

QUALI PREVISIONI PER IL MERCATO IMMOBILIARE ITALIANO NEL 2014?

Vincenzo Albanese - Presidente FIMAA Milano Monza & Brianza



Dopo anni di grandi difficoltà, il settore immobiliare mostra qualche segnale di inversione di tendenza; si parla di “normalizzazione” (di alcuni indicatori) del mercato, ma tale “ritorno alla normalità” porta a confrontarsi con un mercato che in questi anni è profondamente cambiato.

Per cogliere i futuri scenari del Real Estate italiano è necessario comprendere i nuovi paradigmi che caratterizzano questa fase storica e l’evoluzione che la domanda e l’offerta hanno e stanno subendo.

Enzo Albanese, presidente FIMAA Milano Monza & Brianza descrive lo stato dell’arte del Real Estate italiano partendo da un punto di vista

molto privilegiato, ossia la piazza di Milano, eccellenza del Real Estate italiano ma soprattutto città termometro dell’intero Paese, alla vigilia di un evento straordinario: l’EXPO 2015.

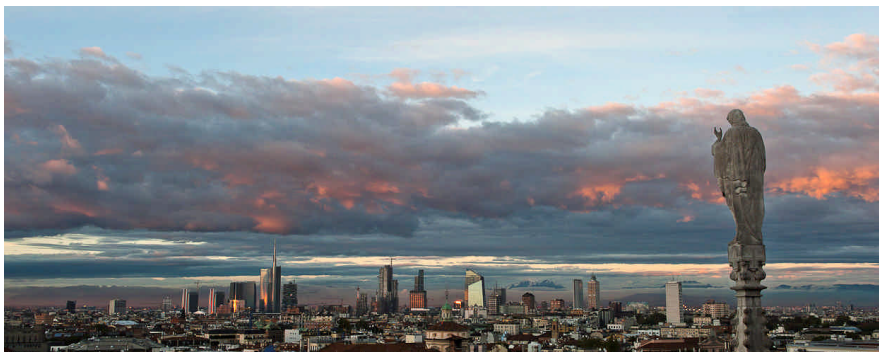
IL MERCATO IMMOBILIARE NEL 2014: NUMERI E TREND

Il mercato immobiliare in Italia procede con due velocità diverse: da un lato, quello delle grandi città e, dall’altro, quello delle medio-piccole. In questo contesto, Milano e Roma rappresentano due realtà a sé, perché molto più “reattive” e dinamiche e, in quanto tali, capaci di anticipare le dinamiche e le tendenze dell’intero mercato.

Cogliere, quindi, l’andamento di queste città “termometro” consente di stilare una previsione attendibile degli sviluppi futuri del Real Estate italiano.

Come FIMAA Milano Monza & Brianza operiamo, dunque, in una realtà che, nonostante la crisi, ha mantenuto una certa vivacità. Gli ultimi dati dell’Agenzia delle Entrate (riferiti al quarto trimestre del 2013) mostrano, per il mercato residenziale, un indicatore finalmente positivo (+12,8) per il numero delle transazioni (**grafico 1**), dopo molti trimestri con andamento negativo sotto tutti i punti di vista (ad eccezione del penultimo).

*Milano “città termometro”
in quanto capace di anticipare
le dinamiche e le tendenze
dell’intero mercato nazionale.*



Milano (Foto di Marco Goisis).

Certo, ciò non significa che sia già iniziata una vera ripresa: la crisi ha infatti inciso in maniera drastica sui volumi di compravendita delle abitazioni, dimezzando in 6 anni le transazioni (**grafico 2**). Tuttavia, siamo entrati in una fase di stabilizzazione che prelude ad una crescita vera e propria delle stesse.

