



H2 2019 - ABSTRACT

MERCATO DELLE RESIDENZE DI PREGIO

MILANO, ROMA, TORINO, GENOVA, FIRENZE E NAPOLI

SANTANDREA
luxury houses



INDICE

HIGHLIGHTS		4
IL REPORT IN SINTESI		6
INDICATORI II SEMESTRE 2019	SANTANDREA luxury houses	8
SCHEDA PREZZI RESIDENZE DI PREGIO		10
LE TIPOLOGIE PIÙ RICHIESTE		12
SENTIMENT DI MERCATO		14
L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE DI PREGIO A MILANO	Bva Doxa	15
IL PROCESSO DI ACQUISTO DI UNA CASA DI LUSO		16

HIGHLIGHTS

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

In particolare vengono riportati i macro trend relativi alle principali grandi città, a livello di **quotazioni, tempi medi di vendita e sconti medi**, andamento di **domanda e offerta**; gli

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

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

DISPOSTI A PAGARE OLTRE IL 20% DEL VALORE PER AVERE LA SPECIFICA CARATTERISTICA:

PIANO ALTO - ATTICO  →  7 PERSONE SU 10

DOPPIA/TRIPLA ESPOSIZIONE LUMINOSITÀ  →  6 PERSONE SU 10

SICUREZZA DEL QUARTIERE  →  6 PERSONE SU 10

ELEMENTI LEGATI ALL'EFFICIENZA ENERGETICA

ISOLAMENTO TERMICO DELLA CASA  →  7 PERSONE SU 10

ISOLAMENTO ACUSTICO DELLA CASA  →  6 PERSONE SU 10

Fonte Base: 72 interviste a potenziali acquirenti di case di pregio a Milano

COMPRAVENDITE H2 2019



MILANO
in aumento

 **+1,2%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **5 mesi**

Tempi medi di vendita

 **11%**

Percentuale sconti

**CENTRO STORICO
BRERA**
Zone più richieste



ROMA
stabile

 **-1,4%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **9 mesi**

Tempi medi di vendita

 **12%**

Percentuale sconti

**PARIOLI
CENTRO STORICO**
Zone più richieste



TORINO
stabile

 **0%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **5-6 mesi**

Tempi medi di vendita

 **7%**

Percentuale sconti

**QUADRILATERO
VIA ROMA
P.ZZA GRAN MADRE**
Zone più richieste



GENOVA
stabile - in aumento

 **-1,2%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **6-8 mesi**

Tempi medi di vendita

 **11%**

Percentuale sconti

**ALBARO
CARIGNANO
QUARTO**
Zone più richieste



FIRENZE
stabile - in aumento

 **+0,5%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **8-9 mesi**

Tempi medi di vendita

 **9-10%**

Percentuale sconti

**CENTRO STORICO
LUNGARNI
PORTA ROMANA**
Zone più richieste



NAPOLI
stabile - in aumento

 **0,1%**

Prezzi H2 2019/H1 2019

 **5-6 mesi**

Tempi medi di vendita

 **13%**

Percentuale sconti

**VOMERO
CHIAIA**
Zone più richieste

Fonte Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

IL REPORT IN SINTESI

La casa non è più soltanto un bene o un investimento, ma deve rappresentare un'esperienza, a maggior ragione nel segmento del lusso. Non si acquista solo una casa ma si acquista il "piacere dell'abitare", ciò che ci si aspetta si potrà vivere all'interno della casa. Come si traduce questa esigenza nella ricerca di una casa di pregio?

È un vero e proprio viaggio, che parte dall'identificazione del quartiere in cui si vuole vivere (che dev'essere ben servito), guarda alla location (che deve avere una sua spiccata personalità) e si focalizza infine sull'immobile.

Nel corso del secondo semestre del 2019, il mercato degli immobili di pregio, nelle città monitorate da Santandrea, ha confermato la ripresa osservata nella prima parte dell'anno.

