nuovi interventi residenziali i guasti sono gestiti direttamente dalle compagnie assicurative con invio dei tecnici, ecc).



Gli immobili di pregio insistono in **zone esclusive: comode e ben servite** (negozi, scuole, svaghi, collegamenti), **contesti di elezione** (l'ambiente umano, il vicinato di un certo livello), **location sicure** (talvolta il quartiere di lusso è anche dotato di propri addetti alla security).



L'immobile di lusso deve esprimere una spiccata **personalità**, avere uno stile **riconoscibile**. L'acquirente non compra solo la casa bella e spaziosa, **compra anche una «storia»** (es. il palazzotto d'epoca) **o una «firma»** (es. le residenze Libeskind/Hadid a City Life, il Bosco verticale di Boeri).



Il mercato del lusso si caratterizza per **una clientela molto demanding**, abituata a chiedere, (se non a pretendere). Agli operatori è sempre più **richiesto un approccio «no problem»**, in grado di **accompagnare il cliente** in un percorso di **assistenza e di consulenza**, fatto di attenzioni particolari per arrivare a soluzioni in linea con le elevate attese di personalizzazione e di esclusività dell'acquirente. Alcuni stakeholder segnalano che **spesso nell'immobiliare di lusso il cliente ha un ciclo di vita più lungo**: se è soddisfatto si fidelizza, fa operazioni immobiliari più frequenti, chiama l'agente anche solo per confrontarsi e avere consigli.

Devi avere un approccio consulenziale soft, andargli dietro per capire cosa vuole ma fargli anche capire - con tatto - quando sbaglia”

“Il cliente chiede all'advisor una assistenza più completa, come un consulente personale ad ampio raggio”

IL RUOLO DELLA CASA OGGI E DOMANI

LA CASA CONSERVA UN SIGNIFICATO IMPORTANTE

Nonostante i mutamenti sociali e le trasformazioni del mercato l'**abitazione mantiene una valenza emotiva nella vita degli italiani**, tradizionalmente "attaccati" alla casa.

La casa **resta un traguardo della vita**, che oggi riguarda soprattutto la "prima casa", quella su cui si concentrano le attenzioni e i desideri di upgrading (avere una casa più bella è sempre un obiettivo di vita), a discapito delle seconde case.

Anche in un'epoca sempre più caratterizzata da nomadismo lavorativo (spostamenti lavorativi, smart working) e affettivo (legami familiari fluidi, separazioni ecc.) **la casa è sempre il posto dove si torna per riconnettersi con se stessi e con la propria rete di affetti**.

La casa è ancora concepita/percepita come **luogo dell'anima oltre che come spazio funzionale** dove vivere.

"La casa è la singola transazione più importante che l'individuo fa nella vita, carica di attenzione e di ansie"
(Sviluppatore)

*"La casa è il posto dove tornare...
La casa è dove ci sono le persone e le cose che ti sono care ...
La mia casa è la mia memoria, dove ho le mie cose e i miei ricordi"*
(Clienti)

I MOLTEPLICI RUOLI ASSUNTI DALLA CASA

Le esperienze dei clienti e degli stakeholder rinviano ad alcune funzioni principali che la casa riveste oggi nella vita delle persone



RIFUGIO → la casa è **il luogo dove rintanarsi lasciando fuori lo stress** della vita quotidiana. È lo spazio del **comfort, del cocooning, del wellness**, dove rigenerarsi dal punto di vista psico-fisico *"Anche il manager milanese che lavora in un ambiente ipercompetitivo quando torna a casa si toglie l'armatura"*



BIGLIETTO DA VISITA «EMOZIONALE» → la casa è **lo spazio dove esprimere la propria personalità**. Si traduce nell'esigenza di **personalizzazione** - trasversale a tutti gli strati sociali - sia **funzionale** (es. l'organizzazione degli spazi) sia **comunicativa** (colori, luci, materiali). **Anche nel lusso la casa è espressione di sé**, pur conservando sempre **una valenza di status symbol** *"La casa è un modo di mostrare te stesso, un po' come ci si presenta agli altri ...", La casa è un abito su misura* (Clienti)

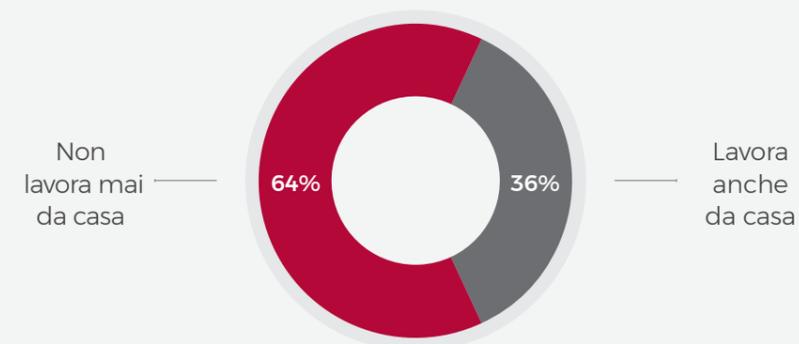


LUOGO DI CONDIVISIONE → L'abitazione non è solo uno spazio privato ma **anche il luogo della socialità, delle relazioni, della convivialità**, dove si riceve e si sta bene con gli amici e i familiari. La dimensione dell'ospitalità, **da sempre connaturata alla casa italiana**, sembra godere oggi di **nuovo slancio**. Le ampie superfici delle **residenze di lusso** consentono addirittura esperienze di aggregazione **prima prerogativa degli spazi pubblici**: es. show cooking, proiezioni cinematografiche nella sala cinema domestica.



