



1

STUDIO DELLA STRATEGIA E
DELLA COMPETITIVITÀ DI
PRENDOCASA IMMOBILIARE
Il caso di un'azienda operante nel settore
immobiliare e delle costruzioni

Tesi di laurea in Economia e Management

Studente:
VINCENT RIGA

Docente:
Prof. LUIGI NASTA

ANNO ACCADEMICO 2024-2025

2

La strategia senza tattica è la via più lenta alla vittoria.
La tattica senza strategia è il rumore prima della sconfitta
– Sun Tzu, l'arte della guerra

INTRODUZIONE

L'industria immobiliare e delle costruzioni è di primaria importanza per l'economia, a livello mondiale così come in ambito nazionale. Appartiene a settori differenti e piuttosto articolati, il che richiede alle imprese un'implementazione elastica e una accurata progettualità strategica. Negli ultimi decenni, l'aumento della competizione internazionale e l'accresciuta complessità delle normative e delle tecnologie hanno comportato nuove sfide alle imprese operanti in questo settore. L'informatizzazione, la crescente richiesta di investimenti ecologici e di edifici a consumo energetico ridotto, disegnano un progresso mondiale della maturità del settore e costringono le imprese a ripensare il proprio approccio commerciale in un mercato sempre più dinamico.

Questa tesi esprime in quale modo la pianificazione strategica e in particolare le strategie competitive possano giovare ad un'impresa attiva nel campo immobiliare per superare le sfide. In questo particolare caso viene mostrato come un'impresa riesca ad analizzare le forze competitive che sono determinanti nel dominio del mercato, ad esempio, utilizzando il modello di Porter e altre analisi e come si posizioni per valutazione delle opportunità di crescita più promettenti. Il management strategico, la matrice SWOT, la catena del valore e altri strumenti permettono ai decisori delle aziende di avere un'analisi interna della loro forza e debolezza e decidere su attività strategiche chiave per migliorare la loro performance.

Inoltre, organizzazione aziendale e gestione delle risorse sono aspetti fondamentali della competitività: in un settore come il nostro, quello delle costruzioni che è capitale inteso, una buona amministrazione delle risorse finanziarie, delle risorse umane e delle risorse tecnologiche sono le variabili da cui si fa la differenza. Allo stesso modo, sperimentare nuove idee e approcci è molto importante sia nei percorsi di definizione dei progetti che nella loro costruzione per l'evoluzione delle idee più pulite e più

moderne per migliorare l'aspettativa dei portatori di interesse. Così, l'innovazione nella sua interezza strategica da investimento e mercato è un elemento centrale per la creazione e gestione di una certa competitività.

L'analisi che segue si ripromette di indagare le ragioni per le quali un'azienda immobiliare può continuare ad evolversi e crescere nel mercato nel quale è operante. In particolare, ci si soffermerà sulle conseguenze delle decisioni strategiche sulla performance dell'integrated marketing strategy al fine di mostrare la molteplicità delle conseguenze sui risultati economici della progressiva integrazione delle varie strategie d'impresa.

INDICE

INTRODUZIONE	3
INDICE	5
CAPITOLO 1 IL SETTORE IMMOBILIARE E DELLE COSTRUZIONI: CONTESTO E SFIDE COMPETITIVE	7
1.1 Panoramica del settore immobiliare e delle costruzioni in Calabria	7
1.1.1 Le principali tendenze di mercato: digitalizzazione e sostenibilità	8
1.2 Le forze competitive nel settore.....	14
1.2.1 Il modello delle cinque forze di Porter applicato al settore immobiliare .	15
1.2.2 Minaccia di nuovi entranti	18
1.3 Le cinque forze di porter riassunte	18
1.3.1 Rivalità tra i concorrenti esistenti	18
1.3.2 Minaccia di nuovi ingressi	19
1.3.3 Minaccia di prodotti o servizi sostitutivi.....	20
1.3.4 Potere contrattuale dei fornitori	21
1.3.5 Potere contrattuale dei consumatori	22
1.4 Implicazioni delle normative e politiche sul mercato immobiliare	23
CAPITOLO 2 PROFILO AZIENDALE DI PREDOCASA IMMOBILIARE: STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE.....	25
2.1 Storia e sviluppo di Prendocasa Immobiliare	25
2.1.1 Mission, visione e valori aziendali.....	25
2.2 Struttura organizzativa e governance.....	27
2.2.1 La gestione delle principali funzioni aziendali: marketing, finanza e operazioni	29
2.3 Strategie competitive e posizionamento di mercato	32
2.4 Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl	35
CAPITOLO 3 ANALISI STRATEGICA E PROSPETTIVE DI CRESCITA	38
3.1 Analisi SWOT di Prendocasa Immobiliare	38
3.1.1 Punti di forza e debolezze interne	40
3.1.2 Opportunità e minacce nel contesto di mercato	40
3.2 Innovazione e sostenibilità come leve strategiche per la crescita.....	41

3.3 Conclusioni e raccomandazioni per lo sviluppo futuro	44
CONCLUSIONI	47
BIBLIOGRAFIA	50
1. Fonti	50
2. Sussidi	50
3. Bibliografia ulteriore.....	51

Capitolo 1

IL SETTORE IMMOBILIARE E DELLE COSTRUZIONI: CONTESTO E SFIDE COMPETITIVE

1.1 Panoramica del settore immobiliare e delle costruzioni in Calabria

Nel panorama economico della Calabria, l'industria delle costruzioni e del mercato immobiliare costituiscono motivi di interesse, ma al contempo fanno emergere dei problemi insiti nel tessuto geografico, economico e sociale. La Calabria presenta invece un assetto territoriale complesso con città affacciate sul mare, centri storici e zone interne spesso periferiche; Tutti questi aspetti influiscono in maniera eterogenea sul mercato immobiliare. Tuttavia, il quadro che ne esce è composto anche da rischi che richiedono uno studio approfondito.

Le maggiori città quali Reggio Calabria, Catanzaro e Cosenza costituiscono le articolazioni più vive e attive della domanda immobiliare. Qui è più vivo il mercato per la presenza di industrie, università, economie e servizi pubblici e privati.

Il mercato commerciale è invece prevalentemente formato da uffici, negozi, strutture multifunzionali, nonostante l'economia regionale ne condiziona la possibilità di sviluppo.

Diversa è la situazione nei comuni e nelle zone interne. Questi territori – caratterizzati almeno da un patrimonio storico e culturale di grande valore – da decenni subiscono fenomeni di spopolamento. L'emigrazione verso il nord Italia o l'emigrazione all'estero ha svuotato molti centri abitati, lasciando innumerevoli immobili abbandonati o in stato di incuria. Questo fenomeno ha causato anche una sorta di stagnazione del mercato immobiliare, il cui valore medio degli immobili è apparso mediocre. Eppure, i borghi calabresi sono una risorsa importante per lo sviluppo di operatività di recupero urbano e valorizzazione patrimoniale..

Lungo le coste calabresi, la situazione cambia drasticamente. Zone come la Costa degli Dei sono poli di attrazione tanto per il turismo nazionale che per quello internazionale. In queste aree, il mercato immobiliare riesce a cogliere la domanda per seconde case e per locazioni brevi. L'economia estiva è l'attività principale, ma la stagionalità limita l'effetto del settore durante il resto dell'anno. Lo sviluppo di strutture turistiche eco sostenibili e la promozione di un turismo d'élite di buona qualità sono d'altronde alcune delle potenzialità di espansione a lungo termine.

Affrontare l'obsolescenza degli edifici è una strategia importante, soprattutto in Calabria, una regione a forte rischio sismico. Molti edifici sono stati costruiti prima degli anni '80 e non rispettano i requisiti di sicurezza antisismica e di efficienza energetica. Iniziative come il Superbonus 110% sono state utili per promuovere miglioramenti, ma spesso sono difficili da applicare per via della burocrazia.

Pertanto, investire nella riqualificazione degli edifici è una grande opportunità, sia per l'ambiente che per l'economia.

Il settore edilizio, che è molto interessante ma è anche esposto a molteplici vulnerabilità, va di pari passo con il settore immobiliare. La maggior parte delle imprese di costruzione in Calabria sono nel nostro Paese delle piccole e medie imprese familiari. Questa situazione avrebbe potuto rappresentare un ostacolo nell'affrontare i rischi legati alla gestione di grandi appalti specializzati, dove si applicano tecnologie moderne come il Building Information Modeling (BIM), le tecnologie verdi e altre innovazioni. Inoltre, la dipendenza dai sussidi statali continua a rappresentare un rischio costante per il settore.