**Variazioni % annuali del numero di compravendite di appartamenti (ntn)
(valori %)**

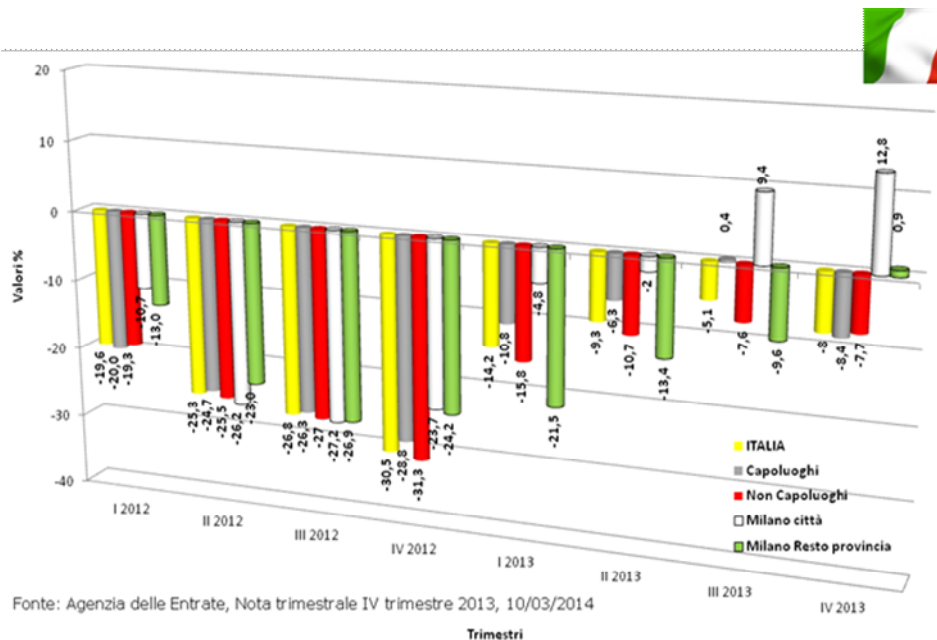
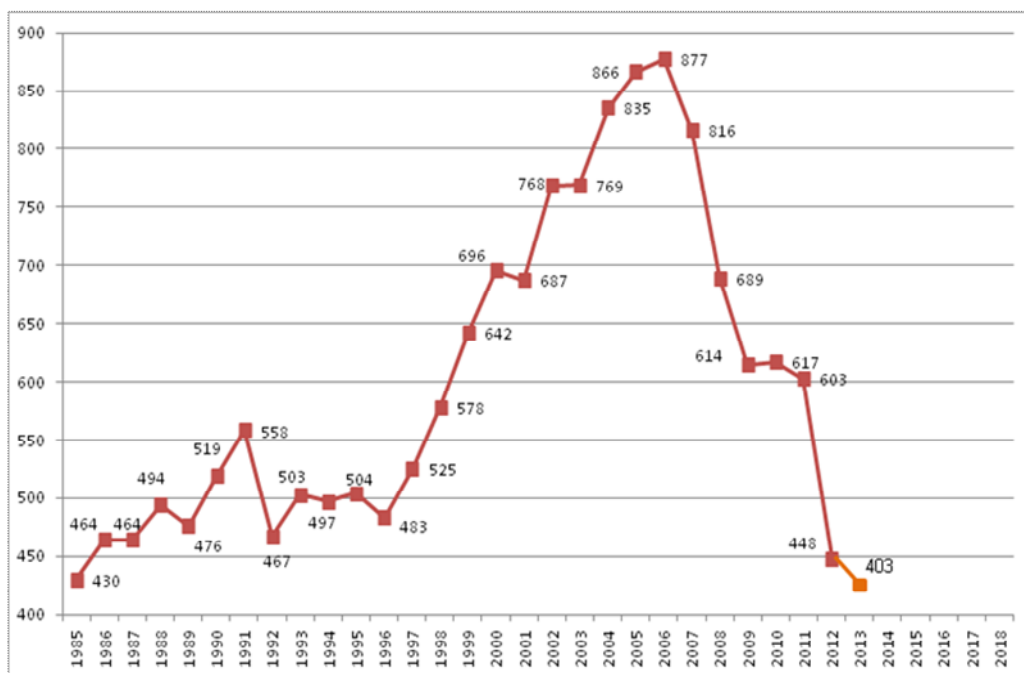


Grafico 1
Il mercato della residenza nel Comune di Milano, Vincenzo Albanese, in OSMI Borsa Immobiliare Milano e FIMAA MiMB, Presentazione dei prezzi degli immobili II semestre 2013, Milano 4/02/2014

Crediamo, infatti, che da questo segnale sia possibile scorgere un cambiamento importante per il nostro mercato. A Milano, il 2014 si preannuncia come un anno di consolidamento delle tendenze di normalizzazione, già espresse negli ultimi mesi del 2013, e più precisamente: il 1° semestre dell'anno presumibilmente confermerà, per il numero delle compravendite, tale trend, mentre i prezzi subiranno ancora qualche "limatura", per far registrare una stabilizzazione solo nel 2° semestre. Per quanto riguarda, infine, i "top price", ossia quei valori che rappresentano i valori più elevati, anche il 2° semestre del 2014 sarà connotato da un'ulteriore contrazione dei prezzi.

