

Real Estate 24



Riconversione urbana.
Un esempio di riconversione urbana di ampio respiro che si integra nel tessuto della città: è l'ex Manifattura Tabacchi di Firenze

NELLA NEWSLETTER
In RealEstate+ il racconto della visita, in attesa dei prezzi delle case e i canoni dei negozi che troveranno spazio nella Factory, edifici centrali la cui riqualificazione è già partita.

Le agenzie straniere sbarcano in Italia a caccia di seconde case

Intermediari. La crescita anche a causa della pandemia: c'è più interesse di acquirenti esteri verso ville, casali, masserie e appartamenti «italian style»

Laura Cavestri

Ville, casali, castelli e masserie. Ma anche, più semplicemente, appartamenti di medio-ampia metratura, con vista mozzafiato o, semplicemente, immersi nell'idea, che ciascuno ha, del tipico "italian style". C'è una ragione se negli ultimi anni - o meglio, negli ultimi mesi - sempre più società straniere di intermediazione immobiliare hanno deciso di entrare, per la prima volta, sul mercato italiano. Il motivo è la crescente domanda di seconda casa in Italia che giunge non solo dal Nord Europa (tedeschi e inglesi in testa, ma si muovono anche gli scandinavi), dagli Usa e dall'Australia (dove gioca anche un ritorno alla ricerca delle origini), ma anche da Russia e Oriente.

Non solo super-ricchi

I ricchi e ricchissimi sono a caccia delle soluzioni luxury nei contesti più blasonati con piscine e vista mozzafiato. Ma poi ci sono i tantissimi benestanti, magari sulla soglia della pensione, che in Italia cercano un *buon retiro* di fascia medio-alta ma "accessibile", agile da raggiungere dall'estero e soprattutto anche al di fuori della direttrice Venezia-Toscana-Roma.

Non solo. «La Brexit e lo spostamento del baricentro del business sulle piazze finanziarie Ue ma anche la capacità della città di attrarre headquarters e multinazionali - ha spiegato Felice Rusconi, ceo e founder di John Taylor Italia - stanno spingendo la domanda residenziale della clientela business su Milano. Soprattutto da Francia, UK e Svizzera».

Tra le realtà estere più radicate (in Italia dal 2004) c'è Engel & Völkers, che ad agosto è stata acquisita dalla società di investimento globale Permira. «I nostri clienti esteri - ha spiegato Christoph Feigenbutz, Country Manager di Engel & Völkers - sono passati dal 13% del totale nel 2019 al 18%. Cresce l'interesse per la Toscana (dalla costa al

val d'Orcia), la Sicilia e l'Umbria».

Realtà nuove e full digital

L'ultima società sbarcata in Italia - in ordine di tempo - è il franchising immobiliare della statunitense Century 21, che in 5 anni punta ad aprire 115 uffici in tutta Italia sviluppando una rete che può arrivare a contare quasi 2mila consulenti immobiliari e a coprire il 4% della quota di mercato delle agenzie in franchising in Italia.

«Dopo la pandemia - ha spiegato il presidente di Century 21 Italia Marco Tilesi - chi progettava di investire o acquistare casa per sé, ha compreso

che non conviene rinviare. Il Covid ha dato una spinta all'interesse degli acquirenti esteri, soprattutto americani, verso l'Italia e non solo nelle più note città d'arte. C'è una forte domanda che sta interessando Sicilia e Puglia. Più "di nicchia" ma in crescita, quella che guarda alla Liguria ma anche a regioni meno esplorate come il Friuli Venezia Giulia».

Appena un anno fa sbarcava in Italia Keller Williams, il più grande franchising immobiliare del mondo (nato in Texas nel 1983), che entro il 2023 scommette sull'apertura, in Italia, di 30 market center e l'arruolamento di 2500 agenti. Puntando su una massiccia formazione *digital* dei professionisti e con l'obiettivo di accompagnare il cliente dall'acquisto alla consegna "chiavi in mano" della casa: «C'è tutto un mercato del turismo americano, molto spesso di origini italiane - ha spiegato Alessandro Di Martino, direttore nazionale di Keller Williams Italia - che guarda all'Italia avendo medio-alte disponibilità di spesa».

Mercoledì scorso, da Milano, è partita la prima tappa per il recruiting di agenti da parte di eXp Realty, società Usa nata nel 2009 e quotata al Nasdaq che - come ha spiegato il suo amministratore delegato Italia, Denis Andrian - «non è un brand in franchising. Ma una community digitale di oltre 60mila agenti tra di loro connessi e inseriti in un percorso formativo costante. Possono contare su procedure, modulistica e consulenza legale e fiscale. Un sistema di compartecipazione ai profitti renderà più stimolante concentrarsi sulla chiusura delle transazioni».