In conclusione, il settore delle costruzioni e del mercato immobiliare in Calabria è in un contesto ad alta complessità non solo di struttura ma anche delle sfide che sono comunque di notevoli possibilità.

1.1.1 Le principali tendenze di mercato: digitalizzazione e sostenibilità

Il settore edilizio, insieme al mercato immobiliare calabrese, esprime le diverse dinamiche economiche, sociali e territoriali che lo caratterizzano. Tutto ciò opera

all'interno di uno scenario di complessità geografica, con la combinazione di paesaggi e risorse piuttosto vari in Calabria. D'altra parte, questa stessa ricchezza è al tempo stesso sovrapposta da un contesto di difficoltà strutturali e di vulnerabilità socio-economiche. Tuttavia, è da questa situazione molto impegnativa che iniziano a emergere importanti opportunità per lo sviluppo e l'innovazione, offrendo una possibilità di progresso e crescita. L'obiettivo di questo capitolo è quello di approfondire e studiare nel dettaglio le molteplici dinamiche che governano il mercato immobiliare della Calabria. Questo sarà fatto analizzando profondamente tutti i relativi punti di forza e di debolezza. Più precisamente, il capitolo delinea una visione strategica strutturata volta a contrastare le criticità che ancora affliggono il mercato immobiliare.

Il panorama immobiliare calabrese è piuttosto complesso e diversificato, sia per la sua stessa conformazione geografica che per il suo patrimonio culturale. Questo assortito tessuto territoriale - che comprende città costiere, borghi dell'entroterra con centralità storica e aree montane della periferia - determina una dinamica immobiliare diversificata, legata alle peculiarità e alle criticità tipiche di ciascuna area.

I poli urbani regionali più importanti che guidano il mercato immobiliare della Calabria sono rappresentati dalle città di Reggio Calabria, Catanzaro e Cosenza. In queste città, esistono immobili complementari molto richiesti, sia residenziali che commerciali, grazie alla presenza di università, industrie, infrastrutture pubbliche e private e anche di una struttura terziaria opportunamente sviluppata.

Il centro di queste città attrae soprattutto giovani professionisti, studenti e famiglie che creano una domanda di appartamenti moderni e funzionali, spesso destinati al mercato degli affitti. Il settore commerciale è meno sviluppato rispetto al resto d'Italia, anche se si potrebbe sottolineare un certo grado di vivacità, considerando gli uffici, i negozi e gli edifici polifunzionali presenti. Ciò è tuttavia in parte ostacolato sia dalla fragilità economica della regione sia dai problemi legati all'attrazione di capitali dall'esterno, spesso scoraggiati dalle opinioni prevalenti di incertezza economica e burocratica. Indipendentemente da questo fatto, i centri principali rimangono i nuclei più dinamici e il cuore del mercato immobiliare calabrese.

L'entroterra della Calabria ha una storia e una cultura molto radicate, ma oggi si distingue principalmente per la condizione cronica di povertà. I piccoli comuni e i centri storici hanno subito uno spopolamento strutturale negli ultimi decenni. I flussi migratori interni verso il Nord Italia o l'estero hanno lasciato numerose abitazioni nella maggior parte dei comuni abbandonate o incustodite. Ciò ha reso il livello di stagnazione peggiore nel settore immobiliare, dove il valore degli immobili scende spesso al di sotto della media nazionale, il che a sua volta non diventa attraente per investimenti futuri.

Nonostante tutto ciò, i borghi storici della Calabria sono un patrimonio che non viene ancora sfruttato. La destinazione richiederebbe sforzi mirati di rigenerazione urbana, sostenuti da politiche governative e schemi di sovvenzioni, trasformandoli in luoghi di attrazione per il turismo o la residenza. Il turismo ROOTS, rivolto agli emigrati dalla Calabria, in combinazione con il grande interesse mostrato per la vita tranquilla profondamente inserita nella natura e nei contesti storici, apre nuove possibilità. Il riutilizzo economico di strutture abbandonate potrebbe valorizzare il patrimonio culturale e naturale, trasformando queste comunità e diventando quindi un'opportunità reale e concreta per realizzare un modello di sviluppo sostenibile e inclusivo.

Molto attraenti dal punto di vista turistico, sia nazionale che internazionale, la Costa degli Dei, la Riviera dei Cedri e la Costa Viola attirano fortemente la domanda. Dall'altro lato, va sottolineato il fatto che la domanda locale è forte e legata all'affitto di case vacanza e appartamenti, unita ad ogni possibile struttura ricettiva.

Il turismo si è effettivamente ritagliato una nicchia come forte motore economico per le città costiere, dando così impulso al mercato immobiliare. Gli investitori vengono attirati dalla promessa del settore di spostare la loro attenzione sulle proprietà da utilizzare come affitti a breve termine o altri progetti di sviluppo turistico. C'è, tuttavia, un'importante limitazione: la maggior parte di queste città costiere ha attività economiche stagionali concentrate in estate e poi rimangono dormienti durante il resto dell'anno. Tutti questi eventi hanno impatti negativi sulla redditività economica dell'impresa locale e sulla sostenibilità del mercato immobiliare.

Un tema così importante andrebbe affrontato favorendo la destagionalizzazione del turismo, incoraggiando lo sviluppo di nuovi prodotti, che potrebbero comprendere eventi culturali, enogastronomici e percorsi del vino, con una tendenza al turismo naturalistico. Inoltre, la creazione di strutture ricettive ecocompatibili e di qualità potrebbe garantire un'industria turistica di livello piuttosto elevato, che potrebbe generare maggiori profitti e ricavi. A patto che queste coste fossero adeguatamente pianificate con infrastrutture e con migliori collegamenti, potrebbero diventare tra le più richieste.

Ecco perché la reale diversità del territorio calabrese rappresenta una sfida e al tempo stesso un'opportunità nel mercato immobiliare: i capoluoghi sono centrali per dinamismo economico-infrastrutturale, le aree interne, i centri storici sono ancora una risorsa da valorizzare attraverso interventi di riqualificazione urbana; e le aree costiere, ancora trainanti dal turismo, possono accrescere il loro potenziale con azioni strategiche di destagionalizzazione e sostenibilità. Ciò che deve seguire è un approccio olistico, tenendo conto dell'unicità regionale e delle caratteristiche economiche che consentano una reale inclusività ed equità in qualsiasi sviluppo avvenga nel settore immobiliare calabrese.

È uno dei problemi più rilevanti e urgenti che il settore immobiliare e delle costruzioni deve affrontare oggi nella Regione Calabria: l'obsolescenza generale del patrimonio edilizio. Gran parte di quegli edifici è stata costruita prima degli anni '80 e non rispettava né le esigenze di sicurezza sismica né quelle di efficienza energetica. La carenza è diventata una situazione piuttosto grave e pericolosa, considerando la già elevata pericolosità sismica della zona, mentre, d'altro canto, l'esigenza odierna è davvero impellente. I vari eventi tellurici che hanno avuto luogo nella storia calabrese hanno opportunamente evidenziato la vulnerabilità di molte delle strutture presenti nella regione. Questa situazione è ben lungi dall'essere prontamente superata, sottolineando l'urgente necessità di interventi mirati, accuratamente focalizzati sul miglioramento della sicurezza e della sostenibilità di quell'area.

È un intervento molto importante perché significa riqualificazione strutturale ed energetica, garantendo la sicurezza per tutti i suoi abitanti e, allo stesso tempo, riducendo l'impatto ambientale negativo che gli edifici stanno causando al nostro

pianeta. A questo proposito, i programmi di incentivazione tra cui il Superbonus al 110% si sono rivelati un'opportunità eccezionale che rappresenta un'eccezionale spinta e facilitazione per la modernizzazione e la valorizzazione del patrimonio edilizio esistente. Tuttavia, tutti questi strumenti sono molto spesso ostacolati nella loro efficace applicazione e utilizzo da una burocrazia complessa e multilivello, unita a una forte frammentazione nell'ambiente imprenditoriale locale. Quest'ultimo è costituito principalmente da un gran numero di piccole e medie imprese familiari che, a causa delle loro dimensioni e natura, sono molto spesso incapaci di acquisire il know-how tecnico e il supporto amministrativo necessari per il loro miglior funzionamento e ulteriore sviluppo.