SPAZIO POLIFUNZIONALE → **Molte persone lavorano ormai da casa**, soprattutto nel campo delle nuove professioni (creativi, freelance) o sfruttando le opportunità dello smart working, ma anche il manager o il professionista si portano spesso il lavoro a casa. **La casa diventa così lo spazio condiviso tra vita privata e vita lavorativa**, un doppio ruolo che richiede (al singolo e alla famiglia) una specifica organizzazione degli spazi e dei tempi.

FREQUENZA CON CUI SI LAVORA (ANCHE) DA CASA



Base: totale campione Affluent (Fonte: CasaDoxa 2018)



CONTENITORE TECNOLOGICO ED ECOSOSTENIBILE → Un ruolo innovativo della casa che **si sta affermando negli edifici di nuova costruzione**, in particolare a Milano nelle aree di recente sviluppo edilizio che esprimono le tendenze più dinamiche dell'abitare cittadino di lusso (City Life, Porta Nuova). **La casa assume sempre più un'anima tecnologica** arricchendosi di strumenti utili non solo a **migliorare la vita domestica** degli abitanti (domotica, smart home, internet of things) ma anche di soluzioni finalizzate a **favorire la sostenibilità ambientale** (tecnologie per il risparmio energetico e il riciclo, materiali ecologici, pannelli fotovoltaici per la produzione di energia, teleriscaldamento ecc.). Le case di nuova generazione **coniugano funzionalità e risparmio, assumendo un ruolo quasi "etico"** che oggi coinvolge le fasce più sensibili della popolazione, e in prospettiva appare in linea con le attese delle giovani generazioni *"Per me oggi è appetibile solo la casa che ha caratteristiche energetiche di classe A"* - Cliente, MI).

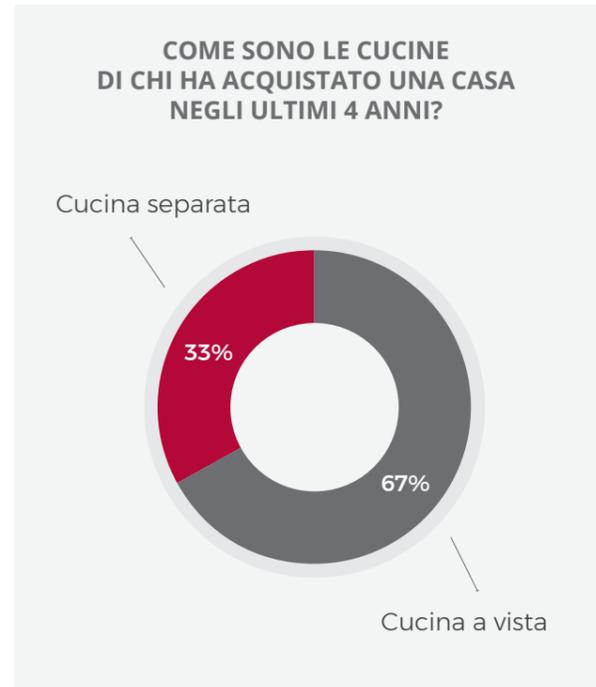
LE TRASFORMAZIONI NELL'ABITARE CONTEMPORANEO

LA ZONA LIVING "CANNIBALIZZA" LO SPAZIO

Nell'ultimo decennio si è consolidata nelle case italiane la tendenza a integrare nel soggiorno l'ingresso, il corridoio e la cucina (non più locale a sé stante), dando luogo ad un unico ambiente.

Una rivoluzione degli spazi conseguente alla riduzione della metratura degli appartamenti: l'area living "estesa" ha assunto un ruolo dominante mentre si è ridotta la superficie destinata alle camere da letto.

Anche nelle case di lusso, che possono permettersi ampi living e grandi cucine in zone separate, la disposizione degli spazi segue questo orientamento, con la cucina in prossimità dell'ingresso, anche "a vista" o chiusa da grandi porte scorrevoli che danno visibilità all'occorrenza.



Base: Affluent che hanno acquistato una casa negli ultimi 4 anni (Fonte: CasaDoxa 2018)

"Oggi c'è l'ingresso living e tutto a vista"

LA CUCINA È "DA VIVERE" E TECNOLOGICA

La cucina non è più un ambiente da nascondere ma un luogo aperto da guardare e accessibile agli ospiti. Diventa - in continuità col living e sull'onda della moda del food - spazio di aggregazione sociale (es. l'aperitivo in cucina, pranzi o cene dove i commensali si spostano in cucina per chiacchiere o per ammirare il cuoco di turno). La taglia oversize delle cucine di lusso agevola tutto ciò.