In particolare, è il segmento della compravendita a **Milano** ad aver mostrato la maggiore dinamicità, in un contesto di prezzi in lieve rialzo, con una domanda prevalente per le zone di Brera e centro storico; **Roma** mantiene una maggiore stabilità, seppure con differenze a livello di zona e prezzi in lieve diminuzione; **Torino** è stata caratterizzata invece da compravendite e prezzi complessivamente stabili e una richiesta prevalente per il Quadrilatero, via Roma, Piazza Gran Madre e limitrofe. **Genova** ha visto compravendite in aumento, in particolare nelle zone di Albaro, Carignano e Quarto-Quinto. **Firenze** ha mantenuto compravendite stabili e prezzi in lieve ripresa, con un particolare dinamismo per il Centro storico e la zona dei Lungarni. **Napoli** è stata caratterizzata da prezzi stabili e una domanda in crescita per il Vomero e la zona Chiaia.

I tempi medi di vendita a Milano, Torino e Napoli sono intorno ai 5-6 mesi; siamo tra i 6 e gli 8 mesi per Genova, mentre a Roma e Firenze, le tempistiche necessarie a concludere una trattativa si attestano intorno agli 8 mesi. Per quanto riguarda gli sconti medi in sede di chiusura delle trattative, ci attestiamo su una media del 7% a Torino, 10% a Genova e Firenze; 11% a Milano, 13% a Roma e a Napoli.

Oltre ad analizzare i principali indicatori di mercato, il report approfondisce il mercato immobiliare di Milano, attraverso un'analisi qualitativa, dove emergono le caratteristiche più significative delle abitazioni di pregio e che impatto hanno in termini di valore per il potenziale acquirente.

“

Il dinamismo del mercato ha effetti sinergici e positivi anche sul processo di valorizzazione degli immobili di pregio.

Cresce la contaminazione tra il mondo del risparmio e l'immobiliare di lusso, nell'ottica di un'ottimizzazione dei rendimenti per i clienti.

”

Fabio Guglielmi

Consigliere Delegato

Gabetti Agency

INDICATORI II SEMESTRE 2019

MERCATO DELLE COMPRAVENDITE				
 ZONE MILANO	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
QUADRILATERO	↔	↑	↔	↔
CENTRO STORICO	↑	↑	↑	↑
BRERA	↑	↑	↑	↑
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	↑	↑	↑	↑
PALESTRO-DUSE	↔	↔	↓	↔

 ZONE ROMA	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
AVENTINO	↔	↔	↔	↓
CENTRO STORICO	↔↑	↔↑	↓	↓
FLAMINIO	↔	↔	↓	↓
PARIOLI	↔↑	↑	↔	↓
PINCIANO-VENETO	↔	↔	↔↓	↓
PRATI	↔↑	↔↑	↔	↔
SALARIO-TRIESTE	↔	↔↑	↔	↓
TRASTEVERE	↔↑	↔	↔	↓

 ZONE TORINO	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
CROCETTA	↔	↑	↔	↔
CIT TURIN	↑	↑	↑	↔
QUADRILATERO (C.so Vittorio fino a Piazza Vittorio-Via Po e da C.so Cairoli fino Via Roma)	↑	↓	↔	↔
VIA ROMA E VIE LIMITROFE	↑	↑	↑	↔
VIA PIETRO MICCA E VIE LIMITROFE	↔	↔	↔	↔
PIAZZA SOLFERINO E VIE LIMITROFE	↑	↓	↔	↔
C.SO MASSIMO D'AZEGLIO (da C.so Vittorio fino a C.so Raffaello)	↓	↑	↓	↔
PIAZZA GRAN MADRE E VIE LIMITROFE	↑	↓	↔	↔
PRE-COLLINA	↓	↑	↓	↔

MERCATO DELLE COMPRAVENDITE				
 ZONE GENOVA	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
ALBARO	↑	↔	↑	↔↓
CARIGNANO	↑	↔	↑	↔
CENTRO	↔↑	↑	↔	↓
CASTELLETTO	↔↑	↑	↔	↓
NERVI	↔↑	↔	↑	↔↓
QUARTO - QUINTO	↑	↔	↑	↔↓

 ZONE FIRENZE	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
CENTRO STORICO, OLTRARNO	↑	↔	↑	↑
LUNGARNI	↑	↔↓	↑	↑
PIAZZALE MICHELANGELO, BELLOSQUARDO, VOLTA, SALVIATINO	↑	↔	↔	↔
VIALI (Via Masaccio, Via Mazzini, Oberdan)	↑	↔	↔	↑
PRIMA COLLINA (Fiesole, B.Ripoli)	↔	↔	↔	↔↓