Un'altra sfida che deve essere affrontata dal settore edile è come i cambiamenti tecnologici devono essere implementati e assorbiti in modo appropriato. Le tecnologie avanzate, come il Building Information Modeling, popolarmente noto come BIM, diverse soluzioni di edilizia ecologica e tutti gli strumenti digitali creati per scopi di progettazione e gestione della costruzione, hanno un immenso potenziale per un enorme miglioramento qualitativo e competitivo nelle aziende di questo settore. D'altro canto, e nonostante tutte le potenzialità promettenti, la mancanza di competenze tecniche specifiche tra la manodopera, insieme all'accesso limitato ai finanziamenti mirati a facilitare questi progressi, ostacolano l'ampia diffusione di innovazioni così importanti. L'impresa locale, che di solito opera su piccoli progetti e iniziative, ha bisogno di un quadro sempre più solido di supporto istituzionale, di programmi di formazione estesi e di una rete di finanziamento efficace se vuole andare avanti con le moderne tecnologie adottate. Rispondere efficacemente a queste sfide porrebbe il settore edile in Calabria al centro dello sviluppo regionale, non solo ai fini della sicurezza e della sostenibilità degli edifici situati nella regione, ma anche per la creazione di un ambiente economicamente più competitivo e resiliente in una prospettiva più ampia.

Nonostante i problemi strutturali in esso impliciti, il settore edilizio e immobiliare offre oggi importanti opportunità di sviluppo per la Calabria, grazie a interventi mirati di riqualificazione urbana, sviluppo di un turismo sostenibile e cambiamento delle metodologie costruttive in chiave ecosostenibile. Tutto ciò è una questione di

intervento proattivo e attivo delle istituzioni, decisivo nel superare i problemi burocratici e promuovere l'innovazione nel tessuto imprenditoriale regionale.

La rigenerazione urbana è l'elemento che ha contribuito maggiormente a riempire il centro storico e l'insediamento storico. L'abbandono delle strutture e il degrado di vari centri abitati richiedono attività di recupero e valorizzazione del patrimonio architettonico. Progetti come i "villaggi a 1 euro" hanno già dimostrato la loro potenzialità nell'attrarre investitori e nuovi residenti; in ogni caso, l'efficienza dipende da chiari piani di riqualificazione, con una stretta collaborazione tra settore pubblico e privato. In questa direzione, la rigenerazione economica dei borghi potrebbe consentire la creazione di nuovi tipi di posti di lavoro e favorire attività culturali, artigianali e turistiche.

Il turismo è una delle grandi industrie che contribuiscono alla crescita delle aree costiere. Lo sviluppo ecologico delle strutture turistiche e il miglioramento delle infrastrutture turistiche di qualità sono alcuni degli strumenti di base considerati per superare la stagionalità del mercato e rafforzare la stabilità economica delle aree costiere. Non tutto il potenziale turistico potrebbero essere sfruttato senza importanti sviluppi nelle infrastrutture di collegamento, come porti turistici, strade e vie di accesso interne che faciliteranno il flusso dei turisti.

Alla fine, la sostenibilità ambientale dovrebbe costituire la base di tutte le strategie di sviluppo. Nell'ammodernamento del settore edile, si dovrebbe porre particolare enfasi sulle fonti di energia rinnovabili, sui materiali con il minimo impatto ambientale e sull'applicazione di innovazioni tecnologiche che conservano l'energia. Muoversi verso metodi di costruzione più ecologici, facilitati da finanziamenti regionali ed europei, non solo contribuisce ad attenuare la pressione ambientale, ma offre anche maggiori opportunità alle imprese locali di migliorare la loro posizione competitiva nei mercati nazionali e internazionali.

Tutte queste iniziative dipendono, ovviamente, dal ruolo istituzionale svolto. La semplificazione dei processi burocratici, il facile accesso agli incentivi e ai

finanziamenti, il supporto alle piccole e medie imprese nella formazione e nell'accesso a tecnologie innovative, vanno tutti verso l'ambito che le politiche pubbliche dovrebbero affrontare. La pianificazione urbana strategica deve considerare le caratteristiche territoriali specifiche delle diverse aree ed essere orientata verso la rigenerazione delle aree interne e la gestione delle aree costiere in modo sostenibile. Può trasformare le sue debolezze in punti di forza: partendo dalla Calabria, si otterrà un modello di sviluppo inclusivo, armonioso e resiliente.

1.2 Le forze competitive nel settore

Il mercato immobiliare calabrese è un regno multicolore, mosso dall'azione di numerose forze competitive, che hanno influenze molto rilevanti sulle sue dinamiche e sulle possibili prospettive future. Tali forze derivano dalle peculiarità dell'ambiente economico e sociale regionale, nonché da quelle relative allo specifico settore in esame, dove prevalgono fortemente gli elementi geografici, demografici e infrastrutturali.

In Calabria comprendere le dinamiche competitive che dettano il mercato immobiliare è fondamentale per riconoscere le opportunità di crescita, mitigare le sfide strutturali e formulare strategie specifiche volte a rilanciare il settore. L'esistenza di centri urbani significativi che mostrano una domanda più robusta di immobili, giustapposta a una tendenza allo spopolamento nelle regioni rurali e a una sostanziale dipendenza dal turismo nelle località costiere, si traduce in un paesaggio variegato. Da questo punto di vista, le società immobiliari, gli sviluppatori e gli investitori operano all'interno di un mercato che è caratterizzato da una domanda frammentata e spesso debole, ma con alcune possibili opportunità legate ai progetti di riqualificazione urbana, oltre che allo sviluppo turistico.

Al fine di analizzare sistematicamente queste dinamiche, il modello delle cinque forze di Porter si dimostra uno strumento utilmente adeguato. Questo modello permetterà di comprendere quale di questi fattori di concorrenza sia più influente nel mercato immobiliare calabrese, suddiviso in cinque chiare categorie: rivalità tra concorrenti esistenti, potere contrattuale dei consumatori, potere contrattuale dei fornitori, minaccia di disponibilità dei sostituti e minaccia di nuovi ingressi.

L'applicazione di questo modello al contesto calabrese aiuta a contestualizzare come ciascuna forza sia in gioco nella formazione dell'industria e indichi settori in cui interventi strategici potrebbero migliorare la competitività e la sostenibilità del mercato. Il quadro di Porter individua la necessità di una politica selettiva che tenga conto anche delle problematiche individuate come caratterizzanti il mercato calabrese: la scarsa attrattività degli investimenti extra-locali, la frammentazione dell'impresa locale, la complicazione legata alla domanda di sviluppo tecnologico.

Consentirà inoltre di ricercare possibili opportunità all'interno di settori in crescita come il turismo immobiliare e la rigenerazione urbana, definendo così quegli ambiti in cui il mercato calabrese potrebbe differenziarsi o creare vantaggi competitivi. Questo quadro strategico abbraccia le cinque forze; quindi, può fornire informazioni sulle priorità d'azione globali, insieme alle opportunità di investimento, che potrebbero trasformare le vulnerabilità del settore immobiliare calabrese in potenziali vantaggi per i partecipanti e le organizzazioni del settore.

1.2.1 Il modello delle cinque forze di Porter applicato al settore immobiliare

Pertanto, il quadro delle cinque forze di Porter costituisce la base su cui può essere condotto uno studio completo delle variabili che influenzano la rivalità nel mercato immobiliare calabrese. Lo strumento è stato specificamente progettato per identificare la natura della concorrenza che opera in un particolare settore e, data la natura della domanda e dell'offerta immobiliare, che interagiscono tra loro sotto varie influenze economiche, sociali e geografiche, ha una connotazione speciale per i mercati immobiliari. Il caso della Calabria presuppone un contesto socio-economico regionale, data la configurazione geografica e il profilo dell'imprenditoria locale, che costituisce un quadro molto particolare, davvero degno di attenzione.

Gli operatori sono piuttosto competitivi, soprattutto nelle tre principali città di Reggio Calabria, Catanzaro e Cosenza. Queste municipalità metropolitane colgono la maggior parte della domanda perché possiedono università, infrastrutture e servizi pubblici e privati; Soprattutto, sono relativamente più concentrate economicamente rispetto al resto della regione. In ogni caso, la generale fragilità dell'economia calabrese, con un basso reddito medio e un'alta disoccupazione, riduce il potere

d'acquisto di molti potenziali acquirenti e, quindi, la competitività delle agenzie, degli sviluppatori e dei venditori privati. Nelle città storiche e nelle campagne la concorrenza è più debole perché la domanda è più bassa, anche se gli attori che operano in queste aree hanno anche alcune sfide specifiche da affrontare, come spesso accade quando c'è un calo della popolazione e l'abbandono delle abitazioni.