È cresciuta l'attenzione all'estetica oltre che alla funzionalità: gli elettrodomestici arredano oltre a svolgere le loro funzioni abituali, la cucina di oggi è "bella da vedere".

È diventata la parte più costosa della casa: cucine superattrezzate, di design, ricche di tecnologia negli elettrodomestici e di innovazione nei materiali (es. le superfici facili da pulire per poter essere sempre "in vista")

"Anche nelle case di lusso la cucina non è più lo spazio della donna di servizio"

I BAGNI RADDOPPIANO E DIVENTANO AREE WELLNESS

Il bagno è la stanza che è mutata maggiormente negli ultimi anni.

In termini di spazio è aumentato il numero di bagni per abitazione. Anche nelle case più piccole si ricavano almeno due bagni, seppure di ridotte dimensioni (nelle case di lusso anche più di tre bagni).

In termini di ruolo il bagno si è trasformato in una stanza relax, spazio personale (e spesso personalizzato) dove concedersi del tempo prezioso per prendersi cura del corpo e liberare la mente.

È oggi - soprattutto nelle case di lusso - un ambiente ricco di dotazioni improntate al massimo comfort (es. doccia grande, soffione ad effetto pioggia/cascata, sauna, idromassaggio), impreziosito da materiali di elevata qualità estetica e tecnologica (es. parquet resistente all'acqua, resine, sanitari e rubinetti di design, luci led), molto luminoso (bagno "mai cieco" nelle abitazioni di lusso).

"È quasi più bello di una sala!"

L'INDOOR E L'OUTDOOR SI IBRIDANO

L'esigenza usuale dei clienti di abitare in una casa luminosa ed ariosa si connota oggi soprattutto come ricerca di maggiore armonia con l'ambiente esterno e con una dimensione "più naturale".

Da un lato la casa ri-crea la natura al suo interno, nei materiali, forme, colori di ispirazione organica e vegetale "Ho scoperto il nuovo linoleum, è olio di lino".

Dall'altro lato l'outdoor è diventato il naturale proseguimento degli interni, ad es. nei terrazzi da arredare proprio come un salotto (tradizionalmente a Roma, ma sempre più anche a Milano).

*"A Roma il terrazzo te lo godi,
ho preferito una casa più piccola ma con un bel terrazzo"*
(Cliente)

"Una casa con terrazzo a Milano attira come le mosche sul miele!"
(Stakeholder)

SEMPRE PIÙ TECNOLOGIA, MA MENO VISIBILE

Soprattutto nelle case nuove è diventato sempre più facile inserire sistemi per gestire interruttori, serrande videocitofoni, cronotermostati, allarmi ecc.

La tecnologia domestica oggi è più impalpabile e easy: ad es. la rete wi-fi consente a più dispositivi di collegarsi da ogni stanza (rendendo obsoleto il vecchio salotto organizzato attorno alla TV); i sistemi di raffrescamento a soffitto invisibili e non rumorosi sostituiscono gli antiestetici split; le app stanno diventando gli strumenti principali per controllare con facilità elettrodomestici/ sistemi di intrattenimento/ apparati di climatizzazione/ dotazioni di sicurezza ecc.

La casa tecnologica consente inoltre di risparmiare sui consumi energetici quasi senza accorgersi.

“Nelle nuove case è entrata molta tecnologia, anche se non sempre gli over 50 la sanno utilizzare”