 ZONE NAPOLI	Domanda di acquisto:	Offerta in vendita	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
CHIAIA	↑	↑	↑	↔↑
POSILLIPO	↔	↔	↔	↔
VOMERO	↑	↔	↔	↔↓

Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea Luxury Houses

SCHEMA PREZZI RESIDENZE DI PREGIO

MERCATO DELLE COMPRAVENDITE PREZZI DI COMPRAVENDITA €/MQ					
II SEMESTRE 2019					
		Abitazioni nuove o ristrutturate		Abitazioni usate o da ristrutturare	
 MILANO	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
QUADRILATERO	11.000	14.000	9.000	11.000	
CENTRO STORICO	7.800	8.850	6.300	7.400	
BRERA	9.150	11.200	6.800	7.850	
MAGENTA-PAGANO-CASTELLO	7.800	9.350	5.800	6.800	
PALESTRO-DUSE	9.000	10.500	7.500	8.500	
 ROMA	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
AVENTINO	7.750	10.850	6.050	8.550	
CENTRO STORICO	8.750	11.350	7.350	9.350	
FLAMINIO	4.400	5.800	3.950	4.950	
PARIOLI	5.650	6.650	4.150	4.950	
PINCIANO-VENETO	5.900	6.900	4.400	5.400	
PRATI	6.000	6.800	4.800	5.200	
SALARIO-TRIESTE	5.450	6.450	3.900	4.900	
TRASTEVERE	7.150	8.150	6.250	7.150	
 TORINO	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
CROCETTA	2.400	3.700	1.500	2.200	
CIT TURIN	2.700	4.000	1.700	2.500	
QUADRILATERO (C.so Vittorio fino a Piazza Vittorio-Via Po e da C.so Cairoli fino Via Roma)	3.500	4.300	2.500	3.300	
VIA ROMA E VIE LIMITROFE	3.700	5.500	3.000	3.700	
VIA PIETRO MICCA E VIE LIMITROFE	3.000	4.000	2.800	3.200	
PIAZZA SOLFERINO E VIE LIMITROFE	2.800	4.500	2.500	3.000	
C.SO MASSIMO D'AZEGLIO (Da C.so Vittorio Fino a C.so Raffaello)	2.000	3.000	1.500	2.200	
PIAZZA GRAN MADRE E VIE LIMITROFE	3.000	5.000	2.500	2.800	
PRE-COLLINA	2.000	3.000	1.500	1.700	

MERCATO DELLE COMPRAVENDITE PREZZI DI COMPRAVENDITA €/MQ					
II SEMESTRE 2019					
		Abitazioni nuove o ristrutturate		Abitazioni usate o da ristrutturare	
 GENOVA	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
ALBARO	3.700	4.600	2.450	3.400	
ALBARO - JENNER, CAMILLA, GAMBARO, MONTALLEGRO, CAUSA	4.500	5.100	3.400	4.400	
NERVI - QUINTO	3.300	4.200	2.800	3.300	
NERVI - PESCIOTTO, PALME, S. ILARIO	3.700	4.400	3.000	3.500	
QUARTO - VIALE QUARTARA, GENEYS, PONTE DELL'AMMIRAGLIO	3.400	4.000	2.500	3.000	
CARIGNANO	3.600	4.200	2.400	3.300	
CENTRO	3.200	3.800	2.300	2.750	
CASTELLETTO	2.450	2.850	1.850	2.150	
 FIRENZE	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
CENTRO STORICO, OLTRARNO	4.700	7.200	3.600	4.500	
LUNGARNI	4.950	7.200	4.100	4.700	
PIAZZALE MICHELANGELO, BELLOSGUARDO, FIESOLE	4.700	6.500	4.000	4.700	
VIALI (Via Masaccio, Via Mazzini, Oberdan)	3.400	4.500	2.650	3.300	
PRIMA COLLINA (Fascia Esterna Dalla Città)	3.300	4.600	2.500	3.200	
 NAPOLI	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo	
CHIAIA - VIA DEI MILLE, VIA CARACCILO, VIA PARTENOPE	6.500	8.000	4.500	6.000	
POSILLIPO	6.000	8.000	4.500	5.900	
VOMERO - FALCONE E SCARLATTI-VANVI-TELLI-FUNICOLARE	4.500	6.000	4.000	5.000	

