

# SECONDO RAPPORTO SUL RECUPERO EDILIZIO IN ITALIA E NUOVI FORMAT DIGITALI

**MARZO 2018**



# SECONDO RAPPORTO SUL RECUPERO EDILIZIO IN ITALIA E NUOVI FORMATI DIGITALI

## INDICE

1.	IL COMPARTO EDILIZIO: NUOVE COSTRUZIONI E MANUTENZIONE STRAORDINARIA	3
2.	IL MERCATO IMMOBILIARE RESIDENZIALE IN ITALIA	7
3.	IL QUADRO NORMATIVO	9
4.	LE RISTRUTTURAZIONI NELLE CITTÀ ITALIANE	11
5.	TIPOLOGIE DI RISTRUTTURAZIONE	17
6.	ASSETTO SOCIO ECONOMICO DELLA PROPRIETÀ IMMOBILIARE	19
7.	IL RECUPERO EDILIZIO NELL'ERA DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE	26
7.1	<i>IL PROFILO DEL NUOVO CONSUMATORE DIGITALE</i>	26
7.2	<i>IL PERCORSO EVOLUTIVO DELLA CATENA IMMOBILIARE, DAGLI INTERMEDIARI AI CONSULENTI, DALLE IMPRESE AI FORNITORI E DAGLI ESPERTI AGLI INFLUENCER</i>	29
7.3	<i>IL CASO PASPARTU, UN MODELLO INTEGRATO DI SERVIZI, PROGETTI E REALIZZAZIONI</i>	38
8.	ACQUISTO E RISTRUTTURAZIONE DI UN IMMOBILE: QUANTO PESA IL DIGITALE?	41
8.1	<i>IL CASO STATUNITENSE</i>	41

RAPPORTO EDITO NEL MESE DI MARZO 2018



## 1. IL COMPARTO EDILIZIO: NUOVE COSTRUZIONI E MANUTENZIONE STRAORDINARIA

In termini reali gli investimenti nell'edilizia residenziale sono risultati stabili nel 2017 con solo uno 0,1 per cento in meno rispetto al 2016. L'Ance registra una variazione annuale del fatturato delle nuove costruzioni residenziali del 29 per cento in meno rispetto al 2007, con poco più di venti miliardi di euro impegnati nel settore nel 2017. I dati Istat a proposito dei permessi di costruire segnalano un costante calo delle concessioni che si protrae da oltre dieci anni, ma nel 2018 si dovrebbe invertire il trend.

Gli investimenti in riqualificazione sul patrimonio abitativo si confermano il motore del comparto edilizio, giungendo a rappresentare il 38 per cento del valore degli investimenti totali in costruzioni. Rispetto al 2007 il volume degli investimenti in manutenzione straordinaria è raddoppiato in termini reali, con oltre 46,5 miliardi di euro di fatturato nel 2016, che si traducono in 700mila abitazioni ristrutturate.

**Tavola 1**

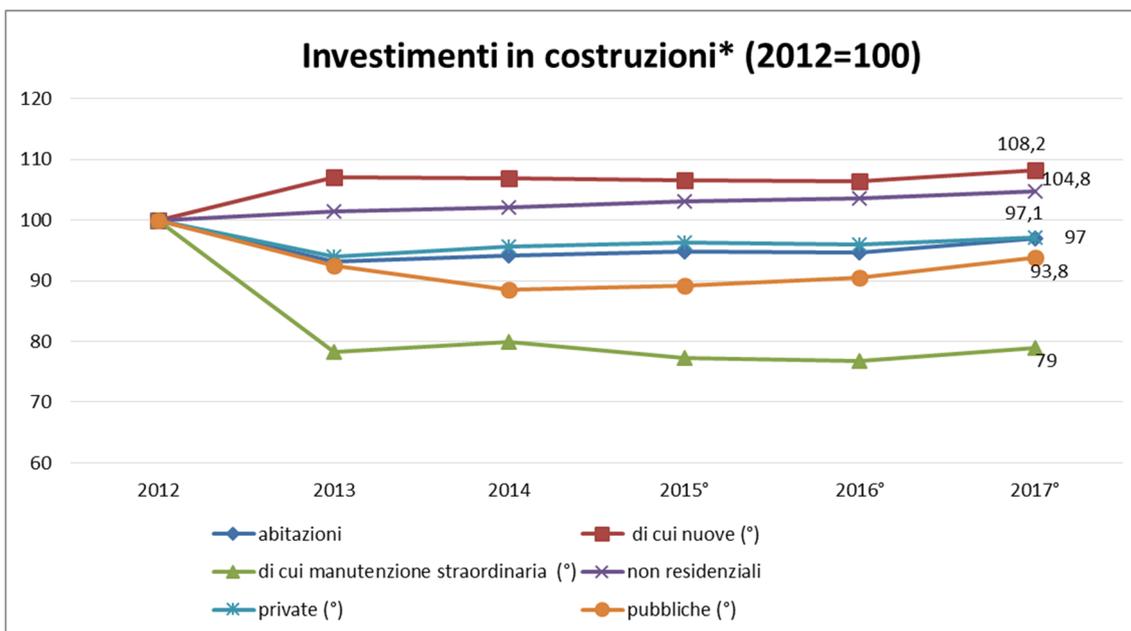
### Investimenti in costruzioni \*

	2016 (mln di euro)	2014	2015	2016°	2017°	2018°
		var annua %				
<b>COSTRUZIONI</b>	122.727	-6,8	1,0	0,7	-0,1	2,4
<b>abitazioni</b>	66.090	7,1	-0,3	-0,3	-0,1	1,7
<b>di cui nuove (°)</b>	19.584	-21,7	2,1	-3,3	-0,7	2,8
<b>di cui manutenzione straordinaria (°)</b>	46.505	1,5	0,5	1,0	0,5	1,3
<b>non residenziali</b>	56.637	-6	1,8	0,6	-0,4	1,3
<b>private (°)</b>	33.171	-7,5	-4,3	0,8	1,5	3,7
<b>pubbliche (°)</b>	23.466	-5,1	1,9	0,4	3,0	2,5

(\*) Investimenti in costruzioni al netto dei costi per trasferimento di proprietà (termini reali)

(°) Stime Ance

Fonte: Ance, Istat



Fonte: Ance

Dopo una revisione al ribasso per il 2017, sono state riproposte in rialzo le previsioni per il 2018, che potrebbe rappresentare l'anno di ripresa per tutto il settore. La previsione dell'Ance è di un aumento del 2,4 per cento in termini reali degli investimenti in costruzioni. Per il comparto residenziale l'incremento degli investimenti reali si stima dell'1,7 per cento in più rispetto al 2017, con una ripresa del settore delle nuove costruzioni e la prosecuzione del trend positivo delle ristrutturazioni, che dovrebbero registrare un incremento dell'1,3 per cento in termini reali.

L'analisi tiene conto dell'impatto sui livelli produttivi delle misure contenute nella legge di Bilancio del 2017 finalizzate al rilancio degli investimenti infrastrutturali e al rafforzamento degli incentivi fiscali esistenti, ma non sono stati considerati gli effetti derivanti dal sismabonus ed ecobonus finalizzati al miglioramento delle condizioni di interi edifici (condomini).

La legge di Bilancio, infatti, rivolge grande attenzione all'edilizia e prevede misure che, se pienamente attuate, potranno sostenere la ripresa degli investimenti pubblici e privati nei prossimi anni. Il definitivo superamento del Patto di stabilità interno, accompagnato da misure di rilancio degli investimenti territoriali, l'avvio della ricostruzione delle zone colpite dagli eventi sismici nel centro Italia ed altre misure di carattere nazionale, come il fondo per gli investimenti e lo sviluppo infrastrutturale e industriale del Paese previsto dalla legge di Bilancio, dovrebbero avere un impatto positivo sull'attività nel settore già a partire dal 2017. Alla luce di questi elementi, è stato quantificato un investimento aggiuntivo totale nel 2018 da parte dello Stato sul comparto delle costruzioni di circa il 26,2 per cento in più rispetto al 2017 miliardi di euro, in larga parte concentrato sulle opere pubbliche ed in misura più contenuta sulle abitazioni (nuove e ristrutturate) e sul non residenziale privato.

Solo gli investimenti in nuove abitazioni continuano a registrare segni negativi, sebbene in misura più contenuta rispetto agli anni precedenti.

Per raggiungere l'obiettivo di ripresa del settore appare fondamentale assicurare la corretta attuazione delle misure previste per garantire una rapida attivazione degli investimenti ed evitare nuovi rallentamenti.

Ulteriore nota negativa per l'edilizia è rappresentata dalla sfiducia dell'istituzione bancaria nei confronti delle imprese edili, un dato confermato dal costante calo delle erogazioni di credito per la realizzazione del residenziale, che si attesta al meno 1,5 per cento nei primi nove mesi del 2017.

Sul totale delle 560mila transazioni del 2017, sono state acquistate 130mila abitazioni da ristrutturare, ovvero il 23,2 per cento del totale e in crescita del 36,8 per cento rispetto ai dati del 2016. Il comparto si è ritagliato uno spazio maggiore tra le preferenze degli acquirenti, grazie alla possibilità di sconto e di guadagno in termini di valore che offre una ristrutturazione personalizzata.

Il nuovo costituisce il quindici per cento delle transazioni, in rialzo del 2,4 per cento in un anno, mentre gli appartamenti già ristrutturati rappresentano 346mila compravendite, in aumento dello 0,9 per cento sul 2016.

In un'analisi per capoluoghi, a riportare i risultati migliori sono state Milano e Roma, con oltre 33mila transazioni ciascuna. Si riscontra che la maggior parte della scelta è ricaduta sugli immobili già ristrutturati, che con 26.900 unità per Milano rappresentano circa l'81 per cento del totale. Gli immobili da ristrutturare si posizionano al secondo posto e rappresentano il 12,7 per cento delle compravendite milanesi del 2017, con un aumento del venti per cento in un anno. Poco più di duemila immobili nuovi sono stati oggetto di transazione nel capoluogo lombardo.

A Roma il 17,4 per cento degli acquirenti ha scelto un appartamento da ristrutturare, cioè il 28,3 per cento in più sul 2016, in opposizione ad un 74,4 per cento che ha preferito un appartamento già ristrutturato o nuovo, in aumento dell'undici per cento. A nord Torino registra il tredici per cento di appartamenti da ristrutturare acquistati nel 2017, in crescita del 25 per cento rispetto al 2016. Ma è a Napoli che gli appartamenti da ristrutturare riscuotono più successo, scelti dal 30,1 per cento degli acquirenti, con motivazioni da ricercare nella qualità dello stock a disposizione nel capoluogo, dove le nuove iniziative residenziali scarseggiano.

**Tavola 2**

**Numero di compravendite del settore residenziale in alcune città italiane,  
2017\***  
(composizione degli acquisti)

Città	Milano	Var % 2017/2016	Roma	Var % 2017/2016	Torino	Var % 2017/2016	Napoli	Var % 2017/2016	Italia	Var % 2017/2016
<b>Totale compravendite</b>	33.200	12,2	34.000	13,3	12.650	11,0	7.300	11,5	560.000	7,7
<b>di cui nuovo</b>	2.100	16,7	2.800	7,7	500	4,2	300	0,0	84.000	2,4
<b>% nuovo su totale</b>	6,3	3,3	8,2	-5,7	4,0	-4,8	4,1	-10,9	15,0	-5,1
<b>di cui in condizioni standard</b>	26.900	10,7	25.300	11,0	10.500	9,4	4.800	4,3	346.000	0,9
<b>% di cui in condizioni standard</b>	81,0	-1,3	74,4	-2,1	83,0	-1,4	65,8	-6,3	61,8	-6,4
<b>di cui da ristrutturare</b>	4.200	20,0	5.900	28,3	1.650	25,0	2.200	33,3	130.000	36,8
<b>% da ristrutturare sul totale</b>	12,7	7,6	17,4	13,7	13,0	12,1	30,1	19,4	23,2	26,8

\*Stima

Fonte: Scenari Immobiliari

## 2. IL MERCATO IMMOBILIARE RESIDENZIALE IN ITALIA

Nel 2017 il giro d'affari del mercato immobiliare italiano ha superato i 118 miliardi, con il quattro per cento in più rispetto al 2016. Non mancano sviluppi innovativi in tutti i comparti del mercato a partire dal residenziale, che dopo decenni ha un'attenzione particolare per le innovazioni tecnologiche e green, il business – che inizia a fare i conti con il co-working – o la logistica – in cui l'e-commerce sta rivoluzionando il modo di intendere gli spazi.

I nuovi trend si differenziano per città. Nel 2018 Roma supererà i livelli dello scorso decennio, mentre Milano, fulcro dello sviluppo economico italiano, vedrà aumenti significativi dei prezzi nelle zone centrali.

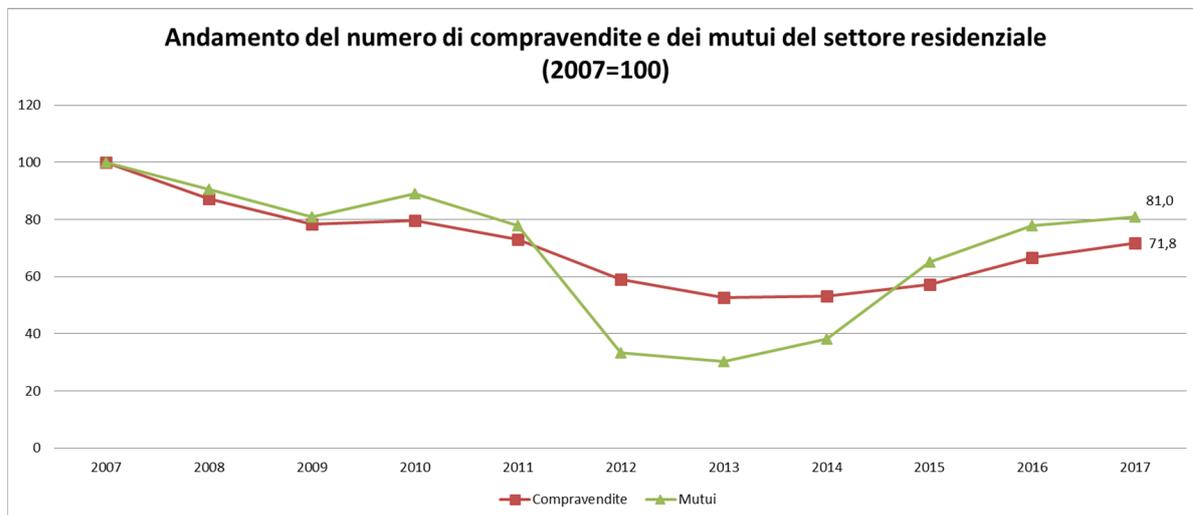
La ripresa sta premiando l'innovazione del prodotto e del servizio. Nella classifica italiana Milano si conferma prima città italiana per l'industria immobiliare, con Roma che la segue da lontano. Nel 2017, infatti, delle 560mila compravendite italiane, il 22,2 per cento è stato condotto in Lombardia e l'undici per cento nel Lazio.

Con queste premesse, si stimano 630mila compravendite residenziali in Italia nel corso del 2018. Ma il numero potrebbe aumentare a fronte di una riduzione della disoccupazione o di un alleggerimento fiscale.

I prezzi medi nominali sono rimasti stabili nell'ultima parte del 2017, con andamenti positivi per le zone di pregio delle città maggiori. Arrancano le periferie, per le quali lo slancio per la ripresa non si percepirà neanche nel primo semestre dell'anno. Nei primi mesi del 2018 si stima una cauta inversione del trend negativo registrato finora, con un rialzo dei prezzi nel residenziale dello 0,3 per cento. Il 2017 si è concluso all'insegna della stabilità per la media nazionale, con uno 0,2 per cento in meno rispetto al 2016.