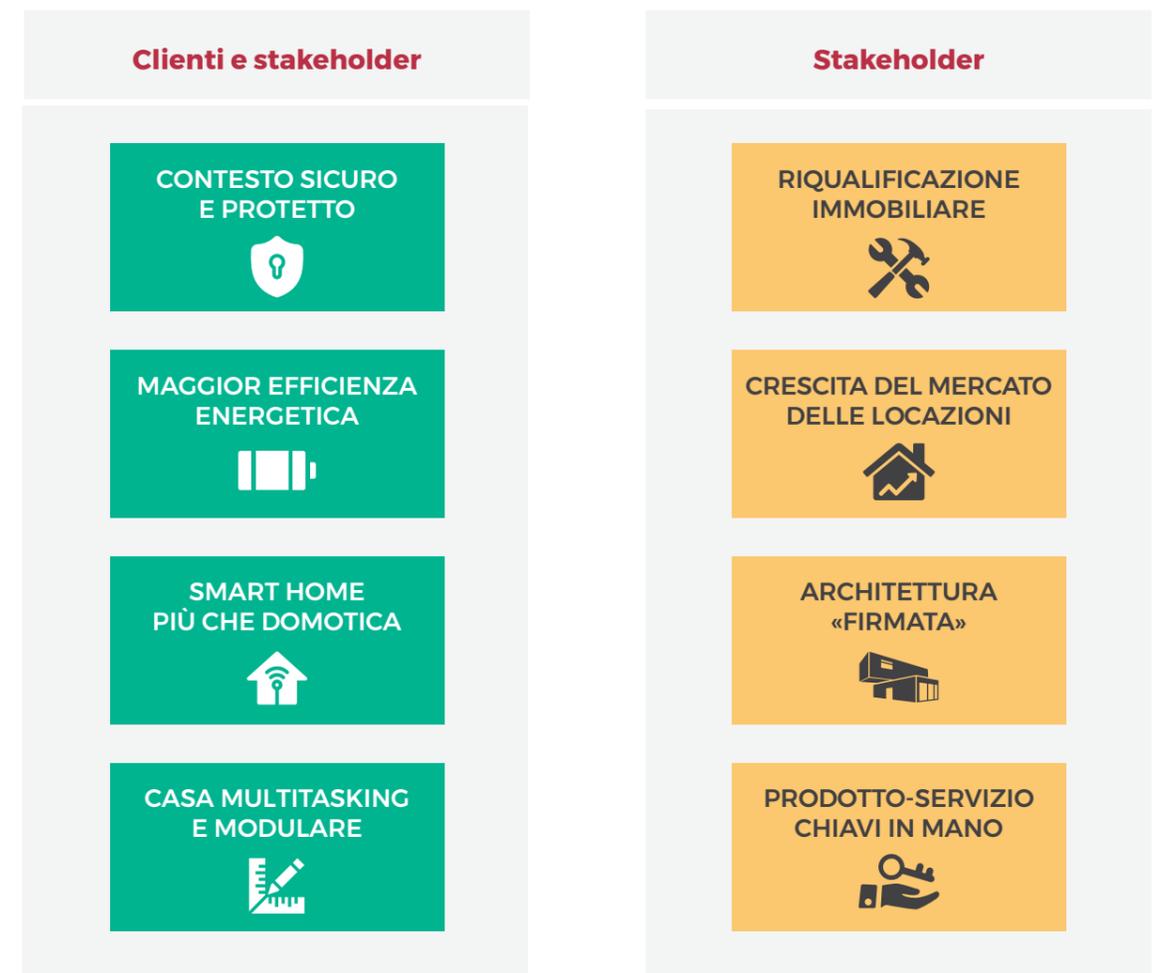
I CAMBIAMENTI PER IL FUTURO DELLA CASA

In generale i clienti e gli operatori professionali intervistati manifestano qualche difficoltà a prefigurare il futuro ruolo della casa e i nuovi modi dell'abitare.

Spesso si limitano a prevedere un consolidamento dei trend in corso più che ipotizzare sviluppi innovativi o addirittura disruptive.

Gli stakeholder tendono inoltre a focalizzarsi principalmente sulle aspettative riguardanti il proprio ambito professionale e le prospettive del mercato immobiliare in genere (es. la riqualificazione del patrimonio edilizio, le nuove aree di sviluppo urbano) più che a porre l'attenzione sugli aspetti psico-sociali quali l'evoluzione degli stili abitativi o le future esigenze dei clienti.

LE EVOLUZIONI ATTESE



LE EVOLUZIONI ATTESE DA CLIENTI E STAKEHOLDER



CONTESTO SICURO E PROTETTO

La **sicurezza** è oggi percepita come uno dei fattori che – secondo la maggioranza degli intervistati – **acquisterà sempre maggiore importanza nella scelta della casa.**

Assume **particolare rilievo per le abitazioni di lusso**, anche a causa della crescente polarizzazione del mercato in cui i **quartieri residenziali di pregio** tendono sempre più a configurarsi come **enclave protette** all'interno del contesto urbano.

Si guarderà sempre più alla **zona, al quartiere vivibile e tranquillo, ai collegamenti comodi, a servizi di sorveglianza e dispositivi di alert** connessi alla casa.

“L'immobile di pregio si qualificherà sempre più per la zona di appartenenza e non solo attraverso i mq” (Agente)

“Per le case di lusso la sicurezza diventa sempre più rilevante” (Sviluppatore)



MAGGIOR EFFICIENZA ENERGETICA

Il risparmio energetico sarà sempre **più una necessità che un lusso, un investimento più che uno sfizio.**

Si immaginano **immobili sempre più «green» ed economici nella gestione** grazie al costante sviluppo tecnologico di materiali da costruzione e di impianti sempre più efficienti (es. riscaldamento, climatizzazione, isolamento termico, co-generazione di energia ecc.).

L'acquirente sarà sempre più interessato alla **classificazione energetica** dell'immobile non solo per una crescente **sensibilità ecologica** ma anche perché **pensa di risparmiare.**

“Nel futuro vedo l'ottimizzazione degli aspetti energetici per massimizzare la qualità, il clima e la salubrità dell'ambiente, e anche per risparmiare” (Cliente)

“Magari si spende di più all'inizio per una casa di classe A ma per avere un beneficio di lungo termine” (Stakeholder)



SMART HOME PIÙ CHE DOMOTICA

La **tecnologia**, già molto presente nelle case, probabilmente **aumenterà**. Ma in previsione futura **la domotica non convince molto** gli stakeholder sebbene sia già entrata in molte case, e anche alcuni **clienti dopo un innamoramento iniziale** sembrano averla un po' abbandonata. *“Ha iniziato a prendere piede ma non si sa bene dove andrà” (Stakeholder)*, *“L'avevo nella vecchia casa, nella casa nuova non l'ho più messa” (Cliente)*, *“Non è matura” (Cliente)*.