In questa regione, le dinamiche competitive sono principalmente incentrate sulla capacità di coinvolgere investitori o turisti propensi a ristrutturare immobili di rilevanza storica e culturale. Ciò richiede spesso l'inclusione di incentivi o agevolazioni all'interno delle proposte per aumentare l'attrattiva.

Per quanto riguarda il potere contrattuale nel settore immobiliare, i consumatori sono normalmente avvantaggiati in Calabria, soprattutto per le aree meno dinamiche. L'offerta è ben superiore alla domanda e, in particolare, per i borghi storici e le campagne dove lo spopolamento ha ridotto drasticamente il numero di consumatori attivi. In una situazione del genere, l'acquirente ha sicuramente la meglio in termini di contrattazione per ottenere riduzioni di prezzo o condizioni migliori. Nelle città, ad esempio, il potere di contrattazione dei consumatori si basa sulla capacità di creare instabilità finanziarie. Pertanto, i commercianti di immobili non possono gonfiare i prezzi perché potrebbero perdere probabili vendite.

Sulle coste, invece, con località turistiche come la Costa degli Dei o la Costa Viola, il potere degli acquirenti cambia a seconda delle stagioni. In altre parole, la richiesta di case secondarie o di tutte quelle proprietà che vengono affittate a breve termine aumenta il potere dell'acquirente in un'alta stagione turistica, ma lo indebolisce in periodi meno intensi a vantaggio del venditore.

In Calabria il potere contrattuale dei fornitori è piuttosto basso. La maggior parte delle aziende che si occupano di materiali da costruzione sono di piccole o medie dimensioni, hanno scarse risorse finanziarie e tecnologiche e lavorano quasi esclusivamente nei mercati locali. Un tale tessuto imprenditoriale non consente la formazione di un notevole potere contrattuale dei fornitori, sia tra imprese che hanno un'elevata concorrenza e margini di profitto molto bassi.

D'altra parte, il potere contrattuale dei fornitori qualificati in grado di fornire soluzioni competitive sia per la rigenerazione urbana che per i progetti di edilizia sostenibile potrebbe essere aumentato in futuro adottando tecnologie innovative e materiali sostenibili.

La minaccia dei prodotti sostitutivi si materializza principalmente in forme alternative di investimenti immobiliari e abitativi. Da questo punto di vista, la locazione breve – strettamente legata alla diffusione di piattaforme digitali come Airbnb – può rappresentare una valida alternativa per chi non vorrebbe acquistare un appartamento. Quest'ultima è considerata di grande rilevanza nel caso delle coste Calabresi, alla luce di come molti turisti occasionali preferiscano la formula di affittare un appartamento o una casa per periodi temporanei invece di acquistare una seconda casa.

Inoltre, il cambiamento delle abitazioni preferenziali – ad esempio, l'aumento della domanda di co-housing o di abitazioni condivise nei contesti cittadini – può mettere ulteriormente in discussione il più tradizionale mercato immobiliare calabrese, in particolare nelle città più grandi.

L'incidenza dei nuovi entranti è considerata moderata ma ancora relativamente alta. Le principali barriere critiche all'ingresso sono i problemi burocratici e la necessità di competenze e abilità specifiche necessarie per la gestione di progetti di ristrutturazione o di sviluppo all'interno della complessità territoriale della Calabria. Tuttavia, la crescente attenzione ai progetti di rinnovamento urbano e allo sviluppo dell'industria turistica nella regione potrebbe attrarre nuovi investitori, soprattutto da fuori regione, che vorrebbero capitalizzare le opportunità non realizzate presentate dal mercato immobiliare locale.

È quindi facilmente comprensibile che i nuovi operatori con operazioni innovative capaci di soluzioni di qualità e sostenibili potrebbero assicurarsi una quota di mercato sostanziale, principalmente nelle zone costiere e nei villaggi di importanza turistica. La presenza di finanziamenti e incentivi pubblici è ancora il fattore importante che

renderà possibile l'avvento di nuovi attori e garantirà una competitività sufficiente per lo sviluppo di questo settore.

1.2.2 Minaccia di nuovi entranti

La minaccia di nuovi ingressi nel mercato immobiliare calabrese è medio-alta, ma significativa. Da un lato, le nuove imprese sono ostacolate da regole e burocrazia, oltre che dal carattere diffuso dell'imprenditoria locale, costituita principalmente da piccole aziende a conduzione familiare. Inoltre, le competenze specifiche richieste, come l'utilizzo di tecnologie avanzate - ad esempio il BIM - e la gestione dei progetti di riqualificazione urbana sono difficilmente alla portata dei nuovi attori, che hanno difficoltà a competere efficacemente con gli operatori esistenti.

Un forte rinnovamento urbano e un turismo sostenibile portano da un lato nuovi investitori e sviluppatori esterni all'area, che vogliono sfruttare il potenziale non ancora utilizzato del territorio. Infatti, le iniziative per la valorizzazione dei borghi storici o per la costruzione di strutture turistiche ecosostenibili potrebbero contribuire all'ingresso di attori innovativi in grado di offrire soluzioni nuove e di qualità. Tuttavia, la scarsa accessibilità alle risorse finanziarie e la presenza di un contesto economico regionale fragile rappresentano certamente, d'altro canto, barriere di notevole importanza per i nuovi operatori rispetto alla possibilità di attrarre investimenti di ampio respiro.

1.3 Le cinque forze di porter riassunte

1.3.1 Rivalità tra i concorrenti esistenti

La concorrenza tra i concorrenti già esistenti nel mercato immobiliare calabrese è molto feroce e tagliente. Ciò è dovuto all'elevato livello di frammentazione che caratterizza questo settore in particolare. In realtà, la maggior parte dei suoi operatori è costituita da piccole imprese locali che di solito operano in un'area geografica ristretta o delimitata. Si tratta di una situazione ulteriormente aggravata da una domanda anch'essa frammentata e caratterizzata da un'eccessiva offerta di immobili

rispetto alla domanda reale esistente sul mercato. Reggio Calabria, Catanzaro e Cosenza sono le principali città cardine che rappresentano i livelli di attività più rilevanti all'interno della regione, principalmente per via dell'elevata concentrazione di popolazione, così come per la presenza di altri servizi disponibili all'interno delle città. Tuttavia, la concorrenza in queste città è rimasta molto elevata principalmente a causa dei continui problemi legati all'attrazione di nuovi investitori. Inoltre, l'instabilità economica generale che caratterizza la regione complica il processo di crescita e sviluppo.

Un altro fattore rilevante, che consente alla concorrenza che caratterizza questo mercato di crescere, è la notevole omogeneità che caratterizza l'offerta immobiliare: la maggior parte degli immobili disponibili in vendita o in affitto sono di tipologia tradizionale, il che significa che normalmente riproducono schemi molto noti e consolidati senza quelle innovazioni tecnologiche o elementi di design che possono far risaltare un particolare immobile. Inoltre, la concorrenza è ancora più feroce a causa della pressante necessità avvertita dai venditori e locatori di concludere accordi il prima possibile, che non può evitare di prevedere riduzioni di prezzo da concedere a potenziali clienti, acquirenti o inquilini. Tutte queste riduzioni di prezzo implicano necessariamente un ulteriore vincolo e limitazione dei margini di profitto che potrebbero essere raggiunti dalle imprese immobiliari. Le aziende più competitive in realtà sono quelle che concentrano in modo coerente ed efficiente le loro energie su specifiche nicchie di mercato. Ne sono un esempio i settori legati al turismo o anche quelli che si occupano di progetti di rigenerazione urbana. Si tratta di opportunità di crescita che non sono ancora state pienamente realizzate o sfruttate.

1.3.2 Minaccia di nuovi ingressi

Possiamo citare alcuni ostacoli che caratterizzano il mercato immobiliare in Calabria e che dovrebbero costituire una barriera di ingresso rilevante per qualsiasi nuovo operatore o investitore interessato a tale mercato. Prima di tutto, c'è un grave problema burocratico che complica qualsiasi operazione di acquisto di un immobile e di ottenere le autorizzazioni necessarie. Oltre a questo, l'accesso ai finanziamenti è limitato, il che complica la ricerca di fondi per coprire l'investimento iniziale di qualsiasi nuovo arrivato. Oltre a queste caratteristiche, c'è spesso la sensazione che

questa regione possieda un basso appeal economico, scoraggiando ulteriormente qualsiasi persona o azienda dall'esplorare opportunità di investimento qui. In ogni caso, ci sono preziose opportunità in settori specifici. Il turismo immobiliare è tra questi, offrendo un potenziale eccezionale per attirare qualsiasi investitore che mira a costruire strutture turistiche di alta classe o residenze estive di lusso lungo l'affascinante costa della Calabria. Rappresenterebbe un'opportunità unica che un nuovo operatore del settore o un player di nicchia potrebbe trovare molto accattivante per cogliere gli incentivi pubblici per progetti di rigenerazione urbana o per lo sviluppo di altri progetti immobiliari sostenibili, nonostante tutti i problemi che si possono incontrare. Consente inoltre al nuovo operatore di adottare e implementare le più recenti tecnologie innovative, come le applicazioni per la casa intelligente e la tecnologia di costruzione modulare, e quindi si differenzia dagli operatori storici, generalmente legati a metodi e approcci costruttivi più tradizionali. In ogni caso, i nuovi operatori devono rimanere consapevoli del fatto che la domanda economicamente scarsa e frammentata può essere raggiunta solo attraverso l'attuazione di strategie mirate contro le probabilità di un mercato duro e altamente competitivo.

