

IMMOBILI STORICI
VILLE PADRONALI
CASTELLI
BORGHI ANTICHI



Orizzonti RE

VENDITA O EFFICIENTAMENTO GESTIONALE

UNA PROPOSTA OPERATIVA.....



UNA BREVE INTRODUZIONE

Gli Immobili storici, le Ville padronali, i Castelli ed i Borghi antichi costituiscono un grande patrimonio omogeneamente distribuito sul territorio nazionale.

In zone a bassa vocazione turistica, tali oggetti spesso vengono ignorati in quanto, se considerati singolarmente, difficilmente rappresentano una vera «calamita» per attrarre visitatori.

Pertanto tali ricchezze rimangono inutilizzate per decenni, rischiano l'abbandono, il degrado e la conseguente perdita di valore.

È quindi necessario farli rivivere!

«Far rivivere» non significa semplicemente «ristrutturare», bensì identificare percorsi di ri-funzionalizzazione dell'immobile ipotizzando una nuova ragione di esistere e funzionare all'interno di un moderno sistema economico.

Questo significa per noi

RIPOSIZIONAMENTO COMMERCIALE



**SU QUALI IMMOBILI SI PUÒ
INTERVENIRE IPOTIZZANDO
PERCORSI DI RIPOSIZIONAMENTO
COMMERCIALE?**

immobili di dimensioni superiori ai 2.500 mq di SLP*, anche a valore storico artistico, che, per localizzazione (non prettamente turistica), risulta difficile ipotizzarne un nuovo utilizzo

**RIPOSIZIONARE
COMMERCIALMENTE?
ANCHE SE VOGLIO VENDERE?**

In molti casi si tratta di immobili che hanno un valore storico e/o artistico e, mediante una vendita «as is**», verrebbero penalizzati in termini economici in quanto non è chiaro per quali attività potrebbero essere utilizzati

* Superficie Lorda di Pavimento, ossia la superficie interna degli edifici

** *Nell'attuale stato di fatto, quindi senza ipotizzare piani di riposizionamento commerciale*



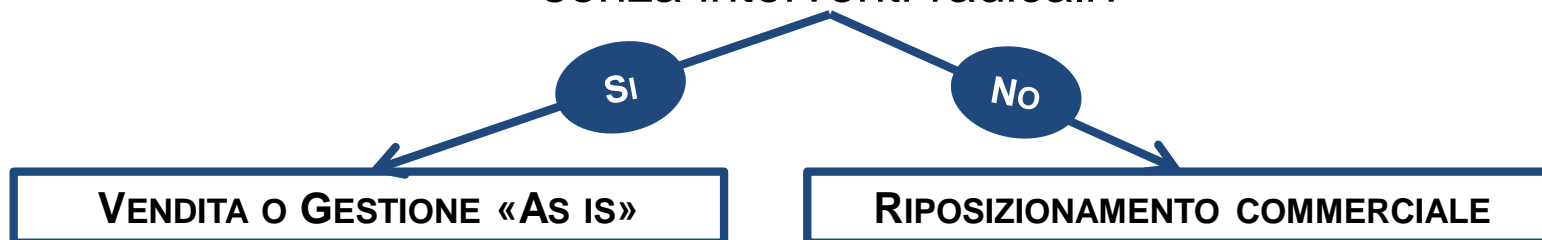
QUALSIASI PRODOTTO (OFFERTA) INCONTRA L'INTERESSE DEL MERCATO (DOMANDA) SOLO SE

RISPONDE AD UNA PARTICOLARE ESIGENZA ESPRESSA O LATENTE

Esigenze a cui un immobile può assolvere:

- **ABITATIVA** (prima casa, seconda casa ecc.)
- **RICETTIVA** (hotel, motel, resort, agriturismo ecc.)
- **COMMERCIALE** (negozi, shopping center, centro commerciale ecc.)
- **SOCIALE / PUBBLICA** (centri medici, residenze per anziani, centri terapeutici ...)
- **PRODUTTIVA** (laboratorio, industria ...)
- **RICREATIVA** (sala giochi, discoteca ...)
- **TERZIARIA** (ufficio, business center ...)