La **domotica** come sistema centralizzato (e chiuso) appare **superata dall'avvento delle app**, che dà luogo a **un sistema indipendente e aperto**. Con l'*Internet of Things* ogni **singolo apparecchio** potrà essere **controllato individualmente** da ogni membro della famiglia tramite il proprio smartphone/tablet, inoltre **le app sono più facili da usare e da aggiornare** rispetto ai costosi software di controllo degli impianti domotici.

“La domotica ha avuto un momento di boom quando non c'erano ancora gli smartphone. Ora con le app è più comodo e la domotica è meno divertente” (Sviluppatore)

“Con le app di oggi ognuno se la crea da sé la domotica” (Agente immobiliare)

“Ho l'app del condizionatore, poi ci sarà quella del frigorifero non ho più bisogno della domotica” (Cliente)



CASA MULTITASKING E MODULARE

Le vite sempre più dinamiche sono destinate a riflettersi anche nel modo di vivere la casa, che sempre più **dovrà strutturarsi per essere uno spazio in continuo cambiamento**, in grado di adattarsi alle mutevoli esigenze dei suoi abitanti: ad es. la **vita quotidiana e lo spazio di lavoro** devono poter convivere “sempre” (es. per i free lance) o solo “occasionalmente” (es. smart working), i **figli crescendo** hanno maggiori esigenze di spazi di autonomia e privacy, l'**invecchiamento delle persone** comporta la necessità di adeguare le soluzioni abitative a questa fase della vita.

La casa multitasking dovrà prevedere quindi **configurazioni adattabili e modulari** (es. pareti mobili), **arredamento e mobili trasformabili, oggetti con più funzioni d'uso**. Sarà una sfida per progettisti e interior designer soprattutto nelle moderne abitazioni dalle superfici sempre più ridotte.

“La zona living si trasforma nel corso della giornata: la mattina è uno studio per lavorare, il pomeriggio sala giochi per i bambini e la sera salotto in cui si riunisce tutta la famiglia” (cliente)

LE EVOLUZIONI ATTESE DAGLI STAKEHOLDER



RIQUALIFICAZIONE IMMOBILIARE

Riveste grande attenzione tra gli operatori (Sviluppatori in particolare) che devono confrontarsi con uno **stock edilizio in rapido invecchiamento e da recuperare**.

A ciò si collega l'**aspettativa di uno sviluppo policentrico delle città** grazie all'aumento di infrastrutture, servizi, collegamenti che favoriscono l'**estensione delle zone abitative di pregio al di fuori dei tradizionali centri storici** → Un processo **già in atto a Milano** coi nuovi quartieri CityLife e Porta Nuova, appena agli inizi a Roma con fenomeni di gentrificazione in alcune aree (es. Ostiense).

In questo senso diventerà sempre più fondamentale che la casa (nuova o usata) sia **inserita in un ecosistema sociale e urbanistico**, in un quartiere connesso a servizi e a collegamenti.

“Si è fatta troppa cementificazione e oggi se ne pagano le conseguenze”

“Diventerà sempre più importante il recupero delle ferite del tessuto urbano”

“A Milano il lusso non è più solo in centro in via Brera...”



ARCHITETTURA «FIRMATA»

Sarà sempre più importante per il cliente, che presterà sempre maggiore attenzione allo stabile, **all'involucro esterno dell'immobile, allo stile architettonico** oltre che alle caratteristiche interne dell'appartamento.

Una richiesta di estetica a 360° che **coinvolge anche il contesto circostante all'immobile**.

Soprattutto nel lusso la tendenza si manifesta **già oggi nella ricerca dell'immobile firmato** dal grande architetto (in particolare a Milano questa "aspirazione" ha contribuito al rilancio dell'immobiliare).

“La gente guarda la casa disegnata da...”

“Si premierà sempre di più il contesto: il bell'appartamento in un bello stabile”



CRESCITA DEL MERCATO DELLE LOCAZIONI

Prefigurata come una conseguenza dell'aumentata **mobilità sociale** delle giovani generazioni e dello sviluppo della **sharing economy**.

Alcuni operatori immaginano un mercato non più caratterizzato da tanti singoli proprietari privati ma **gestito dai grandi gruppi immobiliari**.

Lo scenario futuro di minori compravendite preoccupa qualche stakeholder, **tuttavia si prevede che nel segmento lusso e in città come Milano e Roma l'acquisto della casa resterà un'asset allocation importante**.

*“Nel futuro vedo un mercato più legato alla locazione che alla proprietà”,
“Il concetto sarà quello di disporre di case
più che di possedere case, come con le auto”*

*“Nessuno farà più i salti mortali per comprare una casa,
però a Milano avere una casa di lusso sarà ancora garanzia
di avere un capitale al sicuro”*



PRODOTTO-SERVIZIO CHIAVI IN MANO

Soprattutto nel lusso si prefigurano soluzioni in cui **i contratti di servizi/utenze sono già integrati nella proposta immobiliare** (es. connessione fibra, servizi di vigilanza e di manutenzione dell'immobile, assicurazione, pulizia e lavanderia ecc.).