1.3.3 Minaccia di prodotti o servizi sostitutivi

Attualmente, i sostituti sono una minaccia più reale e seria per il mercato immobiliare in Calabria, in particolare, nel quadro di un centro urbano e di aree turistiche. Il sostituto più importante è l'affitto a lungo termine, che è un'alternativa sempre più disponibile per molti gruppi, soprattutto per i giovani, le famiglie di fasce di reddito medio e basso che non possono sostenere l'onere di acquistare una casa. Questa è una tendenza molto visibile, alimentata e supportata dalla generale instabilità economica regionale che alla fine rende il processo di affitto di un immobile più praticabile e accessibile rispetto al costo a volte irraggiungibile dell'acquisto di immobili. Nel settore del turismo dinamico, sono state proposte diverse soluzioni che costituiscono una migliore alternativa alle seconde case; tra queste, gli affitti a breve termine-eseplificati in modo più vivido da artisti del calibro di Airbnb-stanno rapidamente guadagnando popolarità. In effetti, tali opzioni rimuovono efficacemente la necessità per le persone e le famiglie di acquistare proprietà stagionali, che

potrebbero trascorrere la maggior parte dell'anno senza occupazione. A sua volta, il rispettivo quadro oggi è tale che molte opzioni tradizionali sono afflitte dalla mancanza di infrastrutture moderne, tecnologie all'avanguardia e quindi spesso appaiono molto meno attraenti rispetto alle opzioni alternative più innovative e contemporanee. Si riferisce alle varie opzioni modulari per abitazioni temporanee o case prefabbricate ecologicamente compatibili che forniscono non solo velocità ma anche sostenibilità, soddisfacendo quindi una crescente domanda di soluzioni progressive quando si tratta di alloggi. È l'altra faccia di questa minaccia, però, che può essere mantenuta abbastanza bene solo dalla proattività da parte degli operatori del mercato attraverso investimenti in una molteplicità di progetti che corrispondono esattamente a queste nuove esigenze emergenti, aumentando così la qualità e migliorando la sostenibilità degli immobili offerti sul mercato.

1.3.4 Potere contrattuale dei fornitori

I fornitori di vari materiali da costruzione e servizi per l'area calabrese hanno un moderato potere contrattuale nel mercato immobiliare; in casi specifici, tuttavia, questo potere può diventare critico. In ogni caso, la rete di fornitori è estremamente frammentata a livello locale e quindi potrebbe influenzare in modo significativo il contesto operativo del mercato immobiliare. La dipendenza da input di terze parti - come materiali da costruzione di alta qualità o soluzioni tecnologiche altamente avanzate - può aumentare il costo di approvvigionamento per qualsiasi operatore immobiliare disposto a controllare il budget disponibile il più possibile. Questo caso è ancora peggiore dal momento che i poteri negoziali delle piccole imprese locali sono minimi. Questi ultimi non possono beneficiare di economie di grandi dimensioni per ridurre i costi e aumentare la loro posizione competitiva sul mercato.

Tuttavia, questo mercato non pone solo una serie di sfide, ma anche alcune buone opportunità per i fornitori. Ad esempio, la tendenza verso l'edilizia sostenibile e un crescente interesse in questo senso potrebbero favorire un crescente bisogno di forniture di materiali più ecologici o innovativi. Di conseguenza, la posizione dei fornitori specializzati in questo settore potrebbe migliorare. Le società immobiliari che scelgono fornitori che offrono loro la capacità di ridurre i costi ma allo stesso tempo migliorare la loro offerta tecnologica saranno ben posizionate per raggiungere la

competitività in quello che si rivela essere un mercato ostile. Questo rafforzamento della catena del valore locale potrebbe avere effetti a lungo termine nel ridurre al minimo la dipendenza dall'esterno, aumentando così la sostenibilità olistica del mercato.

1.3.5 Potere contrattuale dei consumatori

In Calabria, il potere contrattuale dei consumatori è molto forte, e tale situazione è determinata principalmente da un grande surplus di beni immobili rispetto alla domanda reale esistente sul mercato. I consumatori hanno più alternative tra le molte proprietà disponibili, e questo costringe gli operatori che sono coinvolti nel settore immobiliare a ridurre i loro prezzi o aggiornare il livello dei loro servizi al fine di attirare un gran numero di potenziali acquirenti in modo efficace. Tale fenomeno è particolarmente evidente sia nelle città che nelle campagne della Calabria, dove un progressivo spopolamento ha ridotto la domanda locale di case e, al tempo stesso, peggiorato tale situazione. D'altra parte, i clienti delle comunità costiere e dei resort tendono ad essere caratterizzati da un livello relativamente basso di potere contrattuale. Ciò è particolarmente vero durante i periodi di punta dell'anno in cui la domanda di alloggi aumenta e qualsiasi accesso disponibile a proprietà di qualità diventerebbe più limitato e scarso. Al di là di questa tendenza, i clienti di oggi cercano non solo proprietà altamente tecnologiche ma anche altamente sostenibili. Questo insieme di mutevoli esigenze e preferenze sta mettendo ulteriore stress sugli sviluppatori, che sono costretti ad adattare e cambiare i loro prodotti per soddisfare queste esigenze emergenti e di nuova formazione. Al contrario, gli operatori immobiliari che saranno in grado di distinguersi dai concorrenti grazie a un progetto di riqualificazione urbana, miglioramento delle infrastrutture, o semplicemente utilizzando tecnologie innovative, avranno la possibilità di ridurre drasticamente il potere contrattuale dei consumatori. Questo tipo di differenziazione può dare a tale proprietà l'opportunità di rivendicare un valore più elevato nel mercato, poiché i suoi valori saranno stati meglio riconosciuti.

1.4 Implicazioni delle normative e politiche sul mercato immobiliare

Sono, più precisamente, le istituzioni normative e politiche a livello europeo, nazionale e regionale a determinare la maggiore influenza nel modificare le pratiche e le scelte strategiche degli operatori di entrambi i settori in Calabria. Il quadro normativo menzionato contribuisce a determinare importanti sviluppi nel settore, il che crea una serie di sfide e opportunità per una regione caratterizzata da elevati livelli di disparità territoriali e strutturali. Ulteriori discussioni seguiranno di seguito.

La Calabria è sicuramente una delle regioni con il più alto rischio sismico dell'Italia, per questo sono state emanate leggi e regole molto severe per quanto riguarda la sicurezza edilizia. La regolamentazione antisismica costituisce un passaggio fondamentale durante la progettazione e la costruzione di nuovi edifici residenziali o durante la ristrutturazione di quelli preesistenti. Questo scenario spinge i costruttori a creare nuove tecnologie e metodologie che potrebbero raggiungere il livello di sicurezza richiesto. Le organizzazioni specializzate in edilizia antisismica traggono enormi vantaggi dal business, poiché la necessità di ristrutturazione esiste all'interno dell'intero patrimonio architettonico calabrese.

Programmi come il Superbonus 110% hanno dato una forte spinta al mercato immobiliare in Calabria, consentendo investimenti significativi per la ristrutturazione di singole case residenziali e complessi per renderli più efficienti dal punto di vista energetico. Mentre le suddette agevolazioni fiscali, da un lato, sono state viste come un'opportunità senza precedenti per migliorare i livelli di qualità e aumentare la produzione edilizia, hanno anche garantito, dall'altro lato, che la natura labirintica e confusa per quanto riguarda la durata degli incentivi e nei loro stessi dettagli di esecuzione abbia contribuito a destabilizzare il mercato. La legislazione europea ha una disposizione che consente l'adozione di elevati standard di efficienza energetica nei settori dell'edilizia adottando l'iniziativa Green Deal, tra gli altri. Questi programmi hanno lo scopo di limitare le emissioni di carbonio e realizzare edifici ecocompatibili attraverso un sistema rinnovabile e anche materiali da costruzione innocui per l'ambiente.

