

MILANO REAL ESTATE WEEK 2022

GRAZIE AL CRESCENTE NUMERO DI INVESTIMENTI LA CITTÀ È PRONTA A CAMBIARE VOLTO

Quanti progetti per Milano

Dalle aree green a quelle residenziali, dagli hotel alle abitazioni smart: parte la nuova era del capoluogo lombardo

DI LUCA CARRELLO

Una città sempre più internazionale. Con uno spartiacque, l'Expo, che l'ha resa più attrattiva per i capitali esteri. È questo il quadro della metropoli che emerge nella seconda giornata della *Milano Real Estate Week 2022*, rassegna organizzata da *Class Editori*. Al suo interno vengono mostrati due progetti di rigenerazione urbana, esemplificativi della città che verrà.

Quello di Covivio, *Symbiosis*, mira a sviluppare ulteriormente un'area di Milano già da tempo in forte trasformazione, offrendo un equilibrio tra produttività, efficienza e qualità della vita. Il developer, infatti, non costruirà solo le sedi di grandi aziende, come Fastweb, Snam e L'Oréal. Si è aggiudicato anche la gara per riqualificare l'ex scalo di Porta Romana, che ospiterà il villaggio olimpico di *Milano Cortina 2026*. «L'area diventerà un riferimento per l'Europa», spiega il ceo Italia di Covivio, Alexei Dal Pasto. «Realizzeremo anche uno studentato e un'area residenziale. Sostenibilità e sicurezza saranno i nostri valori di riferimento», chiarisce.

Altro progetto in fase di sviluppo, più periferico, è *SeiMilano*, in zona Bisceglie. «Costruiremo un nuovo quartiere integrato in un parco di 16 ettari», rivela Marta Stella, consigliere delegato di Borio Mangiarotti. «Ci saranno anche 15mila metri quadri di campi sportivi, aree per i cani e per bambini, zone residenziali e scuole», commenta: «Così uniremo le diverse anime di Milano».

Una è rappresentata dagli studenti universitari, che garantiscono alla città un indotto di un miliardo di euro l'anno. «L'Ita-

lia è in forte ritardo sugli studenti a prezzi calmierati», dichiara Gianandrea Ciaramella, professore associato del Politecnico di Milano. «Solo il 3% dei nostri allievi ha accesso alle residenze», aggiunge, «mentre in alcuni Paesi europei la percentuale supera il 20%».

«Bisogna però evitare l'effetto Venezia: l'attenzione per gli studenti non deve portare alla de-



Alexei Dal Pasto
Covivio

certificazione della città», chiarisce Diego Terna, fondatore di Quinzii Terna Architecture: «È importante quindi che i nostri interventi urbanistici restituiscano qualcosa ai cittadini. Non dobbiamo fare come prima di Expo, quando i quartieri erano chiusi in se stessi».

«Grazie all'esposizione Milano è cambiata perché la periferia è stata connessa al centro», spiega invece Roberto Busso, ad di Gabetti Property Solutions. «Il prossimo passo sarà integrare le città dell'area metropolitana», prosegue, «così Como potrebbe diventare il quartiere residenziale in cui fare un tuffo prima di cenare in Duomo».

«Dopo Expo, Milano sta attraen-

La metropoli è la piazza dell'immobiliare del futuro

di Emma Bonotti

«Milano, un po' per tutti gli attori del settore, è la piazza dove sperimentare le soluzioni all'avanguardia per poi offrirle anche al resto del Paese». Così Lorenzo Pascucci, fondatore di Milano Contract District, ha definito il capoluogo lombardo all'evento *Milano Real Estate Week*. Nella città meneghina hanno pre-

so forma diverse realtà immobiliari con un'attenzione spiccata per la tecnologia, come l'agenzia Homepal fondata nel 2015 da Andrea Lacalamita, attualmente cmo della società. Nell'ambito edilizio si parla di *proptech* per indicare «tutto quello che fa riferimento alle tecnologie per il mattone, dalla fase costruttiva, alla manutenzione e infine alla dismissione del bene», come ha spiegato Angelica Donati, presidente nazionale di Ance Giovani. Tuttavia, secondo il country manager Italia di Casavo, Victor Ranieri, «l'impatto della trasformazione digitale sul mercato residenziale immobiliare è contenuto», soprattutto se paragonato allo sviluppo negli altri settori. «Credo che la tecnologia debba semplificare i processi, anche nel caso della compravendita di un immobile», ha proseguito Ranieri. Un messaggio ribadito anche da Vincenzo Sirna, chief marketing and strategy

officer della piattaforma Tecma che sviluppa prodotti digitali per incrementare la marginalità degli investimenti immobiliari e accelerare vendite e locazioni.