Una evoluzione che va incontro **all'esigenza di semplificazione del cliente** e alla **minore propensione a sacrificarsi per la casa**, le pulizie, le manutenzioni ecc.

*“Con la casa si venderanno già compresi tutti i servizi.
Si eliminano al cliente tutte le complicazioni burocratiche
di allacciamento utenze e di contratti per gli altri servizi”
(Agente immobiliare)*

FOCUS SUI TREND DELL'OSSERVATORIO CASA DOXA

Sono stati sottoposti al campione alcuni **temi emersi dall'osservatorio Casa Doxa**.

Per ogni item **si è chiesto all'intervistato di esprimere il suo punto di vista** (se in accordo o disaccordo con quanto affermato), approfondendo poi le considerazioni dell'intervistato, le implicazioni e i significati sottesi.

LA CASA È DIVENTATA UN CONTENITORE CHE MUTA E SI TRASFORMA INSIEME AI SUOI ABITANTI, ADATTANDOSI ALLE DIVERSE ATTIVITÀ CHE SI SVOLGONO IN CASA E ALLE DIVERSE SITUAZIONI IN CUI VIENE VISSUTA LA CASA

Una visione della casa su cui **concordano tutti gli intervistati**. Si sottolinea però che è **un aspetto da sempre insito nell'abitare**, che da sempre segue l'evoluzione della società e si adatta al ciclo di vita dei singoli individui e della famiglia.

Forse questa tendenza tipica della casa alla **trasformazione è oggi più veloce rispetto al passato** (per molti intervistati il concetto di casa multitasking e modulare ne è chiara espressione).

Oltre a **fenomeni tipo lo smart work**, altri casi di "adattamenti" della casa possono essere **l'affitto di porzioni della casa** (es. Airbnb, in particolare a Roma) o la **suddivisione di case con grandi superfici** in appartamenti più piccoli (es. empty nesters).

"La casa è naturalmente un abito su misura, e negli ultimi tempi è sempre più così"

L'UOMO È SEMPRE MENO PASSIVO NELLE SCELTE CHE RIGUARDANO LA CASA E DIVENTA SEMPRE PIÙ ATTIVATORE DI INTERESSI E DESIDERI

La maggioranza degli intervistati **conferma il ruolo più attivo dell'uomo**, soprattutto nelle generazioni under 50.

Gli uomini sono particolarmente **interessati alle nuove tecnologie domestiche** (domotica/internet of things sono "i nuovi giocattoli") e agli **aspetti energetici** dell'abitazione (classe energetica ecc.) ma appaiono **sempre più coinvolti anche negli aspetti estetici** quali la scelta di materiali, finiture, colori, arredamento (anche se poi è quasi sempre la donna ad avere l'ultima parola in merito).

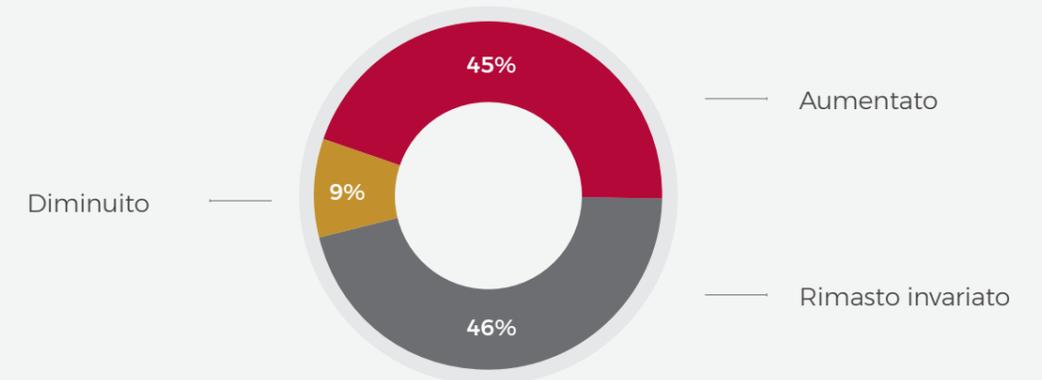
Si nota una **crescente attenzione degli uomini per il bagno** (la stanza del comfort, possibilmente personalizzata) e **per la cucina** (spazio creativo ormai sdoganato anche al maschile).

"L'uomo vive di più il bagno per coccolarsi e la cucina per esprimersi" (Cliente, donna)

"Le giovani generazioni sono più sensibili al bello" (Sviluppatore)

L'UOMO È SEMPRE MENO PASSIVO NELLE SCELTE CHE RIGUARDANO LA CASA E DIVENTA SEMPRE PIÙ ATTIVATORE DI INTERESSI E DESIDERI

RISPETTO A 5 ANNI FA, DIRESTI CHE IL TEMPO CHE TRASCORRI IN CASA...