Questa è una grande sfida per la Calabria perché molti edifici sono vecchi e in cattive condizioni; nel frattempo, questa è anche una fantastica opportunità per sviluppare il mercato immobiliare locale e renderlo competitivo e attrattivo. Ciò che conta davvero ed è un importante motore è la rigenerazione urbana, perché questa potenzia il rinnovamento del mercato immobiliare in Calabria, aumentando l'importanza dei borghi storici e dei centri minori. L'uso di fondi pubblici per creare beni storico-culturali apre nuove prospettive di sviluppo, favorendo processi di restauro e valorizzazione. Tali tipologie di interventi aggiungono valore non solo al patrimonio immobiliare, ma promuovono anche lo sviluppo turistico e culturale per la crescita economica locale. In altre parole, le misure normative devono essere affiancate da strategie regionali e locali se si vuole ottenere un vero successo. Infatti, nel caso della regione Calabria, ciò che diventa indispensabile è che tali misure a livello nazionale ed europeo siano integrate da interventi mirati, considerando il contesto territoriale e le esigenze specifiche della popolazione locale. Infatti, un progetto urbano sostenibile potrebbe essere uno dei motori essenziali per lo sviluppo sostenibile del mercato immobiliare in Calabria.

Capitolo 2

PROFILO AZIENDALE DI PRENDOCASA IMMOBILIARE: STRATEGIA E ORGANIZZAZIONE

2.1 Storia e sviluppo di Prendocasa Immobiliare

Prendocasa Immobiliare nasce per innovare nel mercato immobiliare, con un unico obiettivo: rendere l'acquisto, la vendita e l'affitto di un appartamento o di una casa facile, più trasparente e altamente personalizzato. Fin dagli esordi si è distinta per l'interpretazione delle esigenze dei clienti, offrendo loro soluzioni personalizzate, unendo professionalità e innovazione.

All'inizio, l'azienda si è concentrata sul mercato locale, poi ha costruito prestigio con l'attenzione ai dettagli e ai servizi di qualità; In seguito, ha ampliato il campo d'azione della sua attività. Grato per i nuovi strumenti tecnologici come le visite virtuali e le piattaforme online, oggi affronta tutte le nuove sfide del mercato emergente e rende più facile un'esperienza immobiliare per i suoi clienti. Ha inoltre inculcato pratiche responsabili incorporando pratiche ecosostenibili nella sua gestione e nella promozione di proprietà ecologiche.

Grazie a questi sviluppi, insieme al continuo miglioramento delle competenze, Prendocasa Immobiliare è diventata il punto di riferimento per tutti i clienti che cercano professionalità, efficacia e soluzioni su misura nell'ambito del settore immobiliare.

2.1.1 *Mission, visione e valori aziendali*

In generale, Prendocasa mira a rendere l'accesso al mercato immobiliare più facile e fattibile a chiunque, prestando chiarezza, professionalità e approccio orientato al cliente a tutti i servizi offerti. Non limita i suoi sforzi a mera conclusione di affari, ma cerca di diventare una guida e un supporto per i clienti in ogni fase. Un approccio, completamente da mettere in atto, sarà quello di rendere l'esperienza immobiliare

fluida, completamente senza problemi; acquisti complicati o vendite saranno fatti con facilità e fiducia dai clienti.

L'obiettivo è che Prendocasa possa essere considerata l'indiscusso leader di mercato nel settore immobiliare, grazie in gran parte all'innovazione tecnologica unita all'attenzione per una gestione attenta e sostenibile. L'azienda prevede la nascita di un nuovo mercato, non più solo accessibile ma anche molto moderno, in cui tecnologia ed etica si fonderanno nella miscela ideale per creare valore aggiunto a favore del cliente e della società in generale. Nel lungo periodo, Prendocasa intende dare un contributo eccezionale alla valorizzazione del contesto urbano, sviluppando al contempo un mercato immobiliare responsabile ed efficiente a beneficio di tutti gli interessati.

Trasparenza, innovazione, centralità del cliente, sostenibilità ed etica professionale sono i valori al centro dell'azienda. La trasparenza caratterizza tutte le interazioni personali con i vari clienti. Ciò assicura che le decisioni in ogni fase del processo negoziale possano essere prese con la dovuta considerazione e deliberazione. L'innovazione è un altro ingrediente chiave di questo percorso, scandito da interventi strategici attraverso l'adozione dell'ultima serie di strumenti digitali e migliorare la customer experience. Dunque, è tutto praticamente lasciato alla discrezione dei clienti sui cui bisogni viene posto uno sforzo diligente, sia come individui che in aziende.

È nella sostenibilità che si colloca il cuore di Prendocasa, diretta all'adozione di pratiche innovative rispettose dell'ambiente e dalla valorizzazione del patrimonio immobiliare. Uno dei cardini più rilevanti che costituiscono la filosofia aziendale è l'etica professionale, una di quelle chiavi di volta su cui operano i principi guida affinché l'impresa conduca la propria attività con integrità, con un alto grado di competenza e con grande rispetto; quindi, consolidare e gestire-in piena armonia-ogni rapporto di fiducia con stimati clienti e partner.

Con questi valori, integrati da una missione ben definita e da una visione ispiratrice, Prendocasa Immobiliare è destinata a fornire un'esperienza unica, innovativa e

socialmente responsabile. Un tale impegno, infatti, contribuisce in modo significativo all'intera trasformazione positiva del settore immobiliare, che aspira alla valorizzazione dell'integrità e della funzionalità a tutti gli effetti.

2.2 Struttura organizzativa e governance

La struttura organizzativa adottata da Prendocasa Immobiliare sembra ben pensata in modo da fornire e favorire l'efficienza operativa e la flessibilità strategica. La società specifica opera sotto il modello gerarchico-funzionale, consentendo quindi una facile divisione delle attività tra le varie sezioni che compongono l'azienda, mantenendo una chiara catena di flusso di comando che aiuta nelle prestazioni dell'organizzazione. In ogni area operativa, c'è una persona come manager che ha la responsabilità di gestire e guidare le attività del suo gruppo sottordinato. D'altra parte, la direzione generale incarna una responsabilità di alto livello per quanto riguarda il controllo della direzione strategica che deve essere seguita dall'organizzazione sulle prestazioni aziendali in generale.

Ciò che rende la struttura organizzativa di Prendocasa così forte è fondamentalmente la sua straordinaria capacità di promuovere efficacemente la collaborazione interfunzionale tra i suoi diversi dipartimenti. Sebbene vi sia una sistematica divisione delle responsabilità tra i vari dipartimenti di marketing, finanza, operazioni, risorse umane e gestione dei clienti all'interno dell'azienda, la comunicazione aperta e l'allineamento delle funzioni strategiche sono seriamente messi in pratica. Questo non solo rende ogni decisione ottimale, ma accelera anche il processo di risoluzione dei problemi nel momento in cui sorge un problema. Inoltre, tutto ciò che l'organizzazione compie è diretto alla grande missione dell'azienda, rafforzando così il suo impegno verso gli obiettivi principali.

Per quanto riguarda la governance, Prendocasa unisce in un'unica struttura la leadership aziendale centralizzata con la disposizione diffusa delle funzioni operative. Il punto focale di questo sistema, in altre parole, è il Comitato di Direzione Generale,

presieduto dall'Amministratore Delegato e composto dai principali responsabili delle principali funzioni strategiche; ognuno ha la stessa responsabilità di base:

Gli obiettivi a lungo termine dovrebbero essere stabiliti e dichiarati.

- Monitoraggio delle prestazioni dell'azienda basato sull'utilizzo di indicatori chiave di performance.

- Fornire supervisione e gestione attraverso la distribuzione e l'assegnazione di risorse finanziarie e capitale umano nell'organizzazione.

- Adesione ai valori aziendali stabiliti.

Il modello in discussione assicurerebbe un sistema di gestione agile e responsabile in cui le decisioni strategiche al vertice siano in corretto allineamento con pratiche di gestione operativa efficaci ed efficienti.