Chi compra in Italia

Secondo Scenari Immobiliari, nel 2021 si stima che gli acquirenti esteri di seconde case in Italia spenderanno circa 1,8 miliardi di euro. Siamo ben lontani dai 3,7 miliardi del 2019 precovid. Per oltre la metà, si tratta di acquirenti tedeschi. Seguono gli inglesi. Da Usa e Canada solo il 5% (nel 2019 erano il 15 per cento).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I nuovi protagonisti

KWITALIA

Keller Williams

Nata nel 1983 ad Austin, ha portato avanti un modello agente-centrico, basato sulle più efficaci tecnologie e sulla formazione. Unico gruppo immobiliare ad aver stretto una partnership con Google e Facebook, offre un database tra tutti gli agenti Keller Williams nel mondo per scambiarsi prodotti e consentirgli di mantenere un'elevata percentuale del profitto



Century 21

Fondato nel 1971 in California dai due broker immobiliari Art Bartlett e Marsh Fisher, è il brand americano di real estate con il maggior numero di uffici in franchising nel mondo: oltre 146mila agenti professionisti indipendenti in oltre 13mila uffici in 86 Paesi. Gli agenti non hanno limiti di zona e possono operare sull'intero territorio. Obiettivo: acquisire, entro il 2025, una quota del 4% del franchising immobiliare italiano



eXp

Fondata nel 2009 e oggi quotata al Nasdaq di Wall Street, eXp può contare su una rete globale di 60 mila agenti in 17 Paesi. Non è un franchising ma una community di agenti indipendenti che usufruiscono dei servizi, della formazione e di un sistema di co-partecipazione ai profitti, unito ad alte percentuali sulle provvigioni (fino al 100%, annualmente, e in base a determinati parametri)

1 mln

A CAMERA

È la stima della rivalutazione immobiliare per camera, conseguente al percorso di upgrading da 4 stelle a 5

NASCE UN NUOVO BRAND

Matteo Bizzi ripositiona le ex proprietà Domina verso gli hotel di lusso

Domina Vacanze passa di mano ed esce dal perimetro di business di Ernesto Pretoni. A conquistare il 100% della società focalizzata sulla proprietà alberghiera è Matteo Bizzi (classe 1969), fratello di Davide (ex proprietario di MilanoSesto), già presidente del consiglio di amministrazione di Domina Vacanze e attuale presidente di Bizzi Hotel Spa.

Una scalata graduale, la sua, iniziata a metà del 2012 con un contratto di affitto e che si è trasformata poi in una prima fase di acquisizione del pacchetto di controllo (81,65%) di Domina Vacanze il 24 febbraio 2017 attraverso il veicolo societario di una holding basata a Tallin, la Navex Group Ou Ltd, ora completata con la totalità delle quote attraverso la Emmegi Finance con sede in Lussemburgo. Due mesi fa è avvenuta la restituzione dei rapporti di licenza del marchio Domina Vacanze e ora è stato dato avvio al processo di rebranding del gruppo che cambia nome in Bizzi Hotel Spa.

La scalata è iniziata rilevando un credito dalla Bper Banca verso Domina Vacanze di circa 14 milioni di euro. «L'azienda è stata risanata dal 2017 - spiega Matteo Bizzi al Sole 24 Ore - con una movimentazione finanziaria, senza accesso al credito, pari a circa 25 milioni di euro per un portafoglio di asset del valore di circa 100 milioni per 560 camere». L'acquisizione degli alberghi di Domina in Italia è una scommessa «poiché si tratta di strutture in location di valore come Venezia, Portofino, Cortina, Porto Rotondo, Positano, Tremonti, Courmayeur e Corvara - commenta il presidente -, che pativano la scelta di puntare sulla proprietà, in un momento in cui il mercato non premia quella strategia». Il ritorno al business classico degli hotel ha permesso di realizzare un turnover negli ultimi anni che si attesta sui 15 milioni. Ora l'obiettivo è il riposizionamento della società. «Già nel 2018 - dichiara Bizzi - avevamo previsto per le nove strutture di Domina Vacanze un progetto di riqualificazione del valore di 80 milioni circa, ma abbiamo preferito aspettare di avere la totalità delle azioni». Il percorso di upgrading porterà i 4 stelle a 5, con una rivalutazione immobiliare stimata in un milione di euro a camera e che sarà anche a vantaggio dei pochi comproprietari utilizzatori rimasti». Il progetto si svilupperà in dieci anni con interventi diluiti nel tempo - precisa Bizzi -. Dovremo pian piano adeguare gli standard di servizio ai 5 stelle, alzare il pricing e cambiare tipologia di clientela». La gestione delle strutture avverrà "in casa", attraverso la società Hit Hotel con sede attuale a Sassari e che fa sempre capo a Matteo Bizzi.

Per il futuro non è previsto un ampliamento del portafoglio di strutture: «Dovremo concentrarci su quelle che abbiamo e consolidare il processo di restyling».

—Laura Dominici

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cortina d'Ampezzo. La facciata dell'hotel Alaska

immobiliare.it
il N.1 per trovare casa

Scarica l'app