La concessione di credito alle famiglie mediante lo strumento del mutuo risulta in crescita già dall'anno precedente e registra il 3,2 per cento di incremento per il 2017, non solo per il fenomeno delle surroghe, che rappresenta circa il venti per cento del totale, ma soprattutto per l'erogazione di nuovi mutui, che invece raggiungono l'ottanta per cento delle stipule.

**Tavola 3**



Fonte: Scenari Immobiliari e Abi

### 3. IL QUADRO NORMATIVO

La riqualificazione, a partire dalle singole unità immobiliari fino ad arrivare al rifacimento di interi quartieri, è uno dei temi centrali dell'attività governativa degli ultimi anni. Le autorità statali si sono mosse attraverso diverse misure mirate ad incentivare questo particolare comparto dell'edilizia, ponendo un nuovo accento sulla sostenibilità ambientale degli interventi, oltre che sui costi. Gli ultimi tragici eventi che hanno scosso il centro Italia hanno portato alla luce il tema dell'adeguamento alle norme antisismiche di quegli edifici che ne sono sprovvisti, specie nelle zone più a rischio. Era già prevista dalla precedente legge di Bilancio la possibilità di ottenere agevolazioni per l'adeguamento alle norme antisismiche, ma ora la popolazione ha la possibilità concreta di mettere mano al patrimonio immobiliare in suo possesso e deve sfruttare questa occasione.

La questione della precarietà strutturale della maggioranza del territorio, portata anche all'attenzione anche dell'Unione europea, deve costituire lo stimolo per migliorare gli edifici ormai obsoleti sparsi in tutto il Paese.

Si muovono in questa direzione il progetto Casa Italia per la ricostruzione delle zone colpite dal terremoto; il bando per la riqualificazione delle periferie delle aree metropolitane, intorno al quale è stata portata avanti un'opera di sensibilizzazione dell'opinione pubblica attraverso mostre ed eventi dedicati a questo tema; la legge sul contenimento del consumo del suolo, adeguatamente revisionata al fine di non bloccare il settore delle costruzioni su altri fronti; infine, fondamentali rimangono gli sgravi fiscali previsti dalla legge di Bilancio 2017, con una particolare attenzione alla fascia giovane della popolazione.

Nel tentativo di fornire una panoramica più dettagliata sul ruolo che lo Stato assume nell'ambito delle ristrutturazioni, si vedano con ordine le diverse iniziative promosse.

La sicurezza strutturale e la qualità della vita sono i due elementi cardine su cui fondano gli incentivi stabiliti dalle ultime leggi di Bilancio. Per il 2018 la legge, approvata a fine dicembre 2017, proroga e incentiva gli sgravi fiscali per il settore edilizio già presenti nella legge 2017.

I rimaneggiamenti maggiori sono stati apportati all'ecobonus, a cui non sarà più applicata la detrazione del 65 per cento uguale per tutti gli interventi, ma aliquote differenziate al fine di migliorare la prestazione energetica degli edifici. È stato introdotto un incentivo rafforzato per gli interventi integrati di efficientamento energetico e messa in sicurezza antisismica.

Tra le altre iniziative, diventano detraibili le polizze catastrofali contro il rischio di eventi calamitosi, e viene esteso alle terme il tax credit per la riqualificazione delle strutture alberghiere. Per contrastare l'abusivismo, sono stati infine destinati dieci milioni di euro per la demolizione degli edifici costruiti illegalmente.

L'ecobonus per i condomini resta invariato fino al 2021, mentre si potrà optare per la cessione del credito non solo per gli interventi sulle parti comuni dei condomini, ma anche per quelli sulle singole unità immobiliari. Con 150 milioni di euro, il Fondo per l'ecoprestito garantirà i mutui sottoscritti per intraprendere interventi di miglioramento della prestazione energetica degli immobili. Detrazione del 65 per cento anche per l'acquisto e la posa in opera

di micro-cogeneratori in sostituzione di impianti esistenti, fino a un valore massimo della detrazione di centomila euro, a condizione che l'intervento porti a un risparmio di energia primaria pari al venti per cento. Scende al cinquanta per cento il bonus per l'acquisto e posa in opera di finestre comprensive di infissi, di schermature solari e di sostituzione di impianti di climatizzazione invernale di classe A.

È stata prorogata fino al 31 dicembre 2018 la detrazione del cinquanta per cento, con un limite massimo di 96mila euro per unità immobiliare, per gli interventi di ristrutturazione delle abitazioni e delle parti comuni degli edifici condominiali.

Chi ristruttura il proprio immobile potrà usufruire ancora per un anno una detrazione Irpef del cinquanta per cento, con un tetto di diecimila euro per unità immobiliare, per l'acquisto di mobili e di grandi elettrodomestici di classe non inferiore ad A/A+, con lo scopo di arredare l'immobile oggetto di ristrutturazione. È stata anche fornita un'interpretazione della disciplina che regola l'iva agevolata al dieci per cento per i beni significativi nell'ambito dei lavori edili.

Il fondo contro l'abusivismo stanziava cinque milioni per il 2018 e cinque per il 2019, per la demolizione degli edifici abusivi. Sono stati stanziati anche 500mila euro per l'istituzione di una banca dati centralizzata sull'abusivismo edilizio presso il ministero delle Infrastrutture e dei trasporti, a cui i comuni dovranno segnalare i casi di abusivismo rilevati sul territorio.

#### **4. LE RISTRUTTURAZIONI NELLE CITTÀ ITALIANE**

La conferma dei bonus fiscali per ristrutturare e migliorare l'efficienza energetica degli immobili rivela l'importanza di questo tipo di interventi per il patrimonio immobiliare italiano. La necessità di ristrutturare è tra le urgenze socio-politiche dell'intero Paese e comprende un giro d'affari che da qualche anno ha superato anche quello delle nuove costruzioni. Anche un appartamento da ristrutturare può trasmettere la stessa sensazione di sicurezza e di confort di un immobile nuovo, basta intervenire in maniera proficua su tutte le problematiche che sorgono. Ma gli immobili da riqualificare non sono tutti uguali ed è per questo che sorge la necessità di affidarsi a professionisti che sappiano progettare soluzioni oculate per ogni tipo di intervento. Per la presente analisi sono stati considerati i costi di ristrutturazione che una famiglia deve sostenere nelle principali città italiane, al fine di calcolare il plusvalore derivante dagli interventi di riqualificazione.

Lo studio prende in considerazione i quartieri semicentrali delle principali città italiane dove il mercato risulta più dinamico, prendendo come standard un appartamento di sessanta metri quadri secondo i prezzi rilevati a febbraio 2018, in un confronto tra immobili da ristrutturare e ristrutturati di qualità assimilabile al nuovo. Gli interventi stimati riguardano operazioni di demolizione, rimozione e costruzione dei tramezzi, intonaci e rasature, pavimenti e rivestimenti, opere da imbianchino, opere da idraulico, impianto elettrico e assistenze murarie, comprese nel pacchetto "medium".

Fondamentale in questi casi è l'aggiunta di valore che comporta un intervento di manutenzione straordinaria sia dal punto di vista strutturale che estetico. Anche in un'ottica di lungo periodo, la scelta dei materiali più adatti da parte di professionisti del settore aumenta il rendimento dell'immobile. Il plusvalore, cioè l'incremento percentuale del valore di un'abitazione compresi i costi di ristrutturazione, può raggiungere anche il trentacinque per cento del prezzo dell'immobile. Il grado di personalizzazione offerto da una ristrutturazione ritagliata su misura del futuro proprietario di casa è in grado di rispondere perfettamente a tutte le esigenze richieste dal cliente (come una classe energetica A+, particolarmente performante), offrendo le migliorie strutturali imprescindibili per qualsiasi immobile già ristrutturato.

La media dei 104 capoluoghi, considerati nella loro fascia semicentrale, registra un plusvalore del 3,6 per cento e un guadagno netto di cinquemila euro, considerando un costo di ristrutturazione medio di trentamila euro e uno sconto del 24,3 per cento circa. Si nota una diminuzione di questi indicatori rispetto allo scorso anno dovuta al miglioramento generale delle condizioni di mercato, che non permettono più di applicare sconti superiori al quaranta per cento, come accadeva a inizio 2017. In questo momento il prezzo medio di un'abitazione da ristrutturare si attesta su 109mila euro, in salita del nove per cento rispetto al 2017, mentre quello di un'abitazione in condizioni standard registra un valore di 144mila euro, con un calo dello 0,7 per cento, riducendo così la differenza di prezzo tra le due tipologie.

Nonostante questo, ristrutturare conviene ancora, specie nelle città più grandi, dove lo stock a disposizione è più ampio e diversificato in termini di qualità. Anche nel 2018 chi decide di comprare un immobile da ristrutturare otterrà un plusvalore che varia dall'1,6 al 10,4 per

cento in più rispetto alla spesa effettuata. Nella top ten dei capoluoghi italiani per il plusvalore ottenuto al termine del processo di ristrutturazione di un immobile si collocano Roma, Napoli, Firenze, Milano, Bologna, Venezia, Bergamo, Brescia e Torino, che chiude con il 5,7 per cento in più rispetto al valore di un immobile ristrutturato contemporaneamente in offerta sul mercato. Il guadagno medio in euro a Roma si attesta a 39.500 euro, per decrescere nettamente già dalla seconda posizione. A Napoli il guadagno è di 18mila euro e il plusvalore del 9,8 per cento. Qui un appartamento da ristrutturare vale 155mila euro, mentre uno ristrutturato ne costa oltre 202mila. Firenze registra 276mila euro come prezzo medio per un immobile da ristrutturare, con una spesa per i lavori di 33mila euro, generando un plusvalore del 9,5 per cento rispetto al prezzo finale, con un guadagno di 21mila euro sul prezzo di un appartamento già ristrutturato. Nel capoluogo lombardo si guadagnano 25.500 euro dall'acquisto di una casa da ristrutturare con le successive spese di riammodernamento, cioè il nove per cento su 282mila euro di spesa totali per un investimento del genere. Rispetto al ristrutturato, che costa in media 308mila euro, infatti, si ottiene uno sconto del venti per cento circa, se si preferisce un immobile da riqualificare e, anche se vanno aggiunti i costi dei lavori, il grado di personalizzazione finale apporta un valore aggiunto.

A Bologna il costo medio di ristrutturazione è superiore ai 31mila euro e un appartamento da ristrutturare è scontato del 21,5 per cento, due punti in più rispetto a Venezia. Acquistare un appartamento da ristrutturare a Bologna significa risparmiare in media 17.500 euro, pagando cioè 215.500 euro invece dei 233mila di un appartamento già precedentemente rinnovato.

**Tavola 4**

**Classifica per plusvalore sull'acquisto di un appartamento di 60 mq nei capoluoghi italiani in zona semicentrale a febbraio 2018**

	Regione	Capoluogo	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo medio di ristrutturazione (euro)	costo appartamento da ristrutturare + costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	Lazio	ROMA	419.000	342.000	-18,4	37.500	379.500	39.500	10,4
2	Campania	NAPOLI	202.000	155.000	-23,3	29.000	184.000	18.000	9,8
3	Toscana	FIRENZE	276.000	219.000	-20,7	33.000	252.000	24.000	9,5
4	Lombardia	MILANO	308.000	246.000	-20,1	36.500	282.500	25.500	9,0
5	Emilia Romagna	BOLOGNA	233.000	184.000	-21,0	31.500	215.500	17.500	8,1
6	Veneto	VENEZIA	302.000	248.000	-17,9	33.000	281.000	21.000	7,5
7	Lombardia	BERGAMO	171.000	131.000	-23,4	30.500	161.500	9.500	5,9
8	Lombardia	BRESCIA	191.000	149.000	-22,0	31.500	180.500	10.500	5,8
9	Piemonte	TORINO	203.000	160.000	-21,2	32.000	192.000	11.000	5,7
10	Lombardia	MANTOVA	111.000	74.000	-33,3	31.000	105.000	6.000	5,7
11	Sardegna	NUORO	86.000	53.000	-38,4	28.500	81.500	4.500	5,5
12	Veneto	VERONA	153.000	113.000	-26,1	32.000	145.000	8.000	5,5
13	Emilia Romagna	RAVENNA	147.000	110.000	-25,2	29.500	139.500	7.500	5,4
14	Toscana	PISA	261.000	217.000	-16,9	31.500	248.500	12.500	5,0
15	Lombardia	LECCO	158.000	119.000	-24,7	32.000	151.000	7.000	4,6
16	Sicilia	PALERMO	148.000	113.000	-23,6	28.500	141.500	6.500	4,6
17	Toscana	LIVORNO	149.000	112.000	-24,8	30.500	142.500	6.500	4,6
18	Piemonte	VERBANIA	115.000	79.000	-31,3	31.000	110.000	5.000	4,5
19	Piemonte	BIELLA	105.000	70.000	-33,3	30.500	100.500	4.500	4,5
20	Trentino	BOLZANO	293.000	248.000	-15,4	32.500	280.500	12.500	4,5
21	Calabria	VIBO VALENTIA	83.000	52.000	-37,3	27.500	79.500	3.500	4,4
22	Sicilia	RAGUSA	95.000	64.000	-32,6	27.000	91.000	4.000	4,4
23	Liguria	IMPERIA	203.000	163.000	-19,7	31.500	194.500	8.500	4,4
24	Piemonte	ALESSANDRIA	84.000	49.000	-41,7	31.500	80.500	3.500	4,3
25	Lazio	LATINA	109.000	75.000	-31,2	29.500	104.500	4.500	4,3
26	Abruzzo	L'AQUILA	123.000	87.000	-29,3	31.000	118.000	5.000	4,2
27	Puglia	BARI	188.000	151.000	-19,7	29.500	180.500	7.500	4,2
28	Friuli	GORIZIA	76.000	43.000	-43,4	30.000	73.000	3.000	4,1
29	Sicilia	MESSINA	115.000	83.000	-27,8	27.500	110.500	4.500	4,1
30	Lazio	VITERBO	115.000	80.000	-30,4	30.500	110.500	4.500	4,1
31	Umbria	PERUGIA	130.000	93.000	-28,5	32.000	125.000	5.000	4,0
32	Lombardia	LODI	118.000	83.000	-29,7	30.500	113.500	4.500	4,0
33	Lazio	FROSINONE	79.000	46.000	-41,8	30.000	76.000	3.000	3,9
34	Veneto	TREVISO	145.000	109.000	-24,8	30.500	139.500	5.500	3,9
35	Friuli	PORDENONE	106.000	73.000	-31,1	29.000	102.000	4.000	3,9
36	Campania	BENEVENTO	93.000	60.000	-35,5	29.500	89.500	3.500	3,9
37	Toscana	PISTOIA	133.000	97.000	-27,1	31.000	128.000	5.000	3,9
38	Emilia Romagna	REGGIO EMILIA	147.000	112.000	-23,8	29.500	141.500	5.500	3,9
39	Lazio	RIETI	94.000	61.000	-35,1	29.500	90.500	3.500	3,9
40	Campania	AVELLINO	96.000	65.000	-32,3	27.500	92.500	3.500	3,8
41	Sicilia	SIRACUSA	124.000	93.000	-25,0	26.500	119.500	4.500	3,8
42	Abruzzo	PESCARA	138.000	104.000	-24,6	29.000	133.000	5.000	3,8
43	Sicilia	CALTANISSETTA	84.000	55.000	-34,5	26.000	81.000	3.000	3,7
44	Veneto	PADOVA	155.000	118.000	-23,9	31.500	149.500	5.500	3,7
45	Emilia Romagna	FERRARA	156.000	120.000	-23,1	30.500	150.500	5.500	3,7
46	Val d'Aosta	AOSTA	129.000	94.000	-27,1	30.500	124.500	4.500	3,6
47	Campania	CASERTA	115.000	82.000	-28,7	29.000	111.000	4.000	3,6
48	Sardegna	ORISTANO	87.000	57.000	-34,5	27.000	84.000	3.000	3,6
49	Liguria	GENOVA	218.000	178.000	-18,3	32.500	210.500	7.500	3,6
50	Veneto	VICENZA	131.000	94.000	-28,2	32.500	126.500	4.500	3,6
51	Emilia Romagna	RIMINI	249.000	210.000	-15,7	30.500	240.500	8.500	3,5
52	Friuli	UDINE	132.000	97.000	-26,5	30.500	127.500	4.500	3,5
53	Molise	CAMPOBASSO	134.000	101.000	-24,6	28.500	129.500	4.500	3,5
54	Emilia Romagna	PIACENZA	149.000	114.000	-23,5	30.000	144.000	5.000	3,5