Grafico 2 Il mercato della residenza nel Comune di Milano, Vincenzo Albanese, in OSMI Borsa Immobiliare Milano e FIMAA MiMB, Presentazione dei prezzi degli immobili II semestre 2013, Milano 4/02/2014



Da segnalare inoltre che nel 2° semestre dell'anno la città di Milano mostrerà un maggior fermento, sotto molteplici punti di vista, e soprattutto si assisterà alla diffusione di un clima di fiducia e di "voglia di fare" generalizzata, grazie all'approssimarsi dell'evento EXPO 2015.

Un elemento infine di indubbia rilevanza, in termini di inversione di tendenza del nostro mercato verso un possibile rilancio, è rappresentato dalla comparsa degli investitori opportunistici: l'Italia sta tornando infatti ad essere nuovamente appetibile e, considerata l'ottica di investimento di medio/breve termine che caratterizza questa tipologia di operatori, tale ripresa si preannuncia relativamente vicina.

VERSO UN MERCATO "QUALITATIVO": LA REALTÀ MILANESE

Oltre ad un'analisi meramente quantitativa del mercato, non possiamo esimerci dell'effettuare un focus "qualitativo" sul prodotto immobiliare che caratterizzerà i prossimi anni: il mercato è profondamente cambiato in questi anni bui, è sempre più complesso, selettivo e in rapida trasformazione. La domanda è divenuta estremamente esigente, informata e richiede, trasversalmente ad ogni comparto (residenziale, terziario, commerciale, hospitality) prodotti immobiliari sempre più performanti, di un'elevata qualità e personalizzabili.

Il mercato è sempre più complesso, selettivo e in rapida trasformazione.

Un mercato evoluto deve determinare, in maniera virtuosa, un importante cambiamento anche negli operatori. Affrontare la nuova realtà con lo stesso approccio "pre-crisi" è assolutamente anacronistico e soprattutto molto pericoloso, non è più ammissibile "improvvisare" perché progettare un prodotto non aderente alle esigenze del target di riferimento, o con un prezzo non in linea con i comparables, significa compiere degli errori che il mercato non è più disposto a perdonare. La trasformazione che ci si auspica sarà di ampia portata, impattando sia la sfera culturale che quella operativa di ogni professione della filiera.

Conoscere i nuovi bisogni della domanda rappresenta, quindi, il punto di partenza di qualsiasi iniziativa, sia di piccola che di grande dimensione, e quindi un'attività assolutamente strategica: a tale scopo FIMAA Milano Monza & Brianza si è dotata di uno strumento di grande utilità che è ormai divenuto un riferimento del settore, "Sentiment del mercato immobiliare milanese" (box 1).

Box 1

L SENTIMENT DEL MERCATO IMMOBILIARE

Gli Agenti Immobiliari rappresentano gli operatori dell'ultimo miglio della filiera immobiliare, ossia quei professionisti che, con la loro attività, si confrontano quotidianamente con la domanda e con il mercato e che, proprio per tale peculiarità, hanno la capacità di rilevare in "tempo reale" le trasformazioni in essere. Da questa premessa nasce l'intuizione di monitorare queste informazioni e di raccoglierle in una indagine che possa divenire uno strumento concreto per tutti gli operatori. Il "Sentiment del mercato immobiliare" di FIMAA Milano Monza & Brianza costituisce oggi un vero e proprio indicatore del settore che affianca quelli tradizionali (prezzo transato/locato; volumi di compravendita/locazione), ma al tempo stesso si pone come uno strumento innovativo poiché, rivolgendosi al futuro e non al passato, ha l'obiettivo di individuare le tendenze in atto per anticipare le trasformazioni e non subirle.