*L'indice sintetico è ottenuto pesando i prezzi di abitazioni nuove e usate sulla base della rispettiva distribuzione del mercato stimata. Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea Luxury Houses

LE TIPOLOGIE PIÙ RICHIESTE

COMPRAVENDITA

MILANO - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Centro Storico
- Brera

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 180-230mq
- 3
- Nuova - Ristrutturata
- Box - Posto auto - Terrazzo

ROMA - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Parioli
- Centro Storico

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 150mq
- 3
- Da ristrutturare
- Posto auto - Terrazzo

TORINO - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Quadrilatero
- Via Roma e limitrofe
- P.zza Gran Madre e limitrofe

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 180mq
- 3
- Nuova - Ristrutturata
- Posto auto - Terrazzo
- Appartamento

GENOVA - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Albaro
- Carignano
- Quarto

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 140 - 150mq
- 3
- Nuova - Ristrutturata
- Box auto - Terrazzo al piano
- Appartamento

FIRENZE - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Centro Storico
- Viali
- Michelangelo
- Porta Romana
- Salviatino
- Bolognese

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 150mq
- 3
- Nuova - Ristrutturata - Usata
- Box - Posto auto - Terrazzo - Giardino privato
- Piano alto con vista

NAPOLI - Secondo Sem 2019

ZONE PIÙ RICHIESTE



- Piazza Vanvitelli, Via Scarlatti
- Via Luca Giordano
- Via Dei Mille, Via Manzoni

IDENTIKIT IMMOBILE PIÙ DOMANDATO

- 130mq
- 3
- Nuova - Ristrutturata
- Posto auto - Terrazzo - Sale di rappresentanza
- Appartamento

SENTIMENT DI MERCATO

PREVISIONI PER IL I SEMESTRE 2020

MERCATO DELLE COMPRASSENTITE	
MILANO - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↑
Offerta in vendita	↔
Numero di comprasentite	↑
Prezzi di comprasentita	↑
ROMA - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↔↑
Offerta in vendita	↔
Numero di comprasentite	↔↑
Prezzi di comprasentita	↔↓
TORINO - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↑
Offerta in vendita	↔
Numero di comprasentite	↑
Prezzi di comprasentita	↑
GENOVA - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↔
Offerta in vendita	↑
Numero di comprasentite	↑
Prezzi di comprasentita	↓↔
FIRENZE - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↑
Offerta in vendita	↔
Numero di comprasentite	↑
Prezzi di comprasentita	↔
NAPOLI - I semestre 2020	
Domanda di acquisto	↑
Offerta in vendita	↑
Numero di comprasentite	↑
Prezzi di comprasentita	↔

Elaborazioni Ufficio Studi Gabetti su dati Santandrea

L'ACQUISTO DI UN IMMOBILE DI PREGIO A MILANO

RISULTATI DELL'INDAGINE BVA DOXA



IL PROCESSO DI ACQUISTO DI UNA CASA DI LUSO

PREMESSA

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

In un contesto sempre più **frenetico**, dove si trascorre molto tempo fuori casa, l'**abitazione** resta sempre il **posto** dove si torna per **riconnettersi** con sé stessi e con la propria rete di affetti oltre che uno spazio **funzionale**.

In questo scenario la **ricerca di un'abitazione** è un iter che richiede tempo, accuratezza e pazienza, tanto più se si è alla ricerca di un **immobile di pregio**, ovvero di un'abitazione che riesca a trasmettere e offrire il piacere "pieno" dell'abitare (*ad es. la grande cucina a isola, ampi spazi di condivisione, spazi esterni, rifiniture di alta qualità, ecc.*).

I **driver** che spingono ad attivare il **processo di scelta** e acquisto di un immobile di pregio sono generalmente di duplice natura:

- **Sociale** → la casa viene percepita come uno spazio da vivere a 360° con ospiti, amici, parenti; è un **ambiente sicuro e intimo** dove condividere il proprio tempo con le persone care.
"Adesso che abbiamo questa casa con doppio salone e terrazza abbiamo sempre ospiti."
- **Simbolica** → l'immobile di pregio è sinonimo di uno status sociale: la scelta della zona prestigiosa come senso di appartenenza, adesione a una élite, un elemento di esclusività e unicità.