(segue tavola 4)

	Regione	Capoluogo	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo medio di ristrutturazione (euro)	costo appartamento da ristrutturare + costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
55	Abruzzo	CHIETI	90.000	56.000	-37,8	31.000	87.000	3.000	3,4
56	Marche	PESARO	196.000	158.000	-19,4	31.500	189.500	6.500	3,4
57	Sardegna	CAGLIARI	151.000	116.000	-23,2	30.000	146.000	5.000	3,4
58	Calabria	COSENZA	106.000	74.000	-30,2	28.500	102.500	3.500	3,4
59	Trentino	TRENTO	230.000	188.000	-18,3	34.500	222.500	7.500	3,4
60	Molise	ISERNIA	92.000	61.000	-33,7	28.000	89.000	3.000	3,4
61	Lombardia	SONDRIO	110.000	76.000	-30,9	30.500	106.500	3.500	3,3
62	Toscana	SIENA	268.000	228.000	-14,9	31.500	259.500	8.500	3,3
63	Sardegna	SASSARI	111.000	81.000	-27,0	26.500	107.500	3.500	3,3
64	Piemonte	ASTI	127.000	92.000	-27,6	31.000	123.000	4.000	3,3
65	Sicilia	TRAPANI	80.000	51.000	-36,3	26.500	77.500	2.500	3,2
66	Emilia Romagna	MODENA	160.000	126.000	-21,3	29.000	155.000	5.000	3,2
67	Lombardia	COMO	224.000	183.000	-18,3	34.000	217.000	7.000	3,2
68	Calabria	REGGIO CALABRI	96.000	65.000	-32,3	28.000	93.000	3.000	3,2
69	Puglia	LECCE	99.000	68.000	-31,3	28.000	96.000	3.000	3,1
70	Lombardia	CREMONA	132.000	95.000	-28,0	33.000	128.000	4.000	3,1
71	Emilia Romagna	PARMA	215.000	178.000	-17,2	30.500	208.500	6.500	3,1
72	Puglia	BRINDISI	83.000	52.000	-37,3	28.500	80.500	2.500	3,1
73	Lombardia	MONZA	183.000	143.000	-21,9	34.500	177.500	5.500	3,1
74	Liguria	SAVONA	185.000	149.000	-19,5	30.500	179.500	5.500	3,1
75	Emilia Romagna	FORLI'	152.000	118.000	-22,4	29.500	147.500	4.500	3,1
76	Puglia	TARANTO	85.000	55.000	-35,3	27.500	82.500	2.500	3,0
77	Sicilia	CATANIA	154.000	122.000	-20,8	27.500	149.500	4.500	3,0
78	Calabria	CROTONE	86.000	56.000	-34,9	27.500	83.500	2.500	3,0
79	Marche	MACERATA	121.000	88.000	-27,3	29.500	117.500	3.500	3,0
80	Calabria	CATANZARO	87.000	58.000	-33,3	26.500	84.500	2.500	3,0
81	Lombardia	VARESE	158.000	122.000	-22,8	31.500	153.500	4.500	2,9
82	Sicilia	ENNA	88.000	59.000	-33,0	26.500	85.500	2.500	2,9
83	Basilicata	MATERA	124.000	93.000	-25,0	27.500	120.500	3.500	2,9
84	Veneto	ROVIGO	90.000	59.000	-34,4	28.500	87.500	2.500	2,9
85	Sicilia	AGRIGENTO	90.000	61.000	-32,2	26.500	87.500	2.500	2,9
86	Piemonte	CUNEO	127.000	89.000	-29,9	34.500	123.500	3.500	2,8
87	Lombardia	PAVIA	164.000	128.000	-22,0	31.500	159.500	4.500	2,8
88	Campania	SALERNO	203.000	169.000	-16,7	28.500	197.500	5.500	2,8
89	Toscana	AREZZO	132.000	98.000	-25,8	30.500	128.500	3.500	2,7
90	Toscana	GROSSETO	151.000	116.000	-23,2	31.000	147.000	4.000	2,7
91	Veneto	BELLUNO	95.000	60.000	-36,8	32.500	92.500	2.500	2,7
92	Marche	ANCONA	135.000	102.000	-24,4	29.500	131.500	3.500	2,7
93	Puglia	FOGGIA	118.000	87.000	-26,3	28.000	115.000	3.000	2,6
94	Piemonte	VERCELLI	80.000	49.000	-38,8	29.000	78.000	2.000	2,6
95	Toscana	LUCCA	205.000	168.000	-18,0	32.000	200.000	5.000	2,5
96	Toscana	MASSA	127.000	94.000	-26,0	30.000	124.000	3.000	2,4
97	Piemonte	NOVARA	129.000	95.000	-26,4	31.000	126.000	3.000	2,4
98	Liguria	LA SPEZIA	129.000	95.000	-26,4	31.000	126.000	3.000	2,4
99	Basilicata	POTENZA	109.000	77.000	-29,4	29.500	106.500	2.500	2,3
100	Marche	ASCOLI PICENO	95.000	65.000	-31,6	28.000	93.000	2.000	2,2
101	Friuli	TRIESTE	147.000	114.000	-22,4	30.000	144.000	3.000	2,1
102	Umbria	TERNI	113.000	81.000	-28,3	30.000	111.000	2.000	1,8
103	Toscana	PRATO	151.000	119.000	-21,2	29.500	148.500	2.500	1,7
104	Abruzzo	TERAMO	127.000	96.000	-24,4	29.000	125.000	2.000	1,6
	<b>Capoluoghi-semicentro</b>		144.000	109.000	-24,3	30.000	139.000	5.000	3,6

Fonte: Scenari Immobiliari

Tavola 5

**La classifica del plusvalore nei quartieri delle cinque principali città italiane a febbraio 2018**

**ROMA**

	Quartiere	Zona	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo ristrutturazione medio (euro)	costo appartamento da ristrutturare+costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	GIULIO AGRICOLA	PERIFERIA	215.000	148.000	-31,2	37.500	185.500	29.500	15,9
2	COLLI ALBANI	PERIFERIA	267.000	194.000	-27,3	37.500	231.500	35.500	15,3
3	BALDO DEGLI UBALDI	PERIFERIA	285.000	210.000	-26,3	37.500	247.500	37.500	15,2
4	TRIONFALE	PERIFERIA	270.000	197.000	-27,0	37.500	234.500	35.500	15,1
5	MAGLIANA	PERIFERIA	234.000	166.000	-29,1	37.500	203.500	30.500	15,0
<b>Gli ultimi cinque quartieri della città</b>									
1	TREVI	CENTRO	648.000	589.000	-9,1	37.500	626.500	21.500	3,4
2	S. EUSTACHIO	CENTRO	540.000	486.000	-10,0	37.500	523.500	16.500	3,2
3	PORTICO D'OTTAVIA	CENTRO	516.000	464.000	-10,1	37.500	501.500	14.500	2,9
4	PIAZZA NAVONA	CENTRO	780.000	725.000	-7,1	37.500	762.500	17.500	2,3
5	FORI IMPERIALI	CENTRO	624.000	574.000	-8,0	37.500	611.500	12.500	2,0

**MILANO**

	Quartiere	Zona	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo ristrutturazione medio (euro)	costo appartamento da ristrutturare+costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	BALDINUCCI	SEMICENTRO	207.000	144.000	-30,4	36.500	180.500	26.500	14,7
2	TRIBONIANO	PERIFERIA	186.000	126.000	-32,3	36.500	162.500	23.500	14,5
3	BAVENO	PERIFERIA	195.000	134.000	-31,3	36.500	170.500	24.500	14,4
4	MONTEVELINO	SEMICENTRO	217.000	154.000	-29,0	36.500	190.500	26.500	13,9
5	BOVISA	SEMICENTRO	222.000	159.000	-28,4	36.500	195.500	26.500	13,6
<b>Gli ultimi cinque quartieri della città</b>									
1	PORTA NUOVA	SEMICENTRO	507.000	451.000	-11,0	36.500	487.500	19.500	4,0
2	V.EMANUELE	CENTRO	660.000	600.000	-9,1	36.500	636.500	23.500	3,7
3	BRERA	CENTRO	618.000	562.000	-9,1	36.500	598.500	19.500	3,3
4	CITY LIFE	SEMICENTRO	512.000	460.000	-10,2	36.500	496.500	15.500	3,1
5	SPIGA	CENTRO	870.000	817.000	-6,1	36.500	853.500	16.500	1,9

## NAPOLI

	Quartiere	Zona	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo ristrutturazione medio (euro)	costo appartamento da ristrutturare+costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	C.SO GARIBALDI	SEMICENTRO	140.000	92.000	-34,3	29.000	121.000	19.000	15,7
2	MONTESANTO	SEMICENTRO	150.000	102.000	-32,0	29.000	131.000	19.000	14,5
3	NOLANA	SEMICENTRO	180.000	133.000	-26,1	29.000	162.000	18.000	11,1
4	VICARIA	SEMICENTRO	185.000	138.000	-25,4	29.000	167.000	18.000	10,8
5	S. LORENZO	SEMICENTRO	165.000	120.000	-27,3	29.000	149.000	16.000	10,7
<b>Gli ultimi cinque quartieri della città</b>									
1	S. FERDINANDO	CENTRO	393.000	341.000	-13,2	29.000	370.000	23.000	6,2
2	VIA DEI MILLE	CENTRO	474.000	421.000	-11,2	29.000	450.000	24.000	5,3
3	VOMERO	CENTRO	444.000	395.000	-11,0	29.000	424.000	20.000	4,7
4	CHIAIA	CENTRO	582.000	529.000	-9,1	29.000	558.000	24.000	4,3
5	POSILLIPO	CENTRO	588.000	540.000	-8,2	29.000	569.000	19.000	3,3

## BOLOGNA

	Quartiere	Zona	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo ristrutturazione medio (euro)	costo appartamento da ristrutturare+costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	PILASTRO	PERIFERIA	153.000	105.000	-31,4	31.500	136.500	16.500	12,1
2	BORGO PANIGALE	PERIFERIA	174.000	125.000	-28,2	31.500	156.500	17.500	11,2
3	SOLFERINO	SEMICENTRO	248.000	193.000	-22,2	31.500	224.500	23.500	10,5
4	SAN DOMENICO	SEMICENTRO	260.000	205.000	-21,2	31.500	236.500	23.500	9,9
5	COLLI	SEMICENTRO	328.000	268.000	-18,3	31.500	299.500	28.500	9,5
<b>Gli ultimi cinque quartieri della città</b>									
1	SANTO STEFANO	SEMICENTRO	260.000	213.000	-18,1	31.500	244.500	15.500	6,3
2	IRNERIO	SEMICENTRO	233.000	188.000	-19,3	31.500	219.500	13.500	6,2
3	SAFFI	CENTRO	219.000	175.000	-20,1	31.500	206.500	12.500	6,1
4	VIA SARAGOZZA	CENTRO	270.000	224.000	-17,0	31.500	255.500	14.500	5,7
5	PIAZZA MAGGIORE	CENTRO	420.000	373.000	-11,2	31.500	404.500	15.500	3,8

## FIRENZE

	Quartiere	Zona	Costo appartamento in condizioni standard (euro)	Costo appartamento da ristrutturare (euro)	Differenza % tra appartamento standard e da ristrutturare	costo ristrutturazione medio (euro)	costo appartamento da ristrutturare+costo ristrutturazione (euro)	Plusvalore (euro)	Plusvalore (%)
1	CORSICA	PERIFERIA	219.000	159.000	-27,4	33.000	192.000	27.000	14,1
2	ALMERICO DA SCHIO	PERIFERIA	204.000	146.000	-28,4	33.000	179.000	25.000	14,0
3	LE PANCHE	PERIFERIA	216.000	159.000	-26,4	33.000	192.000	24.000	12,5
4	VILLA BONAZZA	SEMICENTRO	214.000	158.000	-26,2	33.000	191.000	23.000	12,0
5	VARLUNGO	SEMICENTRO	225.000	168.000	-25,3	33.000	201.000	24.000	11,9
<b>Gli ultimi cinque quartieri della città</b>									
1	SANTA CROCE	CENTRO	396.000	344.000	-13,1	33.000	377.000	19.000	5,0
2	PORTA AL PRATO	CENTRO	318.000	270.000	-15,1	33.000	303.000	15.000	5,0
3	SANTO SPIRITO	CENTRO	384.000	334.000	-13,0	33.000	367.000	17.000	4,6
4	SANTA MARIA NOVELLA	CENTRO	438.000	389.000	-11,2	33.000	422.000	16.000	3,8
5	DUOMO	CENTRO	558.000	507.000	-9,1	33.000	540.000	18.000	3,3

Fonte: Scenari Immobiliari

## 5. TIPOLOGIE DI RISTRUTTURAZIONE

Le ristrutturazioni più diffuse comprendono diversi interventi che è possibile dividere in tre sottogruppi, identificando tre tipologie di ristrutturazione che possono essere realizzate su un immobile. La tipologia della ristrutturazione dipende dalle condizioni dell'immobile preesistente, che permettono al proprietario di scegliere tra diverse formule. Nella formula soft l'acquirente di un appartamento da ristrutturare deve considerare una spesa di circa 350-450 euro al metro quadro, comprendenti di rifacimento dell'impianto elettrico, bagno, cucina, pavimenti, tinteggiatura delle pareti (senza modifica degli spazi interni).

Per una formula media, con modifica degli spazi interni, si passa a spendere tra 450 e 550 euro al metro quadro, con un costo medio per un appartamento di 60 metri quadri di circa 30mila euro. Questo tipo di ristrutturazione comprende in più rispetto al pacchetto soft, anche la demolizione di pareti e pavimenti, la loro ricostruzione e le pratiche burocratiche connesse.

Quando un immobile necessita di un rimaneggiamento profondo, allora il prezzo si alza, arrivando a 600-750 euro al metro quadro per il pacchetto hard. In questo caso la spesa per un appartamento di 60 metri quadri supera i 40mila euro al metro quadro, ma sono previsti in aggiunta la realizzazione di velette di arredo e controsoffitti, un nuovo impianto di riscaldamento/condizionamento d'aria e d'allarme.

I prezzi indicati, inoltre, escludono i costi di fornitura, che possono variare anche notevolmente in base alla zona e ai materiali scelti.