Dall'ultima indagine emerge come, a partire dal dicembre 2013, si sia registrato un incremento di attività da parte degli operatori della filiera del Real Estate, con una sensazione di accelerazione delle attività, un maggior numero di appuntamenti e una diffusione del clima di fiducia, a seguito di un 2° semestre 2013 piuttosto stazionario. Chi ha la possibilità di acquistare oggi, grazie anche a una ripresa nell'erogazione dei mutui e nell'accesso al credito, riesce ad ottenere sconti anche del 20% rispetto ai prezzi del 2010 e del 5% invece su listini già sottoposti a repricing. Il mercato residenziale in Milano città, ad esempio, è un mercato di "sostituzione", caratterizzato da una domanda che permane nei confini urbani: rispetto agli scorsi anni si è verificata un'inversione di tendenza per quanto riguarda il flusso della domanda che non dimostra apprezzare l'abitazione nell'Hinterland.

Infine, la conoscenza capillare del mercato, del territorio e della domanda (FIMAA ha circa 2000 associati) rappresenta un know how fondamentale per l'Associazione: è importante ricordare, ad esempio, che a Milano città l'assorbimento delle iniziative (fino a circa 100 unità) avviene quasi interamente in un'area molto ridotta, inclusa in una circonferenza teorica di circa 2 km di diametro, che ha il centro nell'operazione stessa. Da ciò si evince come qualsiasi tipo di intervento debba essere supportato, sin dalla fase iniziale, da complesse analisi e market opinion, capaci di identificare in dettaglio i competitor, le caratteristiche della popolazione residente (tipologia della famiglia, disponibilità economica, ecc) e delle sue richieste.

Quali saranno dunque i prodotti immobiliari che caratterizzeranno il mercato dei prossimi anni? L'industria delle costruzioni è bloccata, come dimostra il ridottissimo numero dei permessi di costruire rilasciati lo scorso anno: nei prossimi 3/4 anni, pertanto, le compravendite avverranno esclusivamente tra i prodotti esistenti.



Milano, Palazzo della Regione.
(Foto di Marco Goisis)

Dall'analisi del mercato residenziale milanese, ad esempio, è possibile notare la presenza di un consistente stock di invenduto sia di fascia alta che di fascia bassa. Negli ultimi anni, infatti, si sono realizzati molteplici interventi di riqualificazione con target elevato nelle aree centrali della città (nell'ordine di 8.000,00/10.000,00 €/mq) e, al tempo stesso, di nuova edificazione di immobili di scarsa qualità in contesti periferici con pochi servizi (2.600,00/2.800,00 €/mq). Questa situazione pone in evidenza la

mancanza di un'offerta residenziale di fascia media cioè di appartamenti di elevata qualità sia dal punto di vista della location che delle caratteristiche dell'immobile, con prezzi di circa 3.800,00-4.500,00 €/mq. Più precisamente, l'offerta di "fascia media" si definisce come un prodotto residenziale collocato in aree urbane semicentrali, caratterizzato dalla presenza di servizi di quartiere e con ottimi collegamenti al resto della città (soprattutto con la presenza di una fermata della metropolitana). Dal punto di vista dell'appartamento, tale prodotto, deve essere di "buona qualità", intesa come la sintesi tra l'ottimizzazione dello spazio, un efficiente lay out, la presenza di terrazzi e balconi "abitabili", di materiali e finiture di elevato livello, di un'ottima dotazione impiantistica e tecnologica. Infine un prodotto di questo tipo non può trascurare la qualità degli spazi comuni sia interni (ingresso edificio e sistemi di collegamento interno, scale ed ascensori) sia esterni (prospetti e spazi circostante l'immobile).

Box 2

BIG DATA E OPEN DATA NEL REAL ESTATE

In questa profonda trasformazione del settore del Real Estate, un ruolo molto importante è svolto dai nuovi mezzi dell'Information Communication Technology. La capillare diffusione dei vari devices - tablet e smartphone - sta delineando nuovi scenari nel mercato a tutti i livelli.

Anche il comparto del Real Estate e nello specifico della Professione di Agente Immobiliare sta affrontando questo importante cambiamento, mutando sempre di più la propria attività verso l'intermediazione evoluta e la consulenza immobiliare. Per essere competitivi oggi è necessario spostare l'asse della nostra attività dal prodotto al Cliente: se fino a qualche anno fa, il nostro compito era soddisfare "esclusivamente" la richiesta del nostro interlocutore, oggi il Cliente - grazie anche agli strumenti social - diventa un "centro di un network" di contatti e soggetto al quale fornire una moltitudine di servizi.