DOMANDA: esiste una funzione perfettamente applicabile al Vostro immobile senza interventi radicali?





COME SI ATTUA UN RIPOSIZIONAMENTO COMMERCIALE?

OGNI IMMOBILE È UNICO E, PER POTER IDENTIFICARE LA MIGLIORE SOLUZIONE IPOTIZZABILE, **È NECESSARIO EFFETTUARE DIFFERENTI TIPOLOGIE DI ANALISI ED INDAGINI:**

- **ARCHITETTONICHE** (orientate a verificare la «vocazione funzionale» dell'edificio e le sue alternative)
- **URBANISTICHE** (per verificare la possibilità di effettuare eventuali cambi di destinazione d'uso)
- **DI MERCATO** (per verificare le diverse variabili che influenzano domanda ed offerta)
- **STORICO-ARTISTICHE** (per valutare notifiche da parte delle Soprintendenze, emergenze artistiche degne di conservazione, peculiarità di unicità culturale che implementino il valore dell'immobile)
- **TERRITORIALI** (per verificare le ricchezze del territorio in relazione alle altre testimonianze storico-artistiche, architettoniche, paesaggistiche e/o alle ricchezze enogastronomiche e demo-antropologiche presenti in un raggio compreso tra i 30 fino e i 50 kmq)

CON L'OBIETTIVO DI: IDENTIFICARE E DISEGNARE LA MIGLIORE FUNZIONE E/O ATTIVITÀ INSEDIABILE RILEVANDO IL MAGGIOR NUMERO DI ELEMENTI UTILI PER STIMOLARE L'ATTUALE DOMANDA NONCHÉ QUELLA POTENZIALE

Si tratta quindi di disegnare le linee guida per la successiva ri-funzionalizzazione dell'edificio.

Le indagini sono utili e propedeutiche a tutte le successive attività e possono portare ad identificare delle vie di «riqualificazione» con opere di manutenzione straordinaria, investimenti che, nel caso in cui vogliate vendere, dovrà effettuare l'acquirente...

L'importante nel caso in cui l'attuale proprietà sia intenzionata a vendere è non «trasformare» l'edificio spendendo ingenti capitali, ma identificare quelle funzioni o attività che permettano di presentare «il business insediabile» direttamente all'operatore / gestore finale, evitando quindi di dover vendere l'immobile a soggetti che necessariamente scontrerebbero proprio la mancanza di un posizionamento commerciale.



NELLA MAGGIOR PARTE DEI CASI SE L'EDIFICIO NON È LOCALIZZATO IN ZONE TURISTICHE:

- le analisi architettoniche ed urbanistiche portano ad ipotizzare funzioni ricettive

mentre

- le analisi di mercato segnalano una domanda turistica debole...

LA DOMANDA È:

come possiamo portare i turisti ad interessarsi di questa location?

LA METODOLOGIA CHE UTILIZZIAMO:

mediante le nostre analisi ed indagini territoriali identifichiamo delle azioni di **«marketing territoriale»** incentrato sull'immobile ed orientate ad amplificare **l'appetibilità della specifica location***.

*In questo modo, ad esempio, la creazione all'interno dell'immobile di un hotel o di un agriturismo risulterebbe meno rischiosa agli occhi di un potenziale investitore / gestore che, con più facilità, sarebbe invogliato ad acquisire l'operazione. La nostra attività nei confronti dell'investitore proseguirebbe su richiesta anche dopo la vendita dell'immobile assistendolo a realizzare la nostra proposta....



CONTATTI

Mobile: +39 347 48 84 481

Telefax: +39 02 89 05 73 85

Skype: info-orizzonti

info@orizzonti-re.com

E mail:

mfrigeri@orizzonti-re.com

Web site: www.orizzonti-re.com