

# Intervista a Fabio Guglielmi, Direttore Generale di SANTANDREA Luxury Houses, Gruppo Gabetti

Paolo Righetti

Abbiamo intrapreso un percorso di lettura e analisi di come si sia evoluto e stia evolvendo il processo nella produzione dell'“architettura”. Nel tratteggiare questo comparto nella sua struttura contemporanea stiamo incontrando protagonisti nei vari ruoli.

Paolo Righetti dialoga con Fabio Guglielmi, ragionando su come viene interpretato il ruolo dell'immobiliare in senso generale e soprattutto riferita al lusso e alla fascia alta del mercato, come nel caso di Santandrea.

**Paolo Righetti: La prima domanda è come ritieni si possa collocare Santandrea Luxury Houses all'interno del processo che abbiamo tratteggiato, qual è il suo specifico?**

**Fabio Guglielmi:** Per rispondere è necessario introdurre una minima lettura in prospettiva storica del recente passato. C'è infatti un “prima” e un “dopo”. Prima della crisi ovviamente, quella del 2007 che è partita in America proprio dal comparto immobiliare e un dopo. Prima c'era un mercato nel quale non sbagliava nessuno. Addirittura senza fare niente con il cambio lira euro chi aveva una proprietà si è ritrovato automaticamente aggiornato il valore del proprio bene senza muovere un dito. L'investimento immobiliare fino ad allora non aveva mai comportato una perdita. Se investivi in immobili eri tranquillo che come minimo conservavi attraverso un incremento del valore, anche se mini-

mo costante, il tuo investimento. La domanda c'era e l'offerta era sempre comunque minore della domanda. Il cliente non poteva scegliere, se c'era qualcosa di interessante sul mercato doveva affrettarsi a comperare. Anche il confronto a livello di qualità non era troppo competitivo, perché non serviva differenziarsi troppo con il proprio prodotto che comunque restava sul mercato poco.

**PR: Quello che ci descrivi sembra un mondo lontanissimo. Cosa è successo dopo questa profonda crisi?**

**FG:** In primo luogo ci siamo tutti dovuti allineare su altri numeri, su altre grandezze. La prima consapevolezza è stata che l'acquirente doveva cominciare a far parte del progetto. Si sono dovute riprendere in mano iniziative che proprio a causa di questa crisi non risultavano più essere “sane”, remunerative, vendibili, spendibili, su un



Fabio Guglielmi è direttore generale di Santandrea, marchio del Gruppo Gabetti dedicato agli immobili di pregio. Fabio Guglielmi, originario di Verbania, ha cominciato la sua attività professionale nel settore immobiliare nel 1989, muovendo i primi passi come titolare di alcune agenzie. Nel 1992 fa il suo ingresso in Professionecasa come manager. Dal 2002 al 2006 è stato amministratore delegato di Professionecasa, divenendone presidente nel 2006. Dal 2008, anno di nascita di Tree Group, ha ricoperto in Tree Real Estate la carica di consigliere d'amministrazione, che oggi ricopre in Gabetti property solutions agency.



mercato che stava cambiando. Le operazioni cominciavano a confrontarsi con temi nuovi rispetto ai due, il “metro quadro” e la “posizione”, che fino ad allora determinavano quasi automaticamente il valore di una iniziativa.

**PR: Per capirci quindi non basta più essere in centro a una città?**

**FG:** Prima della crisi era sufficiente essere all’interno di una cerchia (a Milano tipicamente il centro storico). Oggi ci sono zone, come Porta Nuova e Citylife, dove possiamo trovare una nuova offerta di pregio, con valori superiori rispetto alle tradizionali zone del centro storico. Si tratta di una vera e propria rivoluzione. Il mondo del lusso in particolare si è ricollocato, ha cominciato a fare scelte differenti da quelle canoniche. Il valore a metro quadro dipende da una serie di variabili, della casa che si costruisce, della qualità della zona che non necessariamente è correlata alla distanza dal centro, dai vicini di quartiere, dai servizi, dalla relazione con la mobilità e così via.