Base: totale campione Affluent (Fonte: CasaDoxa 2018)

Il **punto di vista non è uniforme** nel campione intervistato.

Da un lato (a **Milano** in particolare) **molti convengono** che la casa è diventata anche **spazio di lavoro** (smart work) e che il **comfort domestico ha raggiunto ormai un livello tale** da favorire lo stare in casa (es. climatizzazione, insonorizzazione, luci, terrazzi abitabili, home theater, collegamenti internet veloci, Netflix); inoltre piace **ricevere gli amici** nella comodità e nella tranquillità della propria casa, soprattutto nelle abitazioni di lusso con ampi living.

Dall'altro lato non sempre si ha la percezione che oggi si trascorra più tempo in casa rispetto al passato (soprattutto a **Roma**, dove peraltro il clima spinge maggiormente ad uscire di casa).

"È più piacevole stare in casa se si ha un buon impianto di climatizzazione. E poi oggi hai anche il cinema in casa!"
(Cliente Milano)

LA CASA NUOVA VS LA CASA USATA

È un **tema centrale** nel dibattito tra gli operatori e una **alternativa di scelta** sempre considerata dagli acquirenti (come visto).

Cresce la sensibilità dei clienti per le nuove costruzioni, più confortevoli, più funzionali, con impianti più moderni ed efficienti. Le case devono **però avere una personalità** ed essere inserite in **contesti adeguati per sicurezza e servizi** (a Milano le nuove aree di sviluppo "policentriche")

rispondono pienamente a questi criteri).

In un mercato di sostituzione come l'attuale **l'usato conserva valore solo se è ristrutturato** secondo i moderni dettami architettonici e impiantistici. L'usato di pregio è **in genere in zone centrali** (Roma in particolare) ma la riqualificazione comporta spesso **un aggravio di costi e problemi burocratici** con le amministrazioni (e/o le sovrintendenze).

*“Oggi il cliente cerca il prodotto fresco.
L'usato di pregio ha standing ma non sempre è possibile ristrutturarlo
come si vorrebbe” (Sviluppatore)*

L'IMPORTANZA DI UNA LOGICA ASSICURATIVA SULLA CASA IN CHIAVE PREVENTIVA

Agenti immobiliari e Sviluppatori hanno **scarsa percezione** sulle coperture assicurative sottoscritte dai clienti. **Nel lusso** emergono peraltro **posizioni antitetiche** sull'importanza dell'assicurazione:

da alcuni è ritenuta così importante da ipotizzare una **polizza già compresa** nell'acquisto della casa di lusso (prodotto+servizio)

altri ritengono quasi **superfluo assicurare gli edifici di lusso nuovi** (tipo City Life) costruiti secondo i più moderni dettami di sicurezza, con materiali di qualità e impianti di ultima generazione, dotati di servizi di manutenzione e di security autonoma.

I broker (trattando mutui e finanziamenti) osservano una **propensione ad assicurarsi più marcata tra i clienti Private** (più informati, più previdenti e più consapevoli dei rischi, per sé e verso terzi). Tra i **clienti** si nota infine una **maggior sensibilità assicurativa a Milano** vs Roma.

*“Il Private teme di rovinare il quadro del vicino del piano di sotto”
(Broker)*

*“Nell'immobile di lusso «fresco» il cliente non sente il bisogno
di una copertura danni, furto, incendio...” (Sviluppatore)*

CONCLUSIONI

CONCLUSIONI

IL LUSSO HA UN RUOLO TRAINANTE NEL MERCATO

Le interviste ai testimoni privilegiati (Stakeholder e clienti) **delineano un segmento del lusso** che presenta **importanti peculiarità** all'interno del mercato, e che sembra offrire (oggi e nel prossimo futuro) **opportunità interessanti** rispetto al comparto immobiliare pesantemente segnato dalla crisi.

Emerge tra gli operatori l'impressione di una crescente polarizzazione del mercato tra **abitazioni "normali"** e **abitazioni "di pregio"**, dove però **queste ultime** possono diventare **trainanti per l'intero settore**:

- **La casa di lusso è ancora considerata un investimento**, soprattutto in un mercato immobiliare "di sostituzione" in cui i clienti puntano **all'upgrading** della propria condizione abitativa.
- **Il lusso di nuova costruzione spinge a riqualificare anche l'usato**, per adeguarlo ai nuovi standard architettonici e impiantistici.
- L'edilizia di pregio stimola il policentrismo urbano, rappresenta **un volano per il recupero di interi quartieri** e una spinta alla creazione di servizi e collegamenti.