**Tavola 6**

**Costi medi di ristrutturazione di un'abitazione\***

<b>Ristrutturazione Soft (senza modifica degli spazi Interni)</b>	<b>€/mq</b>	<b>Costo medio per un appartamento di 60 mq (€)</b>
Rifacimento impianto elettrico	350-450	24.000
Rifacimento completo bagno ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Rifacimento completo cucina ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Apertura, chiusura tracce per alloggiamento impianti		
Posa dei pavimenti		
Raschiatura, stuccatura e tinteggiatura pareti e soffitti		
<b>Ristrutturazione Medium (con modifica spazi Interni)</b>	<b>€/mq</b>	<b>Costo medio per un appartamento di 60 mq (€)</b>
Demolizione pareti e pavimenti	450-550	30.000
Ricostruzione nuove pareti e relativo intonaco		
Rifacimento impianto elettrico		
Rifacimento completo bagno ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Rifacimento completo cucina ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Apertura e chiusura tracce per alloggiamento impianti		
Posa dei pavimenti		
Raschiatura, stuccatura e tinteggiatura pareti e soffitti		
Pratiche burocratiche		
<b>Ristrutturazione Hard (con modifica spazi Interni)</b>	<b>€/mq</b>	<b>Costo medio per un appartamento di 60 mq (€)</b>
Demolizione pareti e pavimenti	600-750	40.000
Ricostruzione nuove pareti e relativo intonaco		
Realizzazione controsoffitti e velette di arredo		
Realizzazione nuovo impianto di riscaldamento		
Realizzazione impianto di condizionamento		
Realizzazione impianto di allarme		
Rifacimento impianto elettrico		
Rifacimento completo bagno ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Rifacimento completo cucina ( <i>impianto e posa pavimenti e rivestimenti</i> )		
Apertura e chiusura tracce per alloggiamento impianti		
Posa dei pavimenti		
Raschiatura, stuccatura e tinteggiatura pareti e soffitti		
Pratiche burocratiche		

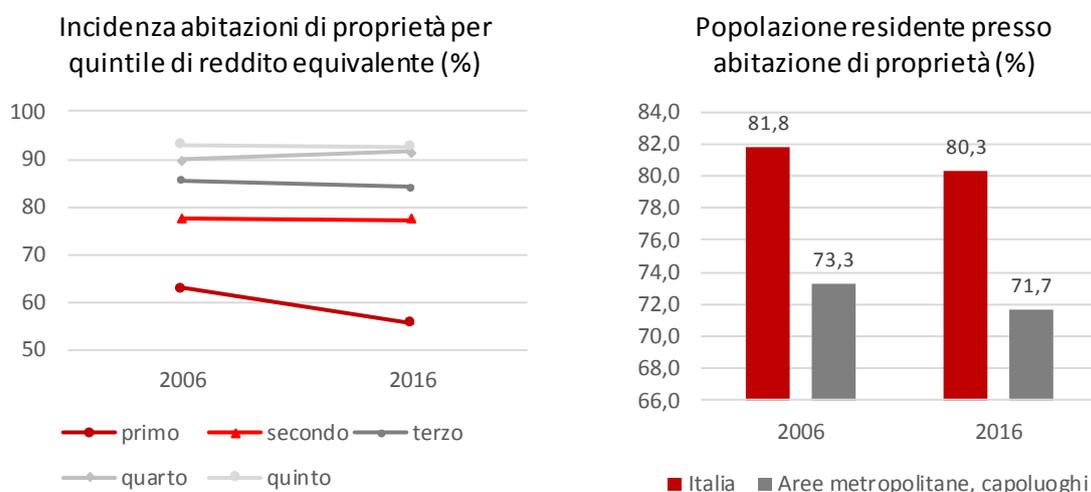
\*al netto dei costi per i materiali di finitura

Fonte: Scenari Immobiliari

## 6. ASSETTO SOCIO ECONOMICO DELLA PROPRIETÀ IMMOBILIARE

L'Italia è un paese di piccoli proprietari. Circa l'ottanta per cento degli italiani vivono in abitazione di proprietà, un'incidenza fra le più elevate dei paesi dell'Unione Europea. Non si tratta tuttavia di un dato omogeneo: osservando la distribuzione del tasso di home ownership per quintili di reddito equivalente emerge come la diffusione della casa di proprietà cresca in misura direttamente proporzionale alla fascia di reddito di appartenenza.

Nel corso della recente crisi economica le disparità si sono acuite, soprattutto per i redditi più modesti. Il primo quintile di reddito ha infatti visto passare il numero di proprietari dal 62 per cento del 2006 al 55 per cento del 2016. A determinare questo declino hanno contribuito diversi fattori, che vanno dalla precarizzazione del mercato del lavoro e la conseguente difficoltà di accesso ai finanziamenti per l'acquisto di una abitazione, alla crescente ricerca di soluzioni abitative temporanee dovuta alla maggiore transitorietà dei rapporti di lavoro e alla necessità di ricercare un'occupazione in località diverse da quella di provenienza. La percentuale di famiglie che vivono in affitto all'interno delle città metropolitane è sensibilmente cresciuta negli ultimi anni, suggerendo una crescente domanda di locazione proveniente da individui in cerca di occupazione.

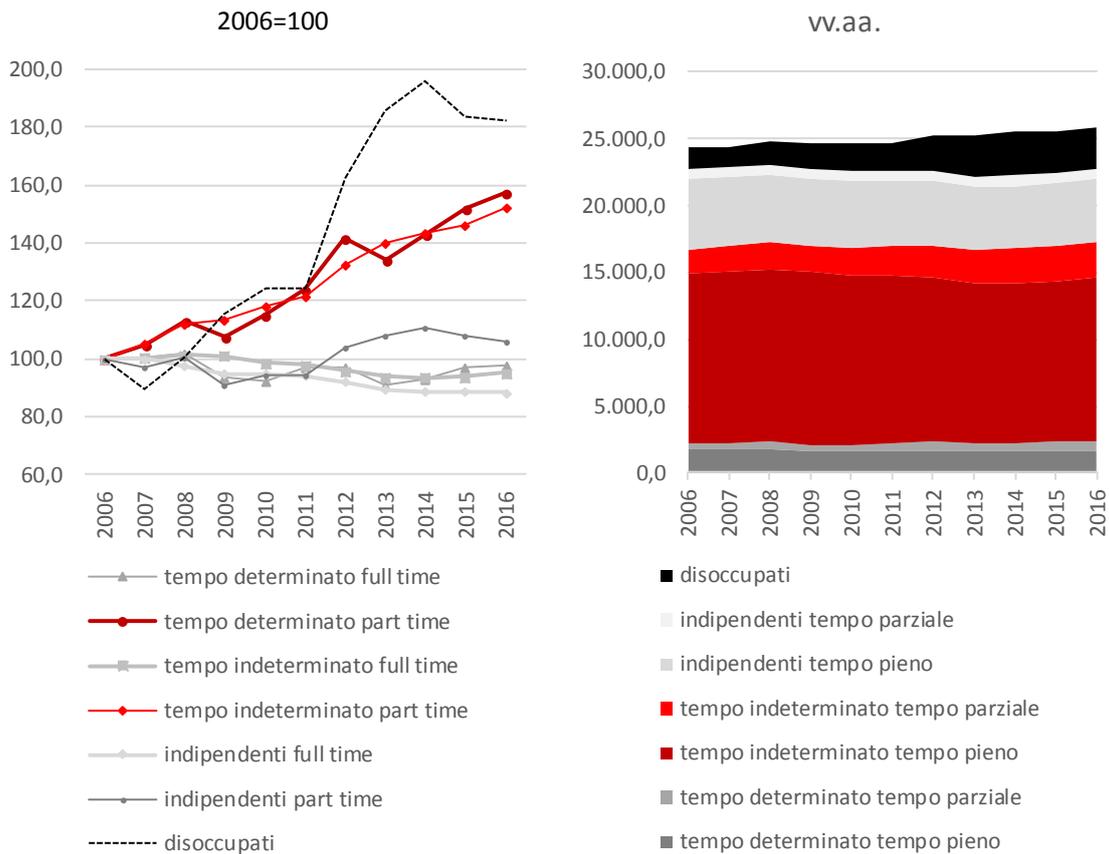


Fonte: Istat 2018

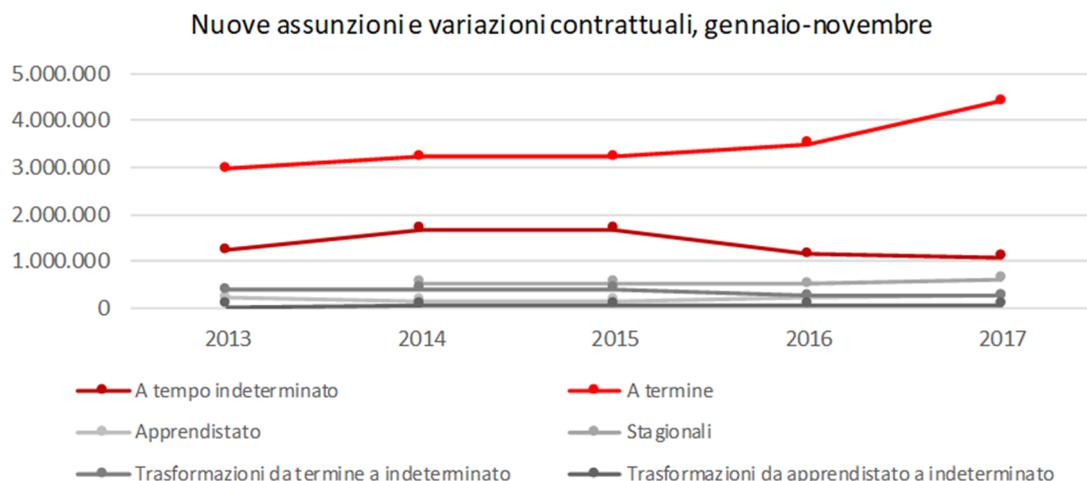
Chi si affaccia al mondo del lavoro ha ormai ben poche aspettative circa la possibilità di acquistare una nuova abitazione: negli ultimi anni si è assistito ad una significativa crescita del numero di nuovi contratti di lavoro a tempo determinato e ad un'impennata del numero di persone impegnate in impieghi part-time e della disoccupazione. Anche in questo è possibile ipotizzare una correlazione la crescita dell'incidenza della povertà relativa tra le fasce di popolazione più giovani in età lavorativa (18-34 anni), passata dal 9,8 per cento del 2006 al 16,8 per cento del 2016.

In sintesi, le nuove generazioni difficilmente saranno in grado di accumulare un patrimonio di abitazioni di proprietà in grado di eguagliare le generazioni precedenti.

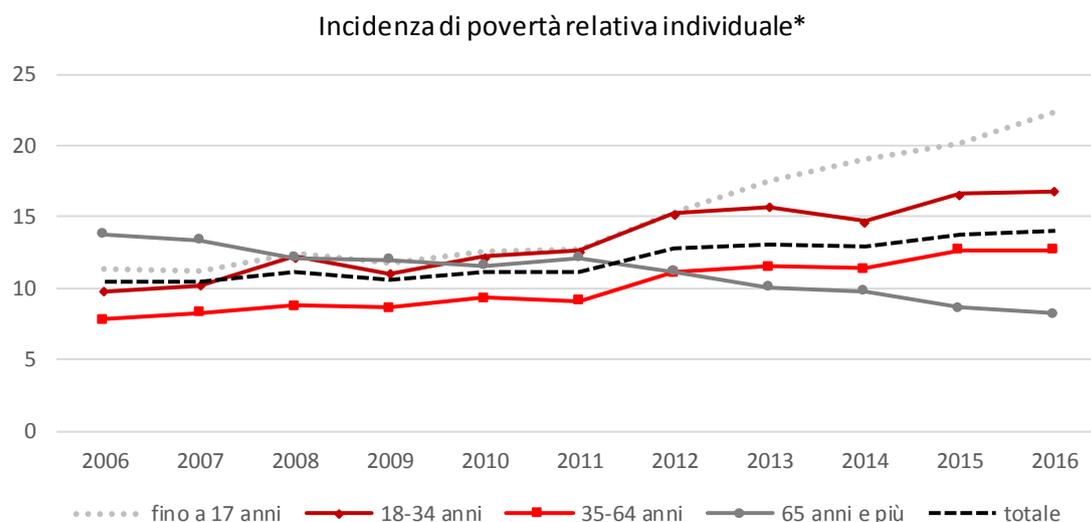
### Andamento degli occupati per carattere occupazionale e della disoccupazione



Fonte: Istat 2018



Fonte: Inps, Osservatorio sul Precariato, novembre 2017



\* percentuale di persone che vivono in famiglie in povertà relativa sui residenti

Fonte: Istat 2018

Tuttavia gli ultimi anni di recessione economica non sono stati sufficienti a stravolgere completamente l'assetto della distribuzione delle proprietà e della ricchezza delle famiglie italiane. Nelle mani degli italiani rimane un patrimonio di abitazioni di proprietà che non ha pari in Europa, a cui si aggiunge la galassia delle seconde case, circa sette milioni di cui un terzo in località di villeggiatura<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Censimento 2011, Istat

La diffusione dell'abitazione di proprietà è caratteristica dei paesi dell'Europa meridionale e orientale. Nei territori d'oltralpe si osserva invece una maggiore propensione verso l'abitazione in affitto, con punte vicine al cinquanta per cento in Germania, Austria e Svizzera, in parte legata ad una consolidata tradizione di imprenditorialità nel mercato delle locazioni.

In Italia le realtà che si occupano di gestire gli affitti in forma imprenditoriale sono limitate, anche a causa di una domanda in costante declino dal secondo dopoguerra fino al decennio scorso. Le politiche pubbliche negli anni della ricostruzione e del boom economico avevano infatti favorito l'acquisto di una abitazione e la parentesi dell'equo canone aveva successivamente distanziato piccoli proprietari e imprenditori dal mercato della locazione<sup>2</sup>.

La mancanza di una vera e propria cultura imprenditoriale degli affitti e la parcellizzazione della proprietà hanno in parte contribuito ad uno sviluppo dell'edilizia in una galassia di figure professionali autonome e di imprese di piccola dimensione, spesso scarsamente competitive e troppo minute per sostenere economie di scala e tenere il passo con le innovazioni.

Nel corso della recessione le imprese edili sono state tra le più duramente colpite. La produzione a prezzi base e il valore aggiunto dell'edilizia su base annua sono scesi rispettivamente del 36,7 e del 32,6 per cento tra il 2006 e il 2015, contro il -10,2 e il -5,4 per cento del totale delle attività economiche nazionali<sup>3</sup>. Le attività di nuova costruzione sono scese al di sotto dei volumi precedenti la seconda guerra mondiale, toccando il minimo storico di appena 44.800 nuovi permessi di costruire nel 2015<sup>4</sup> (erano oltre 250mila nel 2007).