Oltre all'assistenza nella fase di compravendita, nel corso del panel è emersa la necessità degli italiani di maggiori servizi nella manutenzione quotidiana della casa. «Cerchiamo di stare al fianco del cliente a 360 gradi», è intervenuto a tal proposito Alberto Bussetto, ceo di Generali Jeniot, «cercando di applicare le nuove tecnologie per prevenire o contenere gli effetti dannosi dei sinistri». Ma quando gli incidenti non possono essere evitati, «interventare in tempo reale, anche attraverso l'invio di una squadra di esperti, può aiutare il cliente a risolvere il problema e contenere i costi del servizio stesso», ha aggiunto il chief beyond insurance officer

di UnipolSai, Giacomo Lovati. In fondo, come ha puntualizzato il presidente di Nobis Assicurazioni, Alberto Di Tano, l'immagine di una compagnia assicurativa viene misurata in prima battuta dal servizio diretto al cliente, anche quello telefonico. «Serve formazione, risorse e tempo da devolvere alla motivazione degli impiegati a stretto contatto con il pubblico, ne va della reputazione delle stesse assicurazioni», ha concluso Di Tano. (riproduzione riservata)



Angelica Donati
Ance Giovani

7 - 8 - 9 novembre 2022



gherà sostenibilità e ospitalità di alta gamma», rivela Valeriano Antonioli, ceo di Lungarno Collection (Portrait Ferragamo). «L'obiettivo», prosegue, «è essere percepiti come parte della comunità». «La nostra struttura avrà 71 abitazioni, con aree di ristorazione esterna e interne», afferma invece Antonello De Medici, group director of operations di Rocco Forte Hotels: «Sarà importante gestire gli spazi, che a Milano scarseggiano, e coniugare eccellenza ed esigenze del cliente».

Una sfida non solo per gli alberghi, ma anche dentro le case dei milanesi. «Durante la pandemia sono esplosi gli acquisti di prodotti connessi», dichiara France-

sco Cordani, head of MarCom di Samsung Electronics Italia: «La smart home così è diventata più accessibile e oggi è difficile farne a meno». «Dietro c'è anche un discorso di risparmio energetico», aggiunge Edoardo Cesari, ceo di Iotty, «perché i nostri oggetti di design permettono di capire quanto costa tenerli accesi». «Non va però trascurata la sicurezza dei dispositivi», conclude Joaquin Gomez Serrano, product specialist di UI Solutions: «È importante sentirsi protetti in casa. Per questa ragione certifichiamo ogni smart device».

Alla seconda giornata hanno partecipato anche Andrea Aprea, del ristorante omonimo, e la curatrice d'arte Elisabetta Chiodini. (riproduzione riservata)

Negli ultimi due anni è cresciuto l'interesse per gli spazi e la sostenibilità lungo tutta la filiera dell'arredamento

La casa torna al centro dell'attenzione dei cittadini

DI EMMA BONOTTI

Durante la pandemia, milioni di italiani costretti tra le mura domestiche hanno riscoperto il valore della propria casa come «luogo dove sentirsi protetti dal mondo esterno». Così Lorenzo Marini, ceo e creative director di Lorenzo Marini Group, ha introdotto il panel dedicato all'arredamento alla rassegna *Milano Real Estate Week*. Come ha poi spiegato Maria Porro, presidente del Salone del Mobile e direttore marketing e comunicazione di Porro, i lunghi mesi del 2020 hanno cambiato l'idea degli italiani sulla propria casa, passata dall'essere il centro delle attività dome-

stiche all'ufficio nelle giornate di *smart working*. Accanto all'attenzione per gli spazi, l'altro tema che si è affermato nel settore immobiliare durante gli ultimi due anni è sicuramente la sostenibilità. Un argomento molto caro a Viva Porte, la società di design guidata da Silvio Santambrogio, e a Lema, storica realtà italiana attiva nella produzione di arredamenti rappresentata all'evento di *Class Editori* dalla contract commercial director, Lavinia



Lorenzo Marini
Lorenzo Marini Group

sua azienda. L'attenzione alla ricerca e alla scelta calibrata dei materiali è emersa anche dall'intervento di Ruggero Ca-

Guelfi. La sostenibilità attraverso tutto il percorso della filiera dell'arredamento, dalla raccolta delle materie prime alla costruzione della mobilia. Lo sa bene Vittorio Alpi, amministratore delegato di Alpi, che da tempo investe sulla formazione delle nuove risorse per mantenere alto il livello tecnico tra le mura della sua azienda. L'attenzione alla ricerca e alla scelta calibrata dei materiali è emersa anche dall'intervento di Ruggero Ca-

ratti, co-fondatore di HDsurface, una società che produce superfici in resina e materiali non plastici per pavimenti. E infine, dall'altro capo della filiera opera una realtà che allestiscono gli spazi chiusi tra le quattro mura per attrarre l'occhio del cliente. Sull'*home staging* è intervenuta Saja Radovanovic, presidente di European association of home staging professionals (Eahsp), spiegando come la cura del dettaglio possa aumentare le probabilità di un immobile di essere venduto. Ma in questo campo la strada da percorrere è ancora molta, dato che «delle 750 mila unità compravendute nell'ultimo anno, solo il 0,75% è stato preparato», ha commentato l'esperta. (riproduzione riservata)