**PR: Sono, mi sembra di capire, parametri che già si applicavano ma a cambiare è la loro gerarchia e il loro peso specifico.**

**FG:** E’ così. Pensiamo ad esempio alla differenza di valore a secondo dell’altezza. Oggi abbiamo più frequentemente alloggi al 20° piano, il cui valore è infinitamente maggiore di quelli al terzo! Ovviamente non in tutte la città. E’ illuminante sapere che oggi quando viene quotato un immobile viene dato un valore a ogni singola unità. In questo valore vengono riassunte una serie di qualità che sono specifiche anche a parità di piano, di metratura, di finiture. Il cliente è

più preparato e ha molte soluzioni sul mercato fra cui scegliere. Un tempo si vendeva tutto, adesso l’offerta è enormemente più ampia e consente al consumatore di valutare fra più opportunità.

**PR: Quindi quella crisi ha rappresentato un punto di svolta importante. Quali altri fattori ritieni abbiano inciso sul comparto abitativo?**

**FG:** Un altro aspetto che ha inciso e incide enormemente è legato alle spese che avere una proprietà si porta dietro. Dalle tasse che sono state introdotte agli obblighi, come ad esempio la necessità di produrre delle certificazioni. E poi la necessità di adeguamenti e di manutenzioni che nel passato erano pressoché inesistenti. Inoltre fino a qualche tempo fa la casa acquistava valore in modo certo. Lo aveva sempre fatto, poco o tanto che fosse si rivalutava nel tempo. Da un po’ di anni ci siamo trovati di fronte ad un fatto nuovo, ovvero che la casa talvolta si è addirittura svalutata. Mettendo insieme questi aspetti, costi, possibilità di perdere valore, una enorme crescita dell’offerta sul mercato, abbiamo tutti gli elementi che spiegano quello che è avvenuto negli anni passati, una sorta di “tempesta perfetta” dell’immobiliare.

**PR: Secondo la vostra esperienza questo passaggio ha prodotto delle reazioni, quali sono?**

**FG:** Innanzitutto una evoluzione della tecnologia nella casa. Sia nella sua costruzione, sia nelle sue dotazioni. Si pensi banalmente che le pareti sono rimaste tecnologicamente le stesse per decenni e che solo recentemente abbiamo

## PROCESSO SANTANDREA

aperto a soluzioni che nel resto dell'Europa sono la prassi da tempo. Abbiamo dovuto rispondere a una domanda che il mercato ci poneva: perché comperare. Dal '67 al '90 siamo arrivati ad avere in Italia ben l'80% delle case in proprietà. Il mercato che resta è un mercato che si interroga, che può e vuole scegliere, che si informa e inevitabilmente chiede una qualità sempre maggiore.

**PR: Mi sento di dire che questo è un fatto positivo. Ho sempre pensato che la casa al contrario di altri beni (pensiamo all'automobile) si fosse evoluta pochissimo. Se questa crisi ha portato a una ridefinizione della proposta abitativa da utente sono sicuramente contento. Per chi come voi opera è un problema, un vantaggio?**

**FG:** E' un vantaggio perché consente, soprattutto a chi opera nel nostro segmento che è quello del lusso, di differenziarci. Offrire servizi, collegamenti, proporre un modo di riferimento che è quello del wellness, della qualità dell'aria, della pulizia rappresenta un plus. Pensiamo ormai in modo diverso. Mettiamo al centro delle nostre strategie l'idea di dare "spazio che restituisce valore".

**PR: Siamo partiti cercando di collocare Santandrea all'interno della cornice del processo costruttivo e del mercato e abbiamo tratteggiato un percorso che ci è servito per comprendere meglio le caratteristiche di questa cornice. Ritorniamo quindi a quella domanda e alle specificità di Santandrea.**

**FG:** Il segmento è quello del lusso. Le specificità sono diverse, una importante è probabilmente quella di conoscere molto bene il cliente e lo sviluppatore. Noi ci collochiamo esattamente lì in mezzo. Siamo in grado di comprendere e quindi di trasmettere in modo molto preciso che tipo di case vengono richieste dal nostro target. E quindi che tipo di case vanno realizzate. In qualche modo "scendiamo in strada" a chiedere e registriamo le evoluzioni del mercato in modo preciso e tempestivo.