Fonte: Istat 2018

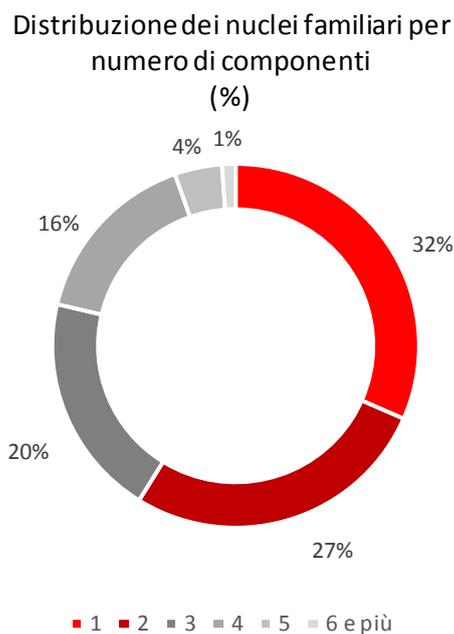
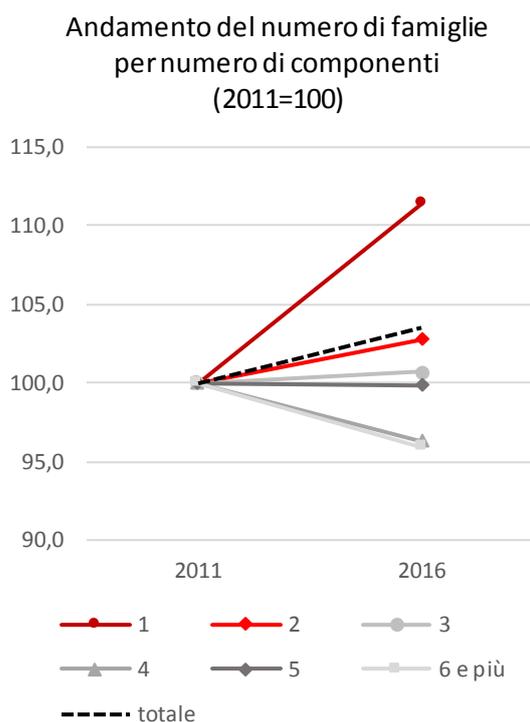
<sup>2</sup> Massimo Baldini, *La Casa degli Italiani*, 2010

<sup>3</sup> Istat, *Produzione a Prezzi Base e Valore Aggiunto*, valori concatenati con anno di riferimento 2010, febbraio 2018

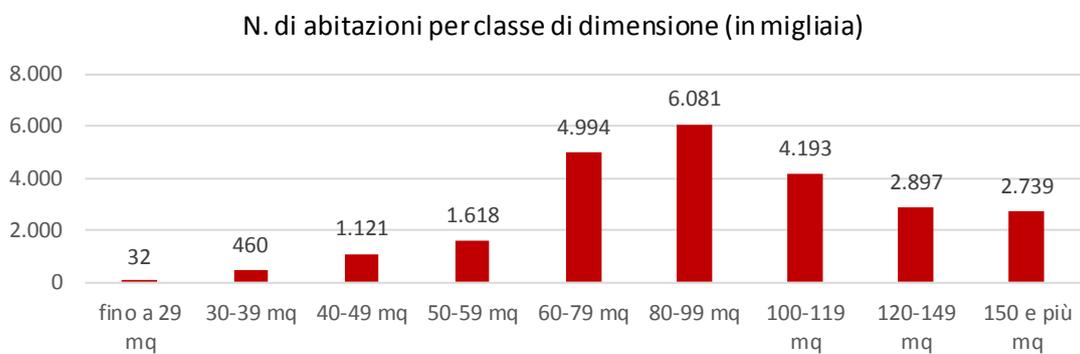
<sup>4</sup> Già nel 2016 si è osservata una crescita del 4,2 per cento rispetto al numero di permessi di costruire rilasciati nell'anno precedente, che si è confermata nei primi due trimestri del 2017 con una variazione congiunturale rispettivamente del +3,5 e 7,8 per cento.

Un altro tema di attualità per il mercato delle abitazioni in Italia è la crescita del numero di famiglie osservata nel corso degli ultimi anni, andata di pari passo con una riduzione del numero di componenti medio per nucleo familiare. Questo trend è determinato da una molteplicità di fattori che interessano soprattutto le fasce della popolazione più giovani e quelle più anziane, oltre alla diffusione delle famiglie con mono genitore.

Riprendendo quanto affrontato nei paragrafi precedenti per i giovani la maggiore transitorietà dei rapporti di lavoro ha comportato un aumento del ricorso a soluzioni abitative temporanee e preferibilmente individuali. Questo fattore unito alla minore propensione al “mettere su famiglia” per ragioni sia economiche che culturali ha determinato il consolidarsi di un consistente numero di single. Contemporaneamente l’innalzamento del tasso di mortalità dovuto al progressivo invecchiamento della popolazione, ha ampliato il pubblico di persone, soprattutto donne, che trascorrono in solitudine gli ultimi anni della propria vita. Il recupero edilizio diventa quindi uno strumento utile per adeguare lo stock esistente, costituito al 65 per cento da alloggi di dimensione superiore agli ottanta metri quadrati, a fronte di un sessanta per cento di famiglie composte da al massimo due componenti.

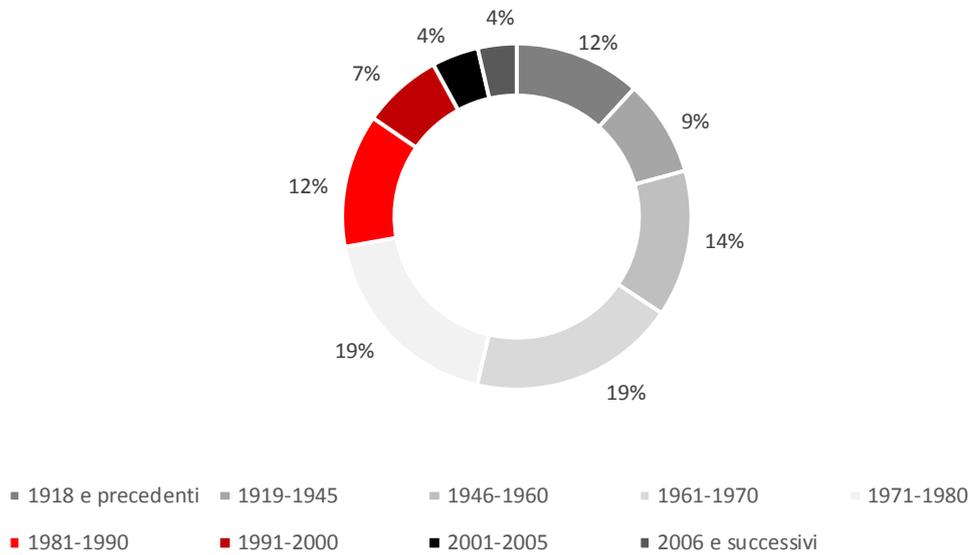


Fonte: Istat 2018



Fonte: Istat, censimento 2011

**Abitazioni per epoca di costruzione**
  
**(% sullo stock esistente)**



*Fonte: Istat, censimento 2011*

## 7. IL RECUPERO EDILIZIO NELL'ERA DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE

### 7.1 *IL PROFILO DEL NUOVO CONSUMATORE DIGITALE*

L'ultima decade ha rappresentato un punto di svolta per i consumatori. I cambiamenti socio-economici provocati dalla recente crisi economica sono stati accompagnati da una rivoluzione digitale in continua accelerazione, con conseguenti mutazioni strutturali delle esigenze e delle abitudini dei cittadini dei Paesi avanzati.

La rivoluzione digitale ha dimostrato che profondi cambiamenti possono avvenire in un tempo talmente breve da rendere una tecnologia scontata a distanza di pochi mesi dall'ingresso sul mercato. In parte ciò è dovuto alla grande capacità delle innovazioni tecnologiche di entrare da subito a fare parte della vita di tutti i giorni, dovuta alla perenne presenza di un accesso al mondo di internet nelle tasche di tutti i cittadini.

Viviamo infatti in un mondo con circa quattro miliardi di utenti Internet (il 53 per cento della popolazione). Nel 2018 i social media hanno raggiunto una penetrazione del 42 per cento, per un totale di 3,1 miliardi di utenti attivi, di cui 2,9 in possesso di un account da cui accedono attraverso smartphone o tablet<sup>5</sup>. In Europa la penetrazione dei social media ha raggiunto il 53 per cento della popolazione, l'utilizzo di Internet oltre l'ottanta per cento e si conta già un numero di connessioni mobile superiore alla popolazione residente (il 131 per cento). Smartphone e tablet da soli contribuiscono al 56 per cento del traffico dati globale, contro il 43 per cento condiviso da laptop e computer fissi, con punte superiori all' settanta per cento in Kenya (83 per cento), Nigeria (81 per cento), India (79 per cento), Cina (75 per cento), Indonesia (71 per cento). Ormai internet non è solo accessibile a tutti, è diventato un compagno inseparabile della vita di tutti i giorni, un'estensione vera e propria delle nostre terminazioni nervose.

Una connettività così radicata e profonda ha gradualmente rivoluzionato il modo di lavorare, i rapporti sociali e l'accesso a beni e servizi. L'ampliamento dell'accesso alle informazioni permesso dal web ha creato la necessità di introdurre reti di condivisione, sfociate poi nella nascita dei social network. Questi ultimi a loro volta sono diventati uno dei principali tramiti attraverso cui le imprese vengono in contatto con la propria clientela, la quale, grazie all'avvento dell'e-commerce, non ha più necessità di recarsi in luoghi fisici per l'acquisto di beni e servizi. Allo stesso tempo il mondo virtuale ha consentito ai consumatori di interagire fra loro, bypassando gli intermediari grazie allo sharing economy e rendendo la web reputation una qualifica indispensabile per privati e aziende. L'advertising è arrivato ad integrarsi con la vita di tutti i giorni attraverso gli Influencer, soggetti in grado di promuovere brand e stili di vita grazie alla propria popolarità sui social media, spesso mediante la condivisione di istanti di quotidianità. In ultimo, le App per mobile hanno consentito a chiunque l'accesso a servizi in maniera immediata e diretta, eliminando quasi del tutto le

---

<sup>5</sup> Fonte: Digital In 2018, Global Overview – We Are Social Italia, 2018

attività di ricerca e navigazione rispondendo alle esigenze di un pubblico sempre più vasto e meno specializzato.

La rivoluzione digitale non si è limitata ad estendere la realtà fisica con una nuova dimensione virtuale. I consumatori si sono infatti dimostrati estremamente ricettivi nello stare al passo con le innovazioni tecnologiche, e hanno sviluppato nuove esigenze rispetto alle quali non sono più disposti a retrocedere. L'utente viene sempre più accompagnato attraverso percorsi diretti ed esperienze prive di attriti e lentezze, con un linguaggio standardizzato supportato da icone istintivamente riconoscibili.

Il successo sul web si basa sulla capacità di semplificare la vita ai consumatori, rendendo un servizio prima accessibile, poi ordinario e infine indispensabile. Il processo attraverso cui un prodotto innovativo diventa successivamente necessario ha richiesto sempre meno tempo: il telefono fisso ha impiegato circa settantacinque anni dal momento dal suo ingresso sul mercato prima di raggiungere i cinquanta milioni di utenti nel mondo, la radio trentotto anni e la televisione quattordici anni. Internet quattro anni, Facebook tre anni e mezzo, Twitter due anni. Instagram in meno di un anno<sup>6</sup> è già ad oltre 700 milioni di account registrati, contro i 2,1 miliardi di Facebook e 326 milioni di Twitter<sup>7</sup>. Amazon Prime invece, lanciato nel 2005, si stima abbia una sottoscrizione nel 64 per cento delle famiglie degli Stati Uniti<sup>8</sup>.



Fonte: Boston Consulting ITU; Statista.com; BCG research; Mobilephonehistory.co.uk; Scientific American, Internet Live Stats; iTunes; Fortune; OS X Daily; VentureBeat; Wired; Digital Quarterly

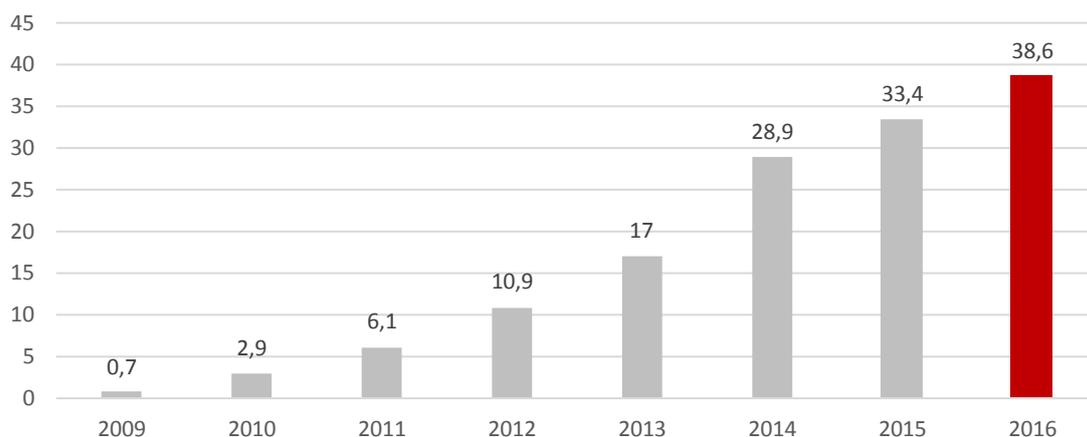
<sup>6</sup> Fonte: Boston Consulting ITU; Statista.com; BCG research; Mobilephonehistory.co.uk; Scientific American, Internet Live Stats; iTunes; Fortune; OS X Daily; VentureBeat; Wired; Digital Quarterly; TechCrunch, AppMtr.com

<sup>7</sup> Fonte: Statista.com

<sup>8</sup> Fonte: Consumer Intelligence Research Partners, aprile 2017

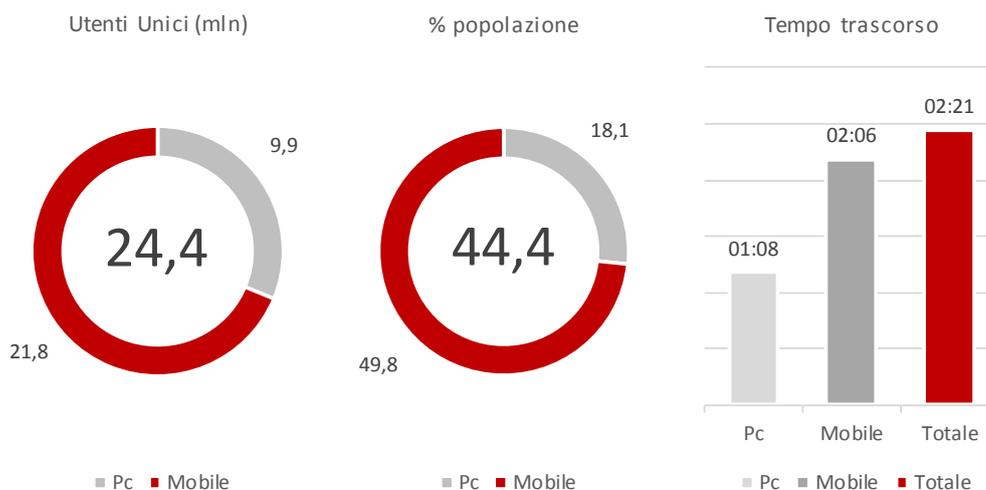
Le aspettative dei consumatori vengono quindi ridefinite in base ai servizi e agli approcci caratteristici della rivoluzione digitale, anche al di fuori del mondo virtuale. La linearità del processo di acquisizione di informazioni, beni e servizi nell'universo digitale diventa benchmark per la realtà di tutti i giorni: tempistiche istantanee, facilità nel reperire informazioni, disponibilità h24, economicità e disintermediazione.