L'ITER MESSO IN ATTO

La **ricerca di immobile di lusso** è in genere un processo medio-lungo che nel sedimentato dell'acquirente appare già in partenza faticoso: l'offerta non manca, ma spesso i migliori appartamenti vengono venduti rapidamente, rendendo l'iter più difficoltoso.

Il **processo di scelta e acquisto**, è caratterizzato da diverse fasi:



RICERCA INFORMATIVA



VISITA DELL'IMMOBILE



CONFRONTO CON GLI "INFLUENCER"



ACQUISTO DELL'IMMOBILE E STIPULA DEL CONTRATTO



CONTATTO CON L'AGENZIA IMMOBILIARE

I DESIDERATA PER IL FUTURO

Il customer journey ideale dovrebbe **integrare e sfruttare** al meglio **ogni canale**, creando una sinergia continua:

- **Canale online** → consentire un primo approccio al mercato di riferimento più veloce, pratico (selezionando e filtrando le richieste), aggiornato e trasparente; ad esempio: un motore di ricerca dedicato che permetta anche di fare un tour del quartiere, dei suoi servizi e di avere opinioni degli abitanti del quartiere, sulla qualità di vita e piccoli consigli (*es. mezzi di trasporto, scuole, palestre, attività ludiche, supermercati, parcheggio, ecc.*).
- **Canale offline** (*es. annunci*) → consentire di avere informazioni più mirate sull'immobile e sulle sue potenzialità, integrando le moderne tecnologie; ad esempio:
 - utilizzo di QR code da fotografare sui cartelli pubblicitari degli immobili, per avere immediatamente le immagini dell'appartamento;
 - un sistema di rilevazione / registrazione degli edifici con i cartelli di vendita esposti;
 - supporti di approfondimento e di «formazione» per i potenziali acquirenti cartacei o da scaricare in pdf, in cui si analizzano le varie zone, la tipologia degli appartamenti, l'offerta in base alle necessità e in cui si illustrano e spiegano tutti i passaggi necessari per arrivare al rogito e le figure coinvolte.
- **Agenzia Immobiliare** → Il **ruolo** dell'agenzia immobiliare deve essere a **tutto tondo**, proponendosi come un **partner ideale** per la realizzazione di un **sogno «chiavi in mano»**. Il **consulente** deve mostrarsi, con un atteggiamento volto a comprendere i bisogni dell'acquirente attraverso l'ascolto: pensare a un servizio in cui ci si prende carico di tutte le fasi di scelta e acquisto, incluso mutuo, scelta del notaio ed eventuale ristrutturazione, facendo scegliere tra un ampio ventaglio di partner qualificati e selezionati, in tutta trasparenza e spiegando tutti i passaggi del caso.

Laddove viene apprezzata e coinvolta la figura del consulente immobiliare, si possono identificare **tre caratteristiche chiave** che ne confermano il **valore aggiunto** durante il customer journey:

- **Competenza**
- **Ruolo consulenziale**
- **Componente emotiva**

I DRIVER CHE INFLUENZANO LA SCELTA DI UN'ABITAZIONE DI PREGIO

La casa deve piacere, deve "trasmettere qualcosa" rappresentando al contempo una parte di sé.

Quando si acquista un immobile di pregio, vi sono alcune **macro-caratteristiche** che l'immobile deve avere e che sono fondamentali nella fase di scelta:

PIANI ALTI → l'immobile deve essere collocato ai piani medio-alti, creando una sensazione di sicurezza, assenza di rumorosità e permettendo una visuale sulla città.

SPAZI INTERNI AMPI, ESPOSIZIONE E TERRAZZI → le superfici abitative devono essere ampie, luminose e aperte soprattutto nella zona living (ma anche terrazzi, bagni, cucina). Vengono valorizzati gli spazi da vivere (sala/cucina come ambienti unici ma divisi, spazi "dentro/fuori", terrazzi living) a scapito delle camere, generalmente di dimensioni contenute. Doppia/tripla esposizione, balcone/terrazzo e colori chiari sono aspetti che rendono l'ambiente salubre e piacevole da vivere.