EMERGONO DIFFERENZE TRA MILANO E ROMA

Entrambe le location **si confermano trainanti** per il mercato delle abitazioni di lusso, con **alcune differenze** di fondo:

- **Milano per prima ha intercettato la domanda di immobili nuovi di pregio** dando vita a progetti come City Life e Porta Nuova. Le nuove aree di sviluppo edilizio hanno permesso di **cogliere le esigenze di un target top** che cerca il prodotto "fresco", guarda il **contesto**, le **tecnologie** all'avanguardia, la **classe energetica**, la presenza della **vigilanza** e di **"accessori leisure"** come la fitness room o la sala cinema.
- **Roma appare un po' indietro nei nuovi sviluppi urbanistici**; il lusso è ricercato nelle **classiche zone del centro storico**, in stabili meno interessati dall'innovazione sotto il profilo della dotazione tecnologica, dei materiali e della classe energetica (anche per oggettive limitazioni degli interventi su edifici strutturalmente vecchi).

IL LUSSO DEVE CONIUGARE FUNZIONE ED EMOZIONE

La **casa del futuro** dovrà essere capace di combinare **elementi funzionali e aspetti emozionali**, per coinvolgere l'utente in una esperienza abitativa che oggi deve tenere conto di entrambe le componenti. **A maggior ragione nel lusso, dove non si acquista solo una casa ma si compra "il piacere dell'abitare" nella sua massima espressione** di comfort, eleganza e leisure. Ad es.

- La **casa è sempre più polifunzionale**, ma sul piano emozionale è anche **luogo di condivisione e di rifugio personale**.
- **Cucine e bagni** nelle casa di pregio rappresentano **il top** per metratura, materiali, tecnologia ma oltre alla funzionalità si ricerca il **massimo piacere emozionale** nell'estetica, nella dimensione conviviale (la cucina) o di cocooning (il bagno).

- Le nuove case di lusso hanno un **cuore tecnologico hi-tech** che esprime allo stesso tempo **un'anima ecosostenibile**.
- **L'outdoor** (il terrazzo) si carica di **valenze emozionali** che vanno al di là dell'aspetto strettamente funzionale di estensione della superficie abitativa della casa.

IL LUSSO E I NUOVI PARADIGMI DELL'ABITARE

Gli acquirenti degli immobili di lusso sono attratti soprattutto dalla **localizzazione dell'immobile**, che talvolta ne connota il pregio più delle sue caratteristiche intrinseche, che hanno comunque un peso importante. **Privacy e sicurezza si collocano oggi ai primi posti come driver di scelta** e sembrano rivelare una tendenza con cui il mercato del lusso in particolare dovrà sempre più confrontarsi.

Anche il mercato degli immobili di **lusso dovrà convivere con le logiche della sharing economy e della società liquida**, che hanno ormai cambiato il paradigma dell'abitare. Ad esempio **la casa vista sempre più come un "servizio"** e non come "un bene"; lo **sviluppo del mercato delle locazioni gestite**, per una clientela sempre più nomade, **l'esigenza di case modulari** per nuclei familiari molto variabili nel numero dei componenti (per effetto di separazioni, o della creazione di nuove famiglie allargate).

L'integrazione della tecnologia è infine destinata a trasformare il settore immobiliare in tutte le sue componenti: dalla ricerca della casa su piattaforme digitali, alle visite virtuali, alla digitalizzazione domestica (Internet of Things).

TUTTI I NOSTRI REPORT:



Residential Overview



Locazioni



Mercato delle Residenze di Pregio



Investment Overview



Office Market Overview



Office Focus Qualità



Alberghi

SANTANDREA
luxury houses

RESPONSABILI DEL PROGETTO

Fabio Guglielmi
Amministratore Delegato

Flavio Angeletti
Direttore Generale

Claudio Casali
Head of Operations

Francesca Fantuzzi
Responsabile Ufficio Studi Gabetti

TEAM DI PROGETTO

Chiara Grandino *Ufficio Studi Gabetti*

Roberta Giusto *Ufficio Studi Gabetti*

Mariagrazia Cascio *Back-office Milano*

Manuela Massa *Back-office Milano*

Laila Carro *RE Private Advisor*

Lidia Falcone *RE Private Advisor*

 **Doxa**

TEAM DI PROGETTO

Paola Caniglia *Home & Retail Director*

Linda Corbetta *Qualitative BU Director*

Andrea Tozzi *Senior Researcher*

Silvia Tentarelli *Executive Researcher*

Cristina Calvi *Qualitative Researcher*



Trovi tutti i nostri report su gabettigroup.com nella sezione ufficio Studi



Resta aggiornato sulle prossime uscite seguendo la nostra [pagina linkedin](#)

Il presente report non deve costituire la base per negoziazioni o transazioni senza una specifica e qualificata assistenza professionale. Malgrado i fatti e i dati ivi contenuti siano stati controllati, Gabetti Property Solutions S.p.A. non fornisce alcuna garanzia di accuratezza e veridicità e non assume alcuna responsabilità in ordine ad eventuali danni, diretti o indiretti, di qualsiasi natura, patiti da terzi in relazione al contenuto del presente report. Le informazioni e i dati contenuti nel report possono essere pubblicati a condizione che se ne citi la fonte. A parte quanto precede, non devono essere in alcun modo riprodotti, in tutto o in parte, né ad essi si può fare riferimento alcuno senza la preventiva autorizzazione di Gabetti Property Solutions S.p.A. - © Gabetti Property Solutions S.p.A. 2018