Percentuale mobile sul traffico dati complessivo in Italia



Fonte: WeAreSocial, Global Digital Statshot q3 2017

Digital Audience in Italia, dati medi giornalieri



Fonte: Audiweb Database, luglio 2017

## **7.2 IL PERCORSO EVOLUTIVO DELLA CATENA IMMOBILIARE, DAGLI INTERMEDIARI AI CONSULENTI, DALLE IMPRESE AI FORNITORI E DAGLI ESPERTI AGLI INFLUENCER**

La rivoluzione digitale ha creato nuove esigenze nei consumatori contemporanei, rendendo quindi necessario un più attento sfruttamento delle opportunità offerte dalle innovazioni tecnologiche. La catena immobiliare sta venendo gradualmente investita da un'ondata di rinnovamenti, anche in questo caso guidati da una domanda resa sempre più esigente in un mercato sempre più competitivo.

Il percorso evolutivo della catena immobiliare così come si presenta oggi ha avuto inizio in Italia negli ultimi dieci anni ed ha coinvolto intermediatori, consulenti, imprese, fornitori e produttori. È sotto gli occhi di tutti che internet, e-commerce, realtà aumentata, sharing economy hanno indotto un cambiamento economico, culturale e sociale che ha mutato il modo di essere cittadini, lavoratori, professionisti, di fare impresa e più in generale di essere consumatori.

Il consumatore italiano moderno è caratterizzato da iperinformazione, cambia volentieri punti di vendita se ciò è conveniente, combina abilmente i canali d'acquisto in ottica multi/*omnichannel*, è attento non solo al prezzo, si orienta sempre più su prodotti di qualità, etici, di pregio.

Un cellulare è in grado di darci tutto quello che ci serve, tutte le informazioni, compresa la profilazione del cliente, dovuta alla capacità di identificare, attraverso l'intelligenza artificiale, i gusti e gli interessi fino, ad esempio, a individuare la casa più giusta per il futuro acquirente. Le nostre scelte operate in internet, gli acquisti, le pagine visitate, le fotografie più "cliccate", le canzoni ascoltate, i programmi televisivi seguiti, blog, social network, filtrate attraverso algoritmi, descrivono le nostre preferenze e, se applicate al settore residenziale, tutto aiuta a definire la casa e le cose che più ci potrebbero piacere.

Questi straordinari cambiamenti hanno espresso la loro maggiore crescita nel mondo immobiliare sovrapponendosi agli anni di maggiore crisi, durante i quali il calo delle compravendite ha evidenziato la debolezza del mercato e messo a dura prova la figura del classico **intermediatore immobiliare**.

Parte delle agenzie immobiliari, soprattutto quelle nate nel quinquennio precedente la crisi, si sono accorte con ritardo di questa evoluzione e le conseguenze sullo sviluppo del business sono state evidenti. La modalità di comunicazione è rimasta immutata nel tempo mentre il contesto è profondamente cambiato, anche quando gli strumenti messi a disposizione degli agenti immobiliari potevano sembrare innovativi. Infatti, non sono serviti blog immobiliari, pagine facebook, account twitter o newsletter inviate in posta elettronica, in assenza di un vero cambiamento organizzativo. Queste approssimazioni, che nulla in origine rivelano delle capacità e dell'esperienza del professionista, hanno indotto il cliente a credere poco utile la figura dell'agente immobiliare e considerare la vendita o l'acquisto della casa come azioni realizzabili senza esborsi di tempo e denaro.

Un'altra conseguenza dell'incapacità di profittare della comunicazione digitale è la perdita di fiducia nella filiera. Quest'ultima può anche indurre alla tentazione di creare business indipendenti, provocando a sua volta una ulteriore parcellizzazione del settore.

Il problema nasce dall'opinione diffusa degli operatori del settore che la pubblicità abbia il solo scopo di dare annunci di case da vendere e di dare maggiore visibilità al marchio, in una visione arcaica e ristretta del marketing immobiliare.

Dal lato della domanda, quando si decide di acquistare casa, si cerca la soluzione migliore adatta alle proprie necessità. Se una volta si sfogliavano giornali e si interpellava dal primo momento una agenzia immobiliare, nell'epoca del digitale tutto è più semplice e veloce.

La maggior parte degli italiani, infatti, si rivolge ai siti web, consultati spesso via smartphone e tablet, soprattutto se l'acquisto viene effettuato in un comune diverso da quello di residenza. La moderna tecnologia, inoltre, sta mettendo a disposizione la possibilità di visitare gli immobili a distanza attraverso tour in realtà virtuale.

Secondo il report dell'OID<sup>9</sup>, realizzato ponendo trentacinque domande specifiche a 1.500 agenti immobiliari, il 98 per cento degli operatori intervistati utilizza i portali online per pubblicizzare gli immobili, ma solo il 36 per cento ricorre a strumenti digitali di direct email marketing o di gestione delle relazioni con i clienti.

L'esito è che la maggior parte degli operatori del settore ha un livello di conoscenza degli strumenti informatici poco più che sufficiente: meno di un terzo è in grado di gestire campagne ricorrendo a Google Adwords<sup>10</sup>, Facebook Ads o Facebook Marketplace<sup>11</sup>; l'82 per cento ha un proprio sito, ma meno della metà è registrato su Google my Business<sup>12</sup>.

Poca tecnologia per presentare gli immobili online, un agente su tre fa uso di video editing, solo uno su cinque utilizza software e servizi per realizzare planimetrie delle case in vendita in 2D e in 3D, solo il diciotto per cento realizza virtual tour per far visionare gli immobili da remoto.

Il risultato è un processo di disintermediazione che ha portato negli ultimi anni alla chiusura di 2.500 agenzie immobiliari in Italia, su un totale di 32mila attività presenti sul mercato, secondo le statistiche di Flap.

---

<sup>9</sup> "Il livello di digitalizzazione degli agenti immobiliari (marzo 2017) redatto dall'OID, l'Osservatorio Immobiliare Digitale.

<sup>10</sup> Google AdWords è un servizio online di advertising a pagamento che permette di inserire spazi pubblicitari all'interno delle pagine di ricerca di Google.

<sup>11</sup> Facebook Ads piattaforma per la pubblicazione di annunci pubblicitari; Facebook Marketplace, sezione del social network su cui inserire annunci di vendita e acquistare con trattativa privata.

<sup>12</sup> Google My Business integra Google Ricerca con Google Maps e Google+, come strumento di ricerca, selezione, promozione, informazione, recensione di attività professionali (imprese, enti, associazioni, professionisti, ecc...).

Nel frattempo nel mercato dell'intermediazione degli immobili sono entrate le banche, per le quali l'offerta di nuovi servizi è diventato terreno per acquisire ulteriore redditività raggiungendo nuova clientela.

Nel 2016, Unicredit Subito Casa ha gestito l'intermediazione di oltre diecimila immobili e concluso più di 3.400 transazioni con un fatturato di diciotto milioni di euro, nel 2017 ha puntato a raggiungere i 36 milioni di fatturato per poi conquistare la posizione di leadership. Intesa Sanpaolo Casa si è preparata, invece, a rafforzare la presenza territoriale, soprattutto a Milano e a Roma, con l'obiettivo di raggiungere un organico complessivo di 340 agenti entro fine 2018.

Il vantaggio di comprare attraverso la banca consiste nella possibilità di ottenere qualche vantaggio sulle condizioni del mutuo e certamente tempi accelerati per la firma del finanziamento, nonostante le commissioni di intermediazione applicate siano in linea con quelle delle agenzie immobiliari. Queste vanno tipicamente dal 2,6 per cento della media nazionale fino ai picchi del quattro per cento nei grandi centri come Milano e Roma.

Nel percorso evolutivo della catena immobiliare la figura dell'agenzia è ancora attuale ai fini della creazione di valore? Sì! L'atto della compravendita comporta procedure, anche amministrative, per cui la figura appare molto spesso necessaria e il valore assoluto dell'informazione (con il web che si arricchisce ogni minuto) è nullo se non elaborato dal professionista immobiliare.

La professionalità e la competenza frutto del lavoro e dell'esperienza, affinché possano essere percepite come valore aggiunto, vanno convogliate in un riposizionamento generale. L'importanza della pre-qualificazione della clientela e la dimostrazione che l'evoluzione verso una maggiore competitività comporta spesso lo sviluppo di un'offerta di servizi a 360 gradi.

Se il core business resta l'intermediazione e il collaterale classico le stime e le perizie, è poi possibile estendere il servizio a una galassia di consulenze svolte direttamente o in collaborazione con un pool di esperti: arredamento e ristrutturazione, home staging<sup>13</sup>, certificazione e ottimizzazione energetica, redazione e registrazione telematica dei contratti d'affitto, amministrazione stabili, mutui e finanziamenti, partecipazione alle aste eccetera. In molti casi alcuni studi di consulenza immobiliare si stanno già trasformando in studi associati dove gli agenti condividono spazi e attività, offrendo ai propri clienti un servizio di assistenza omnicomprensivo. Ma aggregare non è ancora per tutti e questa tendenza creerà negli ultimi anni una ulteriore selezione.

Un filone particolarmente vivace è quello dei tour virtuali, sempre più evoluti, delle case in vendita. Una delle ultime novità, che sta riscuotendo interesse sul mercato, è quella di realisti.co ([www.realisti.co](http://www.realisti.co)), start up torinese vincitrice del Real Estate Awards 2017, che

---

<sup>13</sup> L'home staging è una tecnica di valorizzare di un immobile destinato alla vendita o all'affitto che consiste nell'allestimento degli spazi al fine di renderli più gradevoli agli occhi di un potenziale cliente. Questa attività garantisce maggiore velocità decisionale e minore sconto sul prezzo della transazione.

grazie all'utilizzo di videocamere virtuali a 360° (controllabili via smartphone) dà la possibilità di proporre ai potenziali acquirenti visite virtuali "accompagnati" da un agente professionista che può operare direttamente dalla propria agenzia.

Si muove sullo stesso terreno il servizio proposto da 3DSign, realtà cresciuta a partire dal 2015 dentro l'incubatore del Politecnico di Milano, che permette di creare un modello tridimensionale navigabile di una abitazione su cloud, partendo da una semplice planimetria, consentendo poi di personalizzare gli ambienti, arredarli e, infine, condividere il risultato sui social network ([www.3dsignband.com](http://www.3dsignband.com)).

Un valore aggiunto può essere rappresentato anche dalla capacità di mettere in luce, in prospettiva, le soluzioni progettuali per valorizzare l'immobile: è quello che permette di fare il sito [CoContest.com](http://CoContest.com), piattaforma crowdsourcing di interior design avviata nel 2013 attraverso cui si può lanciare un concorso di progettazione online per ristrutturare o rinnovare una casa, ottenendo diverse opzioni.

Un'altra novità già disponibile è [Agentpricing.com](http://Agentpricing.com), un sistema dedicato ai professionisti per realizzare valutazioni immobiliari e analisi comparative direttamente online: inserendo i dati dell'immobile, si ottiene in pochi clic un report personalizzato con analisi di mercato (rispetto all'offerta concorrente presente sul web), statistiche e posizionamento nel contesto di riferimento.

Punta invece a diventare un "Tripadvisor" degli agenti immobiliari [WeAgentz.com](http://WeAgentz.com) ([www.weagentz.com](http://www.weagentz.com)), start up marchigiana attiva dal 2015 che ha reso operativo un sistema di valutazione del professionista - basato su recensioni certificate - dedicato ai mediatori. Attraverso le valutazioni è possibile scegliere il professionista più adatto alle proprie esigenze.

In definitiva, il compito dell'agente immobiliare del futuro sarà quello di essere un professionista formato sul piano tecnico e tecnologico ma anche capace di fare da collante tra l'umano e il virtuale, e di capire la componente emotiva del cliente.

Allo stesso modo il primo approccio dell'**architetto** dovrebbe essere psicologico.

Nelle sue teorie Gustav Jung considera prioritari gli spazi abitativi degli individui descrivendo la casa come simbolo del mondo affettivo di chi vi abita, un collegamento tra il mondo interno ed esterno dei suoi abitanti. Il modo in cui arrediamo le stanze in cui viviamo, il tipo di abitazione che scegliamo, il tipo di piante che compriamo e se e come curiamo il giardino, sono indizi che parlano di noi della nostra personalità. Così come comprendere il motivo per cui si è lasciata una casa per acquistarne una nuova. In questa piega si inserisce una variante della figura professionale dell'architetto: il "coach dell'abitare". Questo professionista lavora sia al servizio del compratore che del venditore. Nel primo caso, aiuta a trovare la casa ideale e, una volta individuata, dà consigli utili per l'arredo compatibilmente con le risorse e il budget. Nel secondo caso, aiuta il venditore a valorizzare al meglio

l'immobile, eliminando quanto più possibile tracce del passato del proprietario, per evitare evidenti legami che la renderebbero poco accogliente per il nuovo inquilino. Quest'ultima attività è anche nota come *home staging*.

Nel più complesso ambito delle ristrutturazioni il ruolo dell'architetto interior designer è guidare il cliente nel prendere coscienza di quello che desidera per vivere bene. La capacità di ascolto, mediazione e interpretazione dei desideri del cliente, fanno dell'architetto un consulente che non teme i confronti né le sfide impossibili. Ecco che il concetto di *tailor-made* e di "chiavi in mano" diventa in questo contesto una risposta essenziale alle richieste di una nuova committenza per cui lo spazio deve essere adattabile e l'ambiente duttile e trasformabile per le diverse esigenze. Le nuove tecnologie e l'Internet of Things permettono di sperimentare in questa direzione.

La progettazione si fa quindi territorio più flessibile e aperto, che vive del contributo attivo di team multidisciplinari e dell'abbandono della figura dell'archistar in favore di un progettista più corale.

Fondamentale è infatti la relazione tra l'architetto e il prodotto. Il nuovo consumatore è attento, diffidente, vuole verificare e disporre di una mediazione autorevole che lo supporti nell'acquisto. Nel design tutto è amplificato e verificare che i beni corrispondano alle promesse dei brand è la condizione necessaria per consolidare l'interesse reale all'acquisto. Il consumatore cerca qualcuno di cui potersi fidare in modo da potergli affidare l'interpretazione delle proprie necessità, sia personali che professionali.

E così l'architetto, o il designer, viene riconosciuto dal privato e dal mercato dei prodotti e delle forniture come vero *influencer*, capace di trovare soluzioni efficaci ai vari progetti.

Comunicare con gli architetti è sempre servito per far conoscere soluzioni e prodotti. Ma la modalità con cui nel passato venditori, rappresentanti e testimonial hanno agito, ha reso tali figure poco influenti e riconosciute. Il messaggio, fatto passare solo attraverso aspetti economici, trattamenti riservati e consegne preferenziali, non ha giovato alla categoria. Se un architetto riconosce il valore di una marca, riceve la garanzia di ottenere soluzioni adeguate da quella marca, automaticamente ne diventa un veicolo per la comunicazione. Inoltre, la conoscenza dei vari prodotti permette all'architetto di offrire una maggiore varietà di opportunità al proprio cliente, sempre più consapevole, attento ed esigente ma anche sempre più impegnato.

Ha compreso queste dinamiche, le ha messe in pratica ed è diventato un modello Andrea Castrignano. Architetto interior designer ideatore e protagonista del programma "Cambio Casa, Cambio Vita!", docu-reality che ha conquistato un pubblico sempre più numeroso di fedelissimi spettatori, affezionati al suo stile amichevole e pragmatico.