Una caratteristica importante della struttura aziendale di Prendocasa è sicuramente l'adozione strategica e l'implementazione di strumenti digitali avanzati necessari per il potenziamento dei processi gestionali interni. Il software avanzato "project management" è ampiamente utilizzato per monitorare e regolare le attività e i flussi di lavoro, eseguiti da diversi team che operano nel contesto dell'organizzazione, consentendo il rafforzamento delle capacità di pianificazione generale nel pieno rispetto delle scadenze definite. Inoltre, l'adozione di software di business intelligence e di analisi dei dati consentirà al management di monitorare in tempo reale le performance dell'azienda e individuare tempestivamente ulteriori aree da considerare e fornire una risposta rapida ed efficace a qualsiasi fluttuazione del mercato.

Pertanto, con lo sviluppo di piattaforme digitali integrate, ogni reparto diventa in grado di avere informazioni dall'organizzazione in un unico luogo e debitamente aggiornato, aumentando il livello di trasparenza e collaborazione tra i vari team. Esempio:

- Il marketing può anche avere accesso a tutti i dati finanziari necessari per condurre un'analisi approfondita del ritorno sull'investimento, meglio noto come ROI, sulle campagne pubblicitarie lanciate da questo team.

- Le operazioni possono cooperare strettamente e supportare il reparto vendite nella sua ricerca di una migliore gestione della negoziazione del cliente.

Le risorse umane possono anche registrare i progressi dei dipendenti e metterli in corsi di formazione mirati pertinenti a tempo debito.

Prendocasa introduce, allo stesso tempo, un ambiente di lavoro dinamico e orientato al risultato, che investe nella formazione continua del proprio personale e crea una cultura aziendale di apertura verso la comunicazione e l'innovazione. L'organigramma è orientato allo sviluppo dei talenti interni con percorsi di crescita professionale che consentono loro di essere protagonisti motivati nel successo dell'azienda. In ultima analisi, le pratiche di governance di Prendocasa sono singolarmente impressionanti perché sono profondamente radicate nell'etica aziendale e nella sostenibilità. Ogni singola decisione presa all'interno della struttura organizzativa è stata attentamente allineata ai valori fondamentali che l'azienda ha adottato durante la sua nascita, tra cui una lunga lista di valori fondamentali come la trasparenza, l'innovazione e l'inesorabile attenzione alla soddisfazione del cliente. Questa miscela efficace di una configurazione organizzativa fortemente organizzata e politiche di governance responsabile consentono all'azienda di rispondere con rapido riscontro e acume alle varie sfide del mercato, assicurando e rafforzando contemporaneamente la sua posizione di leader nel settore immobiliare fortemente competitivo.

2.2.1 La gestione delle principali funzioni aziendali: marketing, finanza e operazioni

In sintesi, Prendocasa si distingue in un contesto di mercato competitivo basato su un approccio sano e integrato nella gestione dei processi di core business: marketing, finanza e operations. Tutti e tre i pilastri sono coordinati e non solo sono in sintonia tra loro, ma assicurano anche che l'intero sistema funzioni senza intoppi e in armonia con tutto il resto. La sinergia voluta è necessaria per realizzare obiettivi strategici nel modo più efficiente e produttivo e, soprattutto, sarà indispensabile per realizzare la soddisfazione del cliente ad ogni livello. Ogni funzione opera in modo molto specializzato, perfezionando l'arte, ma è l'armonia nel coordinamento che ci permetterà

davvero di realizzare un grande valore, lavorare all'interno dei nostri mezzi e far fronte alle mutevoli esigenze del mercato.

Allo stesso tempo, il marketing è la spina dorsale di tutta la campagna di crescita e pubblicità sviluppata da Prendocasa. L'intera campagna si baserà sul successo di questa sezione. È desiderosa di lavorare nell'ottica del posizionamento competitivo all'interno del mercato-per aumentare non solo la consapevolezza del marchio, ma per catturare qualsiasi tipo di nuovi consumatori. A questo proposito, l'area marketing svolge una pratica multi-tool mettendo insieme in armonia la pubblicità tradizionale e le sponsorizzazioni locali con quelle digitali più moderne e innovative, integrate in SEO, content marketing e social media marketing. Dovrà essere duplice: da un lato, il rafforzamento dell'immagine dell'azienda come punto di riferimento nel settore immobiliare; dall'altro, la creazione di lead qualificati che possono essere trasformati in vendite dalla direzione operativa.

La cosa più impressionante e notevole dei media di marketing di Prendocasa è l'alto grado di accuratezza che trattano i dati e analizzano la tendenza. Inoltre, utilizzando strumenti avanzati di business intelligence insieme a sofisticati software di analisi, il team di professionisti di Prendocasa non tiene traccia solo del comportamento dei clienti, ma anche delle fluttuazioni o dei cambiamenti all'interno del contesto di mercato e quindi potrebbe adeguare tempestivamente o controllare le sue attività di marketing in base alle esigenze. Cioè, ad esempio, i dati dettagliati raccolti relativi ai gusti o alle preferenze consentono loro di adattare gli annunci al gusto di ciascun cliente, il che serve a offrire una comunicazione pubblica di qualità e ad aumentare il tasso di conversione in generale.

Prendocasa presta grande attenzione a trattare le proprie risorse economiche in modo responsabile e saggio, di pari passo con la massima cura nella pianificazione strategica a lungo termine. Il dipartimento finanza è importante e supporta fortemente ogni attività in azienda, tendendo prontamente affinché ogni singola azione sia praticabile e redditizia nel lungo periodo. Il budgeting si presenta come uno dei coinvolgimenti forti e importanti di tutte le funzioni all'interno dell'azienda per assicurarsi una buona allocazione delle risorse e utilizzarle nella migliore forma

possibile. Dà molta importanza anche al monitoraggio del flusso di cassa, osservando e seguendo da vicino tutti i tipi di dati per aree di miglioramento o opportunità di investimento. Il lavoro di questo dipartimento comprende anche la gestione e la cura dei rapporti con le istituzioni bancarie e finanziarie. perché il mantenimento dell'affidabilità dell'accesso alle linee di credito e ai finanziamenti strategici richiede questo tipo di attenzione. Ciò diventa fondamentale per garantire che non solo i progetti di espansione, ma anche i progetti appena avviati all'interno dell'organizzazione possano essere pienamente soddisfatti.

La funzione operativa deve essere il cuore stesso di ogni attività che si svolge quotidianamente in Prendocasa.

Rappresenta il dipartimento in costante contatto con i clienti per tutti gli aspetti riguardanti l'affare immobiliare, a partire dalla prima consulenza fino alla chiusura dell'affare. Questo è davvero un team molto specializzato, che lavora in modo molto orientato al cliente per mantenerlo desiderato e curato da ogni punto di vista. La gestione delle operazioni può essere accompagnata attraverso strumenti tecnologici avanzati come il software CRM e la gestione delle vendite, che consentiranno il monitoraggio in loco dello stato di un accordo e il coordinamento degli eventi in modo efficiente.

La particolarità del reparto operativo è la sua capacità di aderire alle esigenze di ciascuno dei suoi clienti. Consulenti immobiliari a supporto, per esempio, in grado di gestire ogni passo attraverso ciò che riguarda l'acquisto, la vendita o l'affitto di una proprietà. Tutti questi piccoli tocchi nei servizi che fornisce, aggiunti alla velocità e alla trasparenza, confermano il prestigio dell'azienda.

Il vero potere del modello di gestione di Prendocasa deriva fundamentalmente dall'interrelazione tra i suoi dipartimenti marketing, finanza e operazioni. Ciò significa che vi è una stretta comunicazione tra queste diverse aree in modo che le eventuali attività svolte siano ben allineate al raggiungimento degli obiettivi strategici generali che sono stati stabiliti dalla società. I dati di mercato raccolti dal team di marketing

saranno utilizzati dal team operativo per sviluppare ulteriormente e migliorare l'esperienza dei clienti. Inoltre, il dipartimento delle finanze collabora con i dipartimenti marketing e operation per garantire che tutte le iniziative intraprese non siano solo innovative, ma anche economicamente valide per considerazioni a lungo termine.

L'integrazione di varie funzioni aziendali all'interno dell'organizzazione faciliterà ulteriormente una maggiore efficienza e una risposta rapida a qualsiasi cambiamento delle condizioni di mercato e delle contingenze. In un settore competitivo e dinamico come quello immobiliare, questa eccezionale capacità di adattarsi rapidamente a nuove situazioni offre un vantaggio considerevole grazie al quale l'azienda sarà in grado di mantenere la leadership di mercato e allo stesso tempo offrire la migliore qualità del servizio possibile ai suoi preziosi clienti in ogni momento.