MATERIALI DI PREGIO PER LE FINITURE (QUALITÀ E BELLEZZA ESTETICA) → vi è un'attenzione particolarmente scrupolosa nella scelta di dettagli e finiture, nulla è lasciato al caso, tutto viene progettato e realizzato in maniera meticolosa. Si prediligono materiali innovativi e finiture di pregio.

PRESENZA DI BOX AUTO → avere un box collegato allo stabile è un aspetto di grande rilievo per chi risiede soprattutto in contesti centrali.

ISOLAMENTO TERMICO/ACUSTICO, CLASSE ENERGETICA → l'attenzione ai consumi e agli sprechi porta a ricercare impianti e dispositivi moderni, che, a fronte di un investimento iniziale, permettono un maggior controllo e risparmio nel lungo periodo.

SERVIZIO DI PORTINERIA → La presenza del servizio di portineria è utile sia a livello di sicurezza sia dal punto di vista logistico per il ritiro di pacchi, posta, avvisi, servizi di delivery. In molti casi si valutano con attenzione anche gli orari/giorni coperti (che siano i più ampi possibile o H24).

L'importanza di questi elementi è stata misurata, nell'ambito delle interviste effettuate, anche in termini di maggiore disponibilità di spesa da parte dei potenziali acquirenti. Quello che emerge è che il piano rappresenta sicuramente l'elemento più significativo, per cui 7 persone su 10 sarebbero disposte a spendere oltre il 20% in più rispetto ad un appartamento medio.

DOTAZIONI E CARATTERISTICHE DEGLI IMMOBILI DI PREGIO

Rispetto a un appartamento "standard", con caratteristiche in linea con le sue esigenze, dovrebbe dirmi quanto può valere in più (in %) un appartamento che abbia le seguenti caratteristiche

DISPOSTI A PAGARE OLTRE IL 20% DEL VALORE PER AVERE LA SPECIFICA CARATTERISTICA:

PIANO ALTO - ATTICO  →  7 PERSONE SU 10

DOPPIA/TRIPLA ESPOSIZIONE LUMINOSITÀ  →  6 PERSONE SU 10

TERRAZZA AL PIANO  →  5 PERSONE SU 10

SERVIZIO DI PORTINERIA/VIGILANZA  →  5 PERSONE SU 10

BOX AUTO NELLO STABILE  →  5 PERSONE SU 10

Base: 72 interviste a potenziali acquirenti di case di pregio a Milano

Molto rilevanti risultano anche gli elementi legati all'efficienza energetica e al comfort all'interno della casa, con ai primi posti l'isolamento termico/acustico (cioè il desiderio di essere protetti dai rumori provenienti dall'esterno e dai vicini, la facilità di avere una temperatura confortevole in casa, etc.) i materiali di costruzione e finiture interne di qualità e l'aspetto estetico dell'edificio e in particolare della facciata del palazzo.

IMMOBILI DI PREGIO: EFFICIENZA ENERGETICA, ESTETICA E MATERIALI



Base: 72 interviste a potenziali acquirenti di case di pregio a Milano

Se questi elementi hanno una significativa importanza, anche per gli immobili di pregio, vi sono alcune caratteristiche a cui è possibile rinunciare, a fronte di un forte interesse per l'immobile:

- **Stato di manutenzione dell'appartamento**
- **Presenza del box nello stabile**
- **Metri quadri degli spazi esterni**

In questo scenario vi sono, inoltre, alcuni atteggiamenti che stanno entrando sempre più nelle abitudini degli individui e che sono orientati a un vivere meglio in casa propria; tali aspetti possono partecipare alla scelta dell'immobile da acquistare.

Nello specifico:

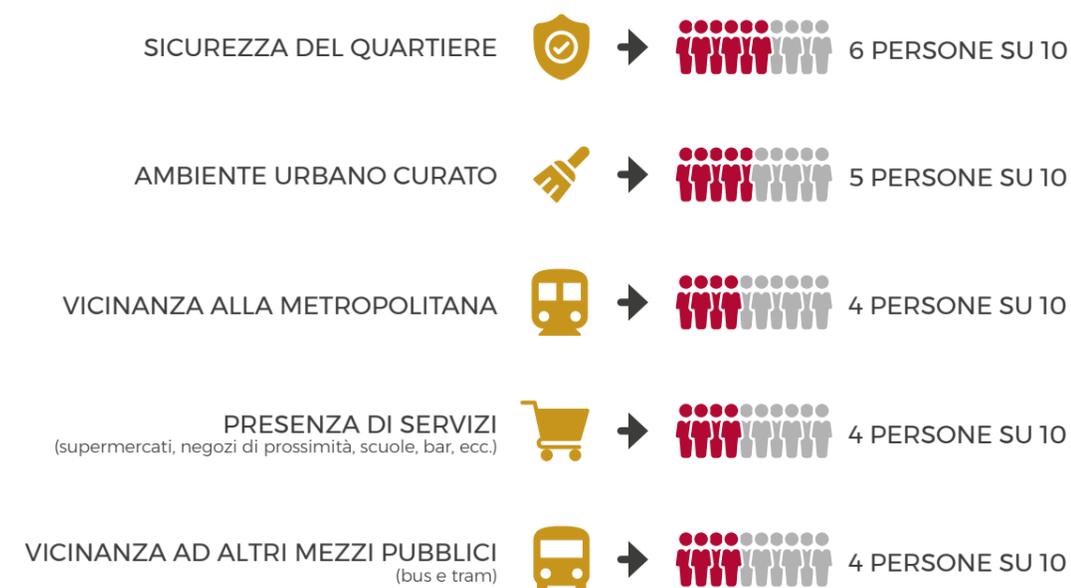
- **Salubrità**
- **Posizione dell'immobile**
- **Sicurezza**

Anche in questo caso, tali elementi sono stati misurati in termini di potenziale maggiore disponibilità di spesa da parte dei potenziali acquirenti. Dall'analisi emerge che 6 persone su 10 sarebbero disposte a spendere oltre il 20% in più per risiedere in una zona sicura.

IL CONTESTO DEGLI IMMOBILI DI PREGIO

Rispetto a un appartamento "standard", con caratteristiche in linea con le sue esigenze, dovrebbe dirmi quanto può valere in più (in %) un appartamento che abbia le seguenti caratteristiche

DISPOSTI A PAGARE OLTRE IL 20% DEL VALORE PER AVERE LA SPECIFICA CARATTERISTICA:



Base: 72 interviste a potenziali acquirenti di case di pregio a Milano

TUTTI I NOSTRI REPORT:



Residential Overview



Locazioni



Mercato delle Residenze di Pregio



Investment Overview



Office Market Overview



Office Focus Qualità



Alberghi



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



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

Il presente report non deve costituire la base per negoziazioni o transazioni senza una specifica e qualificata assistenza professionale. Malgrado i fatti e i dati ivi contenuti siano stati controllati, Gabetti Property Solutions S.p.A. non fornisce alcuna garanzia di accuratezza e veridicità e non assume alcuna responsabilità in ordine ad eventuali danni, diretti o indiretti, di qualsiasi natura, patiti da terzi in relazione al contenuto del presente report. Le informazioni e i dati contenuti nel report possono essere pubblicati a condizione che se ne citi la fonte. A parte quanto precede, non devono essere in alcun modo riprodotti, in tutto o in parte, né ad essi si può fare riferimento alcuno senza la preventiva autorizzazione di Gabetti Property Solutions S.p.A. - © Gabetti Property Solutions S.p.A. 2020

SANTANDREA
luxury houses

Fabio Guglielmi

*Consigliere Delegato
Gabetti Agency*

Claudio Casali

*Head of Operations
Santandrea Luxury Houses*

Marco Rognini

*Direttore
Santandrea Luxury Houses Roma*

Valentina Cellamaro

*Direttore
Santandrea Luxury Houses Torino*

Cristiano Tommasini

*Relationship Manager
Gabetti Property Solutions Liguria*

Andrea Poggianti

*Relationship Manager
Gabetti Property Solutions Toscana*

Ferdinando Elefante

*Relationship Manager
Gabetti Property Solutions Campania*

UFFICIO STUDI GABETTI

Francesca Fantuzzi

Responsabile Ufficio Studi Gabetti

Chiara Grandino

Analista Ufficio Studi Gabetti



Paola Caniglia *Home & Retail Director*
Andrea Tozzi *Senior Research Manager*
Cristina Calvi *Qualitative Researcher*
Alessandro Ferrara *Quantitative Researcher*