Il Cliente, sempre più informato e competente, è il detentore di una moltitudine di informazioni strategiche, che, molto sovente, gestisce via mobile: ci si aprono, dunque nuove opportunità di infocommerce, il cui obiettivo è quello di reperire informazioni, annullandone i confini fisici e le barriere temporali nella fruizione.

"I big data modificano la natura del business, dei mercati e della società. Nel XX secolo, il valore si è spostato da infrastrutture fisiche come i terreni e le fabbriche a elementi intangibili come i brand e la proprietà intellettuale. Questa tendenza alla dematerializzazione si sta estendendo ai dati, che stanno diventando un asset aziendale di primaria importanza, un input economico vitale, il fondamento di nuovi modelli di business. Rappresentano il carburante dell'economia dell'informazione. Anche se i dati non vengono quasi mai contabilizzati nei bilanci aziendali, probabilmente è solo questione di tempo." (V. Mayer - Schonberger, K. Cukier, BIG DATA, Garzanti, 2013)

QUALI I DRIVER DEL FUTURO?

Le trasformazioni in essere sono molteplici e coinvolgono tutti gli ambiti del mercato immobiliare, lo scenario del Real Estate degli anni futuri sarà pertanto dominato da alcuni importanti driver.

Dal punto di vista della domanda, il mercato immobiliare residenziale dei prossimi anni sarà prettamente un mercato di “sostituzione” piuttosto che di “accesso alla prima casa”: gli Italiani sono per oltre l’80% proprietari di case e tale “ricchezza” rappresenterà sempre di più una risorsa imprescindibile per consentire la compravendita di una nuova abitazione.

*Il un mercato “maturo”,
l’acquisto della casa dovrebbe
essere effettuato sempre
nell’ottica di un investimento
di lungo periodo*

Parallelamete acquisirà un ruolo strategico il mercato della locazione per quelle famiglie che, non potendo accedere al credito, dovranno temporaneamente optare per soluzioni alternative. Mentre oggi il mercato della locazione è quasi interamente prerogativa dei privati, auspichiamo che nel futuro torni a essere un’opportunità per i grandi investitori istituzionali, quali banche ed assicurazioni. Questi operatori infatti, grazie alle logiche di investimento di lungo periodo che caratterizzano la loro attività, sarebbero gli unici soggetti che potrebbero assicurare una reale risposta al problema sociale del contenimento dei canoni.

Il un mercato “maturo”, l’acquisto della casa dovrebbe essere effettuato sempre nell’ottica di un investimento di lungo periodo; in Italia al contrario, l’acquisto diviene l’unica soluzione alla necessità abitativa poiché il mercato della locazione, compreso dalla “bolla speculativa”, non è in grado di offrire reali alternative.

Milano, Unicredit tower. (Foto di Marco Goisis)

Dal punto di vista delle trasformazioni urbane, le singole operazioni dovranno essere supportate sempre più da strategie rivolte all’intera “area metropolitana”, piuttosto che a specifici contesti urbani. Con l’abolizione delle province, infatti, la pianificazione urbana avrà come riferimento un’area territoriale sovracomunale molto più estesa, con grandi opportunità in termini di sinergie e di implementazione del marketing territoriale.



Dal punto di vista degli operatori, infine, il mercato richiederà soggetti in grado di governare le iniziative a 360 gradi (developer puri), SGR sempre più specializzate nel creare valore sugli immobili in gestione, team dedicati di asset management e organismi di coordinamento per il marketing e lo sviluppo territoriale.

La nuova “dimensione” della città e l’evoluzione richiesta ai professionisti richiederà nuovi approcci conoscitivi e nuovi strumenti operativi: gli “open data” e “big data”, per quanto siano già oggi uno straordinario strumento di analisi e di previsione dei trend, diventeranno una realtà sempre più imprescindibile per qualsiasi iniziativa del prossimo futuro (box 2).

Articolo pubblicato da:

- Il Quotidiano Immobiliare, edizione 22/03/2014