È proprio questa stretta ed efficace integrazione tra marketing, finanza e operations che consente a Prendocasa di affrontare il mercato in modo ordinato e dinamico. Ad esempio, in pratica, ogni aspetto delle analisi relative al feedback dei clienti e alla valorizzazione delle strategie promozionali vede il team marketing supportato dal dipartimento operations, mentre, per ogni decisione presa in tal senso, c'è anche il team finance, che fornisce tutti i dati necessari sia al team operations che al dipartimento marketing per valutare la redditività generale delle sue varie attività. La cooperazione e l'interazione dei diversi elementi si traducono in una comunità aziendale ben connessa e integrata che lavora in tandem per raggiungere la strategia organizzativa. Questo rafforza notevolmente la capacità di Prendocasa non solo di rispondere prontamente alle nuove sfide che si presentano sul mercato, ma anche di fornire un altissimo livello di qualità del servizio ai propri clienti.

2.3 Strategie competitive e posizionamento di mercato

Operando in un contesto molto competitivo del mercato immobiliare, Prendocasa Immobiliare ha una strategia ben articolata, che unisce specializzazione, innovazione e un acuto orientamento alla soddisfazione del cliente. Fondamentalmente, l'intero

concetto si basa su tre pilastri di business: profonda e dettagliata conoscenza delle dinamiche del mercato locale, uso strategico di tecnologie avanzate per una maggiore efficienza e miglioramento dei servizi erogati, e servizio clienti personalizzato rispetto alle particolari esigenze di ogni singolo cliente. Questi elementi trovano forte sostegno in un valido e fermo impegno per la sostenibilità, che interpreta in modo attivo le esigenze emergenti di un mercato sempre più sensibile, attento alle questioni ambientali, oltre che ai valori etici.

La specializzazione locale potrebbe essere considerata come una delle principali potenze delle attività aziendali. Investe un'enorme quantità di denaro e di sforzi nello svolgimento di ricerche approfondite sui diversi mercati in modo continuo al fine di aggiornare qualsiasi sviluppo recente, incluso il follow-up dell'offerta e della domanda, l'evoluzione del valore di mercato degli immobili e la legislazione locale che può influenzare la loro strategia.

Questa attenzione alla comprensione delle condizioni locali consente a Prendocasa di conoscere da vicino e in dettaglio le diverse dinamiche territoriali, consentendole, di conseguenza, di dare una consulenza altamente mirata ai propri clienti, proponendo soluzioni su misura in grado di soddisfare pienamente le esigenze del cliente nel dettaglio. Grazie a una strategia così ponderata, i clienti possono sempre contare su Prendocasa come partner affidabile e consapevole della complessità del contesto in cui i clienti svolgono la loro attività, consolidando così nel tempo la fiducia e arricchendo la soddisfazione generale relativa ai servizi erogati. Ancora una volta, grazie alla qualità della conoscenza acquisita a livello locale, Prendocasa è stata in grado di intercettare nuove opportunità di mercato con largo anticipo e prima di chiunque altro, posizionandosi così strategicamente in una posizione vantaggiosa rispetto ai suoi concorrenti sul mercato. L'innovazione digitale rappresenta un aspetto della strategia competitiva generale di Prendocasa sul mercato. In quanto tale, ha investito molto in tecnologie avanzate, sia nel processo operativo per migliorare l'efficienza sia nel migliorare il feeling del servizio. Tra le soluzioni più innovative di cui Prendocasa si avvale, spicca il virtual tour. Di norma, questa opzione consente ai possibili clienti di fare un giro nel settore immobiliare senza uscire di casa. Inoltre, sta utilizzando

piattaforme online di gestione dell'offerta digitale create per facilitare il processo di assunzione delle decisioni per un possibile acquirente e venditore in modo più rapido. L'intelligenza artificiale porta valutazioni immobiliari sempre più precise e personalizzate e trasforma l'affidabilità in decisioni informate del cliente quando si tratta della scelta della loro proprietà. L'adozione di questo approccio consente a Prendocasa di supervisionare le performance aziendali in tempo reale e, con grande efficacia, di individuare le aree critiche di miglioramento e di accelerare i cambiamenti necessari a causa della dinamicità del mercato.

Con Prendocasa, la strategia di posizionamento ruota davvero attorno al servizio clienti. L'azienda farà ogni possibile sforzo per adattare e personalizzare ogni singolo dettaglio del processo di vendita e acquisto in modo tale da porre le esigenze del cliente al centro di ogni possibile azione intrapresa. In questo approccio premuroso, si raggiunge un alto livello per quanto riguarda le caratteristiche principali che caratterizzano l'esperienza, che includono: immediatezza, continuità di supporto e attenzione ai dettagli. La collaborazione professionale da parte dei consulenti immobiliari di Prendocasa avviene con il cliente in ogni fase del processo di acquisto, dalla selezione dell'immobile fino all'effettiva sottoscrizione del rogito. Il fatto stesso di creare e mantenere relazioni a lungo termine con i clienti parla dell'entità del vantaggio competitivo. Questo approccio avrà quindi un duplice impatto: distinguerà chiaramente Prendocasa dai suoi numerosi concorrenti e consoliderà ulteriormente la sua reputazione di entità affidabile e orientata alla qualità.

Altra particolarità distintiva del posizionamento Prendocasa è la stretta adesione al principio di sostenibilità. Dalla promozione di una serie di pratiche cosiddette ecologiche nella sua strategia di gestione interna all'offerta di un ampio portafoglio di proprietà ecologiche ai clienti. Ciò significa l'aggiornamento globale del settore immobiliare, effettuato con scrupolosa attenzione ai principi di efficienza energetica, con grande cura nell'applicazione di tecnologie innovative con risultati sostenibili. Inoltre, l'impatto ambientale di tutte le attività svolte dall'Azienda è strettamente monitorato. Oggi la sostenibilità non può più essere vista come valore aggiunto,

piuttosto come una risposta realistica alla crescente pressione esercitata da clienti socialmente consapevoli e attenti all'ambiente.

In questo senso Prendocasa assume il ruolo di impresa moderna, responsabile e capace di rispondere alle esigenze attuali senza rinunciare a quelle del futuro. Grazie a questa potente e strategica combinazione di specializzazione locale, innovazione tecnologica di ultima generazione, buona qualità del servizio al cliente e grande attenzione alle questioni di sostenibilità, Prendocasa Immobiliare è oggi in grado di attrarre un target diversificato di molteplici tipologie -tutto ciò che, inoltre, sarebbe in grado di rispondere in modo efficace e tempestivo alle numerose sfide che il dinamico settore immobiliare pone. Emerge come un partner affidabile e innovativo, capace non solo di proporre valore aggiunto ma anche soluzioni concrete ed efficienti in grado di soddisfare le richieste di un cliente molto sensibile ed esigente. Il risultato di questo posizionamento sarà una strategia competitiva ben definita in tutti i suoi dettagli, che consentirà a Prendocasa di consolidare la propria leadership nel mercato pur continuando la propria crescita, potendo affrontare e superare le sfide future.

2.4 Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl

Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl è lo sviluppo strategico delle attuali attività di Prendocasa Immobiliare con un ingresso volontario nel settore delle costruzioni, con un obiettivo ben definito di fornire alloggi di qualità superiore. Le soluzioni sono sapientemente elaborate per rispondere alle moderne esigenze abitative di oggi ma allo stesso tempo per mantenere un equilibrio estetico e funzionale ad accesso economico per un'ampia categoria di clienti. Questa azienda si distingue sul mercato per la sua straordinaria capacità di affrontare progetti grandi ed esigenti. Grande attenzione è rivolta all'innovazione e all'efficienza ad ogni livello operativo.

Il più recente sviluppo è un notevole complesso residenziale composto da 13 appartamenti privati. Si trova in una delle migliori posizioni; la zona può essere caratterizzata come molto attraente e desiderabile per vivere. Il costo di costruzione di questo notevole progetto è di circa 1,2 milioni di euro, a testimonianza del serio

investimento che l'azienda ha intrapreso. Costi così elevati significano certamente non solo il forte impegno ma anche il modo in cui Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl ha fatto del suo meglio per mantenere tutti gli standard molto elevati-dal design e dalla qualità dei materiali utilizzati alla sostenibilità-e allo stesso tempo ha mantenuto il prodotto competitivo nei costi sul mercato.

Gli appartamenti, ciascuno di circa 50 metri quadrati più una veranda di 15 metri quadrati, sono stati progettati con l'intenzione di massimizzare la funzionalità di ogni spazio disponibile per garantire un elevato livello di comfort per i loro occupanti. Tali appartamenti, al prezzo di circa 135.000 euro esclusi gli arredi, sono molto convenienti