Andrea Castrignano è forse il primo vero *influencer* di questo settore. Il suo blog è un contenitore ricco di informazioni, consigli, storie, eventi, prodotti, testimonianze. Una finestra

multimediale che attraverso immagini, testi e video sempre aggiornati, descrive tutta la sua visione progettuale, tra imprese, cantieri, ristrutturazioni, e obiettivi in continua evoluzione. Non tutti gli architetti riescono in questa impresa. Realtà minori rispetto a Milano e forse Roma, che sono terreni di sperimentazione e lancio di nuove tendenze e nuovi modelli, scontano ancora gli strascichi di una crisi che permane nel settore e appesantisce l'avvio di qualsiasi iniziativa, tuttavia il cambiamento della categoria è inevitabile anche nelle aree più depresse perché il consumatore, con le sue nuove abitudini si è modificato indistintamente a livello globale.

Il “canale digitale” che avanza con il “canale reale” è la vera trasformazione che sta investendo tutti i settori della vendita e del commercio, compreso il mondo dell'edilizia.

Fino a pochi anni un imprenditore edile, un tecnico di cantiere, un manovale non utilizzavano il digitale per la condivisione di informazioni o l'acquisto di prodotti da cantiere. Oggi queste persone posseggono uno smartphone, sfruttano potenzialità di app di ogni genere e con ogni probabilità nell'ultimo mese hanno acquistato abbigliamento, regali, libri e pacchetti vacanze online. Non deve quindi meravigliare che quelle stesse persone considerino normale la possibilità di ordinare un impermeabilizzante o una lastra di cartongesso online e vederseli recapitare in cantiere nella data prestabilita.

Lo “spostamento digitale” dagli spazi reali a quelli virtuali ha portato sempre più l'edilizia e chi vi lavora a cercare soluzioni pratiche e veloci sul web e di conseguenza a fare acquisti online.

Per sfruttare i vantaggi dell'e-commerce anche in ambito edile, bisogna prima di tutto analizzare la situazione di partenza e prevederne la possibile evoluzione, considerando gli attori coinvolti nel processo edile, ovvero produttori, rivenditori, imprese edili, professionisti (ingegneri, architetti, designer ecc) e utenti finali, e il funzionamento del mercato delle costruzioni.

Secondo Luca Berardo, presidente di Sercomated<sup>14</sup>, il mercato dei materiali si è mosso fino ad ora seguendo due canali: da una parte la vendita diretta (scelta poco praticata dai produttori), dall'altra la rivendita attraverso i rivenditori sul territorio. Fino ad oggi i produttori hanno dialogato direttamente con i singoli rivenditori, unica vera interfaccia tra **imprese edili**, operatori sul territorio (muratori, falegnami...) professionisti e utenti finali. Con l'avvento di Internet e la digitalizzazione dei processi, però, figure “marginali” nel processo d'acquisto edilizio, come gli utenti finali, stanno acquistando un ruolo sempre più importante portando ad un cambiamento nelle regole del gioco.

Con internet, infatti, tutti gli attori del processo si sono evoluti rispetto al passato: il muratore del 2018 è un tecnico che compra le scarpe antinfortunistiche su Zalando, il caschetto da lavoro su Amazon, il furgone per il trasporto dei materiali su Subito.it e prenota le sue vacanze su Booking, e non comprendere perché non si possa fare lo stesso con i prodotti edili utili al suo lavoro.

---

<sup>14</sup> Sercomated è la società di ricerca e studi di mercato di Federcomated, Federazione nazionale dei commercianti di materiali edili.

Il motivo per cui in Italia l'e-commerce in edilizia stenta a decollare è dovuto ad una generalizzata impreparazione nella digitalizzazione del processo e all'individualismo dei singoli rivenditori. Le esigenze sono le stesse per tutti i comparti, serve una strategia d'insieme e un investimento in risorse per la creazione di un e-commerce specializzato, non basta semplicemente aprire un sito internet e caricare qualche promozione o offerta senza valutare le conseguenze sul mercato.

Uno degli effetti più deleteri della creazione di tanti piccoli siti internet è l'assenza di standard informatici nella digitalizzazione dei listini prezzi; ogni rivenditore stila i propri cataloghi con schede tecniche e prezzi secondo criteri individuali che non considerano con gli altri prodotti immessi sul mercato.

Una possibile soluzione, che già alcuni operatori hanno messo in pratica, è quella di adottare strategie condivise, come una rete di punti vendita che possa avvalersi dei benefici dell'e-commerce secondo un approccio integrato. La vendita online permetterebbe di implementare i servizi di consegna, offrendo all'utente finale più possibilità di scelta, dalla consegna in cantiere al ritiro nel punto vendita effettuato direttamente dalla ditta dei lavori, tra l'altro munita di mezzi di trasporto adeguati.

Questi ultimi temi tuttavia costituiscono ancora ostacoli da superare: la logistica è più facilmente gestibile con articoli di ridotte dimensioni; le operazioni si complicano all'aumentare delle dimensioni e del peso del prodotto, e delle quantità da gestire. Tuttavia l'uso del web e degli attuali strumenti digitali messi a disposizione per la vendita online di prodotti edili utili alla costruzione e alla ristrutturazione di edifici ma anche alla realizzazione di piccoli lavori domestici, offre notevoli vantaggi sia ai produttori sia ai consumatori:

- una maggiore divulgazione del marchio con conseguente potenziamento della brand awareness, grazie agli ulteriori canali di comunicazione e vendita;
- una più ampia visibilità online che offre alle aziende la possibilità di raggiungere professionisti in zone geografiche non coperte dalla classica rete distributiva;
- un dialogo diretto con il cliente finale;
- una opportunità in più per il cliente di raggiungere produttori che non sono sul proprio territorio ma che offrono i prodotti desiderati;
- infine, non trascurabile, il pagamento anticipato, rispetto al tradizionale pagamento a 30/60 giorni consentito nel negozio fisico.

La distribuzione digitale dunque permette non solo di vendere un prodotto ma anche di formare una committenza più consapevole. La maggiore consapevolezza nasce dalla possibilità di confrontare le caratteristiche di diversi prodotti e compararne i prezzi. Inoltre, grazie alla realtà aumentata, è possibile visualizzare virtualmente il risultato finale su tablet o smartphone.

In questo scenario si inserisce la proposta di Archiseller: una nuova piattaforma di e-commerce realizzata dagli specialisti di Edilportale<sup>15</sup> appositamente per la filiera edile, che ogni rivenditore può incorporare sul proprio sito. Non solo software, soprattutto contenuti: la piattaforma contiene infatti le schede tecniche di tutti i prodotti edili che il rivenditore può offrire, complete di schede tecniche e di listini-prezzi quotidianamente aggiornati dal team di architetti e ingegneri di Edilportale direttamente in collaborazione con le aziende produttrici.

Questo consente al rivenditore di sfruttare i vantaggi di un e-commerce senza sostenere i costi di investimento software, ma soprattutto azzerando i costi di content editing e content management spesso non considerati o ampiamente sottovalutati. L'unico onere per il rivenditore è quello di stabilire sul proprio sito web l'offerta di vendita e lo sconto rispetto al prezzo di listino.

Nonostante i vantaggi di questo tipo di piattaforme, della possibilità di adottare strategie condivise l'elevato numero dei punti vendita fisici della distribuzione edile, rimane un'eccezione nel panorama italiano molto segmentato. Questi devono far fronte a clientele diverse che vanno dalle piccole imprese, che operano prevalentemente su piccole cubature, a imprese più grandi che hanno più ampi obiettivi, sino alle grandi opere pubbliche e, da quando prevale la ristrutturazione, a un nuovo tipo di cliente: il privato.

L'avvento del privato, come interlocutore della distribuzione, ha in qualche modo avvicinato due mondi fino a poco tempo fa agli antipodi come quello delle rivendite e delle ferramenta, creando un'ulteriore evoluzione della distribuzione nell'edilizia. Certamente, moderni modelli aggregativi, come quelli proposti da Gruppo Made o il Consorzio BigMat che, sotto un brand comune, facilitano e velocizzano il processo di innovazione della distribuzione edile tradizionale dimostrando che per le realtà di piccole-medie dimensioni sarà sempre più difficile procedere secondo modelli individuali.

La rivendita edile sta assistendo inoltre ad un piccolo ma costante cambiamento del suo target di riferimento. Da un'utenza solo professionale il parco clienti si sta ampliando con la presenza di privati che arrivano in negozio accompagnati dal professionista, ma sempre di più in autonomia.

I privati stanno diventando protagonisti dei loro acquisti. Questa è una tendenza importante e significativa, figlia da un lato del mercato della ristrutturazione, con il privato come capo filiera, e dall'altro di un'offerta che si sta adeguando alla domanda, sia in termini di assortimento sia in termini di appeal del punto vendita. Per attrarre questo tipo di target occorre aggiornare il layout e la comunicazione del punto vendita, nonché le modalità di servizio. Un'area finiture ed un'area tecnica sono i capisaldi dell'interazione con il privato, e

---

<sup>15</sup> Edilportale.com è il primo portale per l'edilizia e l'architettura, nato nel 1999 dall'esperienza di ingegneri e architetti e dalla condivisa esigenza di creare un unico finder per materiali edili, aziende di settore e linee guida tecnico-legislative per la progettazione in Italia, e al tempo stesso osservatore privilegiato dei mutamenti del settore.

rispondono sia il bisogno estetico che a quello più tecnico e tecnologico, dove sottolineare le peculiarità che possono portare a differenze sostanziali di preventivo. In questo modo, toccando con mano, il cliente concede maggiore fiducia al punto vendita e, allo stesso tempo, può fare un acquisto più consapevole e razionale.

Sovente nelle zone più periferiche delle città è possibile visitare centri specializzati nella vendita o rivendita di più prodotti, dai rivestimenti e pavimentazioni all'arredo bagno, dalle porte agli infissi per esterni. A Milano, città dove si sperimentano nuovi format, nel 2016 sono stati aperti punti vendita specializzati, dei veri e propri showroom, nel centro storico della città, dove il prodotto è protagonista e viene enfatizzato con allestimenti che creano atmosfere in spazi sempre più aperti, ben illuminati e accoglienti, per il binomio cliente-prodotto. In più, grazie alle nuove tecnologie produttive e ad un design sempre più raffinato, molti prodotti sono diventati opere d'arte che devono essere fruite anche con i sensi.

### **7.3 IL CASO PASPARTU, UN MODELLO INTEGRATO DI SERVIZI, PROGETTI E REALIZZAZIONI**

Paspартu è la prima azienda italiana in grado di eseguire interventi di ristrutturazione su tutto il territorio nazionale.

È un general contractor di ultima generazione che sta puntando, oltre che sugli strumenti digitali di comunicazione e di divulgazione oramai consueti, anche su uno spazio fisico dove accogliere il cliente ed accompagnarlo nell'intero iter realizzativo della casa dei propri sogni, dalla fase di progettazione alla consegna. Ha scelto Milano come sede di lancio.

Il progetto nasce dalla volontà e dall'urgenza di collegare logiche e organizzazione industriali a un settore tipicamente artigianale come quello delle ristrutturazioni private (micro- cantieri residenziali), con l'obiettivo di standardizzare il processo di ristrutturazione per privati e aziende in modo da ridurre gli sprechi, nella consapevolezza che si è di fronte ad una nuova tipologia di cliente.

Tale processo favorisce anche una standardizzazione del prezzo su tutto il territorio nazionale assimilando l'attività di ristrutturazione ad un vero e proprio "prodotto", con garanzie di prezzo bloccato e consegna garantita, così come avviene in tutte le categorie di offerta industriale.

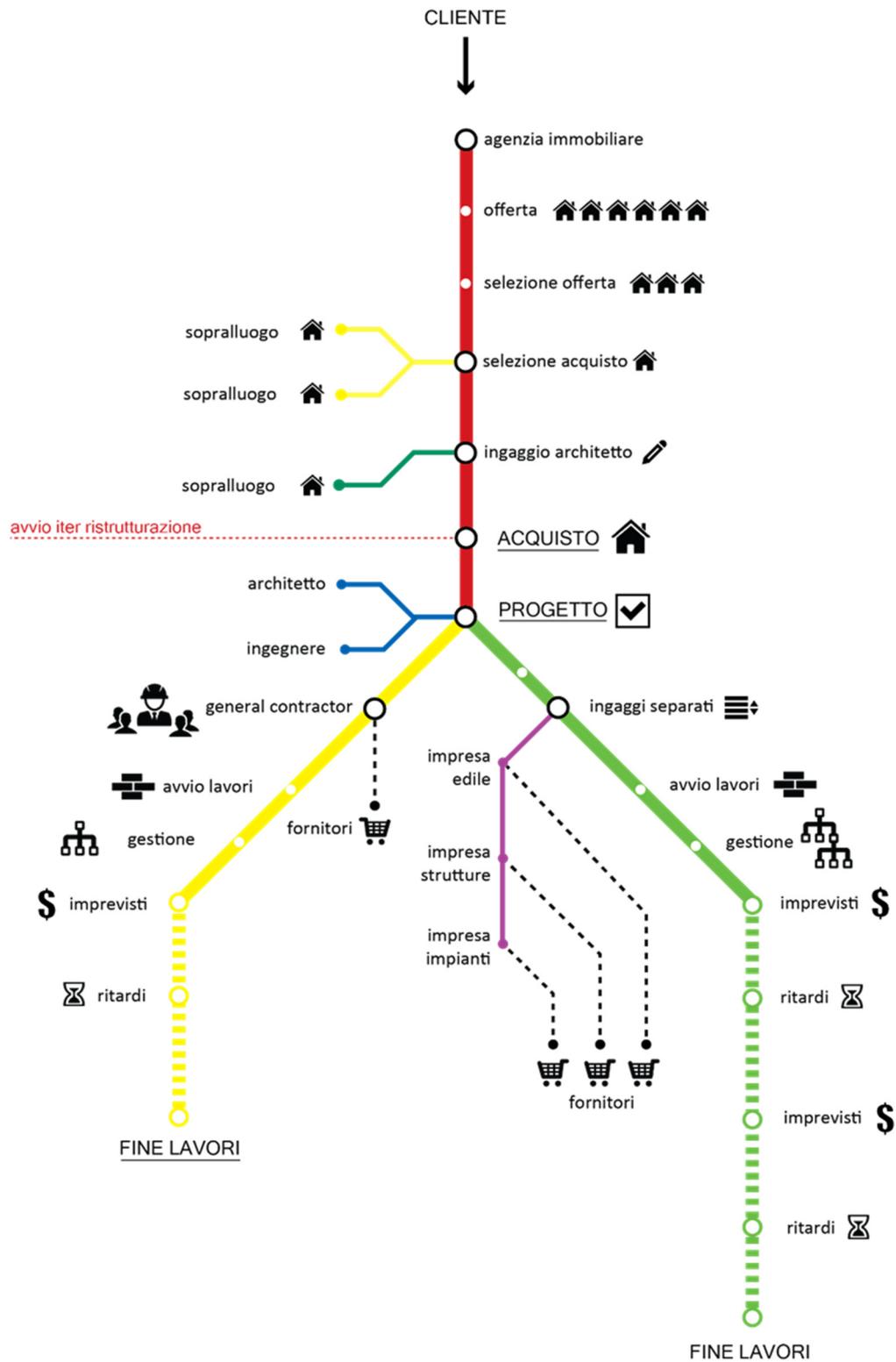
Il risultato è un metodo di straordinaria qualità, al tempo stesso "customizzato" e predefinito. Il cliente infatti, attraverso l'utilizzo di un configuratore per progettare la casa, può verificare in anticipo costi, tempi e vantaggi e della ristrutturazione. Questo configuratore permette di simulare la ristrutturazione della casa e individuare la soluzione che si preferisce grazie a numerosissime possibilità scegliendo il tipo di infissi, porte, impianti e rivestimenti nell'esclusivo catalogo ricco di prodotti delle principali aziende fornitrici al mondo.