**PR: Queste evoluzioni, oltre a toccare la tecnologia come hai detto prima, incidono secondo te anche su altri aspetti?**

**FG:** Sicuramente toccano anche l'impostazione tipologica della casa. Soprattutto nelle città. Noi operiamo al momento solo in 7 città in Italia, che sono Torino, Milano, Roma, Napoli, Firenze, Genova, Santa Margherita Ligure e, presto, Venezia. In città come queste ad esempio si



lavora per ribaltare il dentro con il fuori dell'isolato. Prima la parte più pubblica dell'alloggio affacciava verso la strada e quella destinata alla notte verso l'interno. Adesso non è più così, e sui cortili gravitano gli spazi giorno con il loro potenziale contesto di benessere determinato, quando possibile, da terrazze e affacci su interni verdi e tranquilli. C'è una controtendenza rispetto al ridurre le camere, che fino a poco tempo fa era un obbligo. Oggi trascorriamo in quegli spazi molto più tempo e le camere si stanno via via trasformando in suite, complete ciascuna di un proprio bagno esclusivo, di guardaroba e caratterizzate da dimensioni più generose, che consentano di trascorrervi del tempo. Lo stesso succede anche per le cucine che, complice anche una dilagante moda che potremmo battezzare "masterchef", devono rappresentare uno stile di vita e di ospitalità, funzionali, ampie, tecnologiche, accoglienti.

**PR: Quella che tratteggi sembra una vera e propria rivoluzione tipologica, almeno per il lusso.**

**FG:** E' probabilmente così. Basti pensare che sempre più spesso il tradizionale salotto è uno dei luoghi meno utilizzati della casa. Non si può certo pensare di ridurlo in termini di dimensioni, ma sicuramente altri locali stanno crescendo. Ma non limitiamoci a questo e proviamo a pensare ad esempio se ancora in certi contesti sia così importante il box. L'economia della condivisione potrebbe produrre delle rivoluzioni anche in questi aspetti. In centro a una città, con il valore elevato del metro quadro, scarico la spesa e vado a parcheggiare in un altro posto. Al contrario altre dotazioni, come spazi comuni di qualità, potrebbero diventare sempre più importanti. La stessa natura proprietaria è in discussione, perché l'affitto di qualità diventa sempre più spesso una esigenza, anche e soprattutto nel lusso.



**PR: E' come se il possesso non fosse più indicativo dello status sociale.**

**FG:** Cambia il tipo di cliente, che spesso non resta per la vita in una casa, o addirittura in una città. Con tutto quello che ne consegue. Nascono proprietari che strategicamente investono per rendere disponibili le case su "airbnb". Siamo di fronte a una evoluzione/evoluzione che, partendo proprio dalla crisi che abbiamo citato all'inizio, conduce a scenari inattesi. Ecco perché è importante per noi riconoscerli e registrarli immediatamente.

**PR: Proprio in questo senso ci puoi descrivere come si colloca Santandrea all'interno del vostro gruppo? Quali altre società ne fanno parte e in che modo vi differenziate per target e strategie?**

**FG:** In Santandrea diamo valore ai tesori immobiliari, siamo specializzati in immobili di prestigio e proponiamo un servizio di advisory di elevato standing. Per questo siamo una garanzia per chi vuole offrire o trovare soluzioni immobiliari di pregio e desidera la cura in ogni dettaglio. Creata nel 1977, prende il proprio nome dalla via in cui è nata, nel famoso quadrilatero della moda di Milano; in pochi anni ha sviluppato una presenza nelle più prestigiose località italiane. Siamo specializzati su tre segmenti ADVISORY, Valorizzazione del portafoglio immobiliare, NEW BUILDING, Consulenza e intermediazione di nuovi progetti, ADVISORY Valutazione e intermediazione. Affidarsi a Santandrea significa beneficiare anche delle sinergie, che derivano dall'appartenenza al Gruppo Gabetti, un sistema integrato di competenze per l'intero sistema immobiliare nell'ambito della consulenza e valorizzazione, gestione e intermediazione. Un nuovo modo di concepire la catena di creazione del valore nel mercato immobiliare.

**PR: Per concludere questa riflessione e sempre nella logica di capire come Santandrea si colloca nel processo edilizio, ci puoi descrivere in che modo siete in relazione con i progettisti e con i produttori? Li coinvolgete abitualmente e in quali fasi del percorso?**

**FG:** L'obiettivo di Santandrea è essere partner dei progettisti e degli sviluppatori, per fornire qualche valido suggerimento e consiglio in merito alla nuova concezione degli spazi, oltre alla classificazione degli alloggi, a una stima dei prezzi e ad un'indicazione dei nuovi materiali e delle recenti tipologie costruttive. La volontà di Santandrea è di coniugare l'expertise dei progettisti con le esigenze del mercato.