L'innovazione risiede nel fatto che questo metodo supera e trasforma un settore caratterizzato da una costante incertezza in termini di servizio, verifica delle prestazioni, tempi, costi e clausole contrattuali in un processo "trasparente" per gestire tutte le fasi del progetto con certificazioni, garanzie e protocolli.

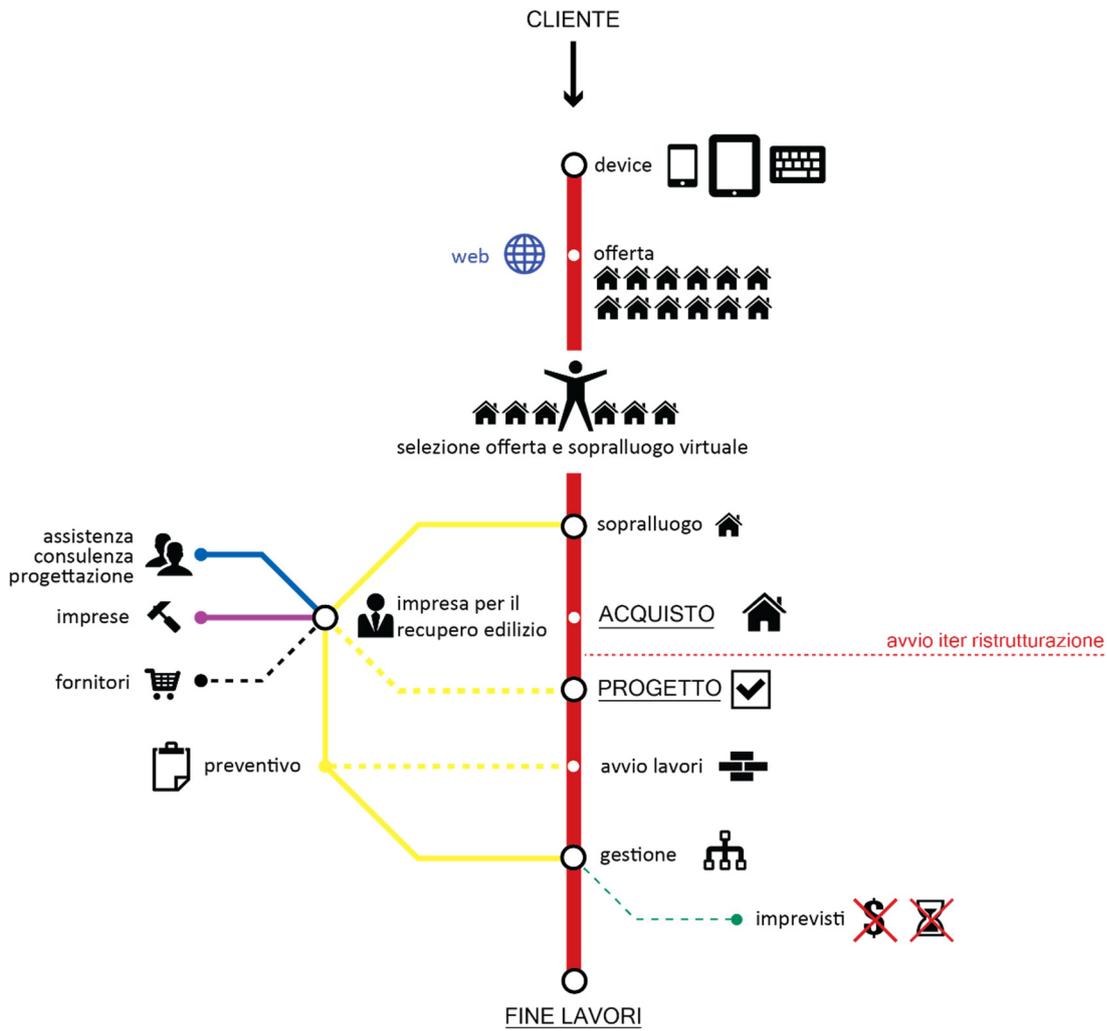
Questo è l'identikit della nuova impresa di costruzioni: offre servizi accessori ed elabora il tuo progetto; provvede per te a convenzioni con partner certificatori e assicuratori; ti fornisce consulenza fiscale, urbanistica, tecnica e legale; ti offre i prodotti delle aziende leader del mercato e dei marchi più conosciuti; gestisce tutti gli interventi di ristrutturazione con personale diretto; affida ad artigiani e subappaltatori di fiducia attività di cantiere nel rispetto degli elevati standard di qualità; soddisfa tutte le eventuali necessità relative alla ristrutturazione della tua casa (dall'arredamento alla videosorveglianza); monitora tutte le fasi del progetto di ristrutturazione grazie al servizio di assistenza personalizzata; verifica la qualità del servizio e organizza il customer care per accertarsi della tua soddisfazione.

Il suo obiettivo è quello di eliminare le problematiche e le inefficienze, tipiche della ristrutturazione tradizionale, seguendo il cliente dalla fase di progettazione fino alla consegna con un consulente dedicato.

La catena immobiliare tradizionale nel recupero edilizio



Linearità, disintermediazione e coordinamento
   
 nella catena immobiliare innovativa



## 8. ACQUISTO E RISTRUTTURAZIONE DI UN IMMOBILE: QUANTO PESA IL DIGITALE?

### 8.1 IL CASO STATUNITENSE

Internet e gli strumenti digitali sono diventati talmente pervasivi nel corso degli ultimi anni da rendere difficile uno sguardo retrospettivo che consenta di quantificarne l'impatto. Risulta infatti complesso identificare quanto effettivamente l'utilizzo di strumenti recentemente entrati a fare parte della vita di tutti i giorni contribuisca ai processi necessari per l'acquisto e ristrutturazione di una abitazione.

Da un recente studio condotto da parte della *National Association of Realtors* su un campione di soggetti che hanno acquistato una abitazione nel corso del 2016 emerge come i canali digitali siano ormai diventati la norma per la ricerca e l'acquisto di un immobile. Per oltre il 95 per cento dei soggetti intervistati internet è la principale fonte di accesso all'offerta disponibile sul mercato, con oltre il 72 per cento del totale delle ricerche effettuato attraverso dispositivo mobile (smartphone o tablet).

All'interno delle piattaforme on-line i servizi disponibile ricoprono un ruolo determinante nella scelta dell'acquisto. Tra questi servizi quelli a riscuotere maggiore gradimento sono stati la qualità dei rilievi fotografici a disposizione sulla piattaforma (89 per cento dei soggetti intervistati) la possibilità di accedere in modo immediato ad informazioni dettagliate sull'immobile (85 per cento), la possibilità di accedere ad un *virtual tour* dell'immobile (cinquanta per cento) e la disponibilità di mappe interattive (41 per cento).

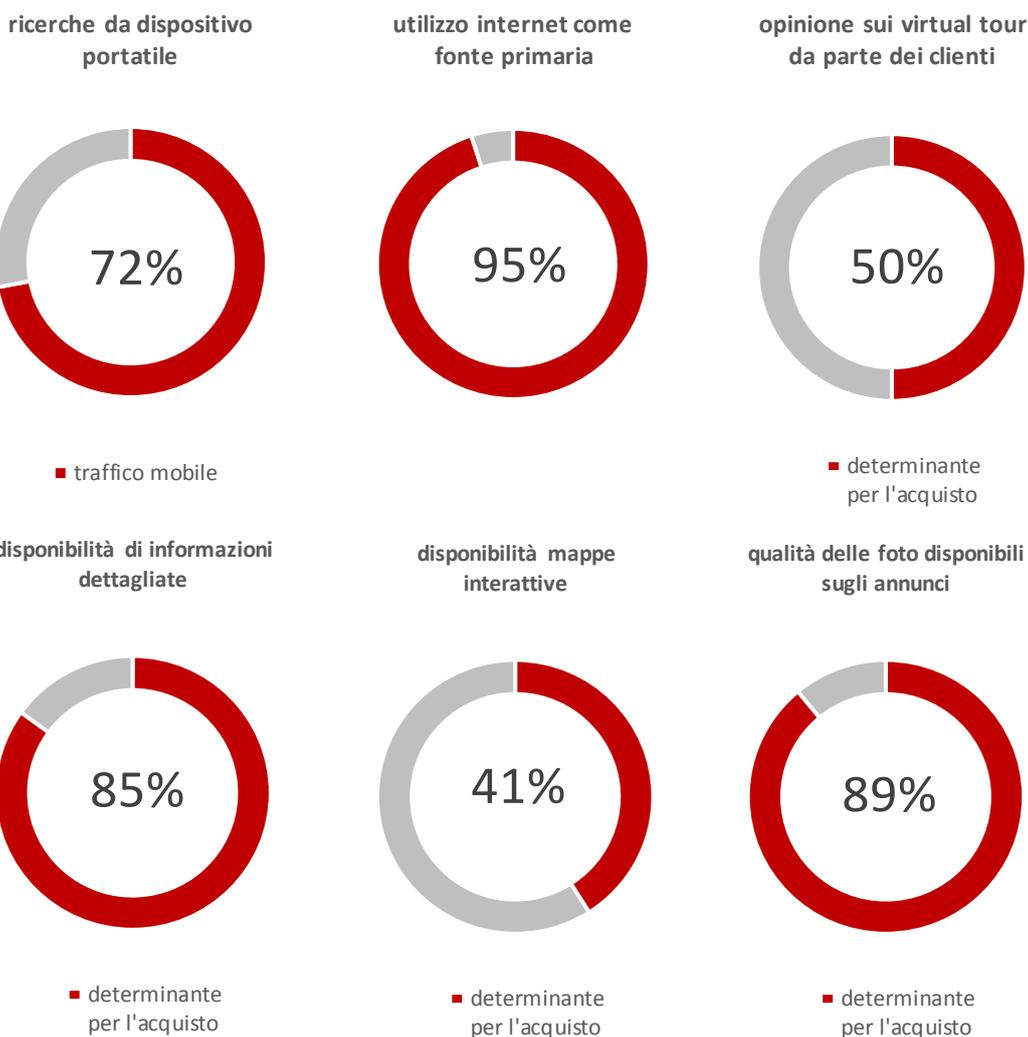
È interessante considerare come l'avanzamento tecnologico raggiunga livelli di penetrazione molto variabili a seconda della tipologia di utente, in particolare relativamente alla classe di età di appartenenza. I tempi rapidi degli sviluppi di servizi digitali possono comportare la creazione di un'offerta di servizi non accessibili da parte di tutta la popolazione in modo indifferente. Ad esempio l'utilizzo di strumenti quali realtà virtuale e realtà aumentata possono risultare determinanti nell'acquisto di un immobile da parte dei soggetti che hanno sviluppato una certa familiarità con queste tecnologie, ma la loro efficacia scompare quando ci si rivolge a persone meno abituate ad interfacciarsi con questi sistemi.

Per questa ragione, dopo avere superato la fase della diffusione di internet e degli strumenti digitali, servirà ancora tempo perché l'adozione di servizi nati e progettati da e per il digitale raggiungono il proprio massimo potenziale. In questo momento stiamo infatti sostituendo strumenti tradizionali e analogici con strumenti innovativi e digitali, ma le attività che questi ci consentono di svolgere rimangono ancora legate ad un *modus operandi* consolidato e ancora poco evoluto.

Questo è particolarmente vero nel caso del recupero edilizio, in cui una larga parte delle attività difficilmente riusciranno a raggiungere elevati livelli di smaterializzazione proprio a causa della natura "fisica" del settore.

Il cambiamento a cui si sta assistendo insiste più nella ricerca di percorsi fluidi nelle fasi operative dell'attività di recupero, in particolare da parte di una clientela sempre più abituata a vedere la propria vita semplificata e disintermediata dalla rivoluzione digitale. Sono infatti i rapporti tra il privato e le imprese ad avere subito il processo di digitalizzazione più rapido.

### Utilizzo e opinione dei servizi on-line per la ricerca di un'abitazione da acquistare



Fonte: NAR Home Buyer and Seller Generational Trends Report 2017 & 2016 Profile of Home Buyers

Secondo un'indagine condotta da G/O Digital Marketing nel 2016 l'efficacia di internet ha messo in discussione le relazioni tra cliente e le imprese nelle attività di *home improvement*. Se nel 2002 negli Stati Uniti oltre il 46 per cento degli intervistati selezionava un general contractor appoggiandosi ai consigli della propria rete di amici e conoscenti, nel 2015 questa quota si era ridotta al 35 per cento.

Discorso simile per la ricerca di operatori del settore mediante suggerimenti da parte di altre imprese terze, passati dal 55 al 43 per cento. Nel caso degli elenchi telefonici tradizionali, cartacei o web, il loro utilizzo è passato dal 24 per cento del 2002 ad appena il dieci per cento del 2015. È stato infatti internet a diventare il principale tramite per la ricerca di un general contractor, salendo dal 21 per cento delle ricerche del 2002 al 43 per cento del 2015.

Rimane comunque importante considerare come la ristrutturazione, in misura molto maggiore rispetto all'acquisto, sia ancora una attività strettamente legata a rapporti di fiducia e contatti diretti con i professionisti. Si tratta infatti di una attività delicata, per la quale il cliente nella maggior parte dei casi fa fatica ad orientarsi all'interno dell'offerta disponibile a causa della propria distanza dagli aspetti tecnici. La ricerca di sicurezza e garanzie continua a passare in modo rilevante attraverso reti preesistenti (imprese con le quali si è già instaurato un rapporto di fiducia e conoscenti) mentre l'utilizzo del web come principale accesso ai servizi di ristrutturazione, per quanto in crescita, rimane ancora una risorsa secondaria.

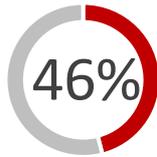
Tuttavia negli ultimi anni la fiducia del consumatore nei confronti del web ha subito un considerevole incremento. L'immediata disponibilità di informazioni e la possibilità di confrontarsi con un ampio spettro di esperienze simili si stanno consolidando come punti di forza dell'approccio digitale alla ricerca di servizi. Questo è particolarmente vero per le realtà dell'e-commerce e per le piattaforme che recensiscono e promuovono servizi di ristorazione e alloggio: la *web reputation* sta rapidamente diventando il vero strumento di valutazione della qualità delle prestazioni offerte.

La possibilità di disporre di un ampio campione di esperienze positive e la standardizzazione di processi e prodotti sono quindi risorse necessarie per una maggiore diffusione di internet come principale piattaforma per l'accesso ai servizi per il recupero edilizio, promuovendo competitività, sicurezza e trasparenza.

**La ricerca di imprese per il recupero edilizio da parte dei privati: principali canali**

**Amici e conoscenti**

2002



2015

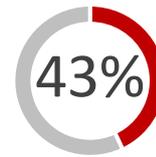


**Internet**

2002



2015

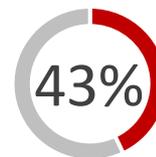


**Imprese**

2002



2015



**Elenchi telefonici (es. pagine gialle, online-offline)**

2002



2015



Fonte: G/O Digital Marketing 2015



**SCENARI IMMOBILIARI**<sup>®</sup>  
ISTITUTO INDIPENDENTE DI STUDI E RICERCHE

T. +39 02 33100705 - F. +39 02 33103099  
milano@scenari-immobiliari.it

[www.scenari-immobiliari.eu](http://www.scenari-immobiliari.eu)  
[www.forumscenari.it](http://www.forumscenari.it)  
[www.real-value.it](http://www.real-value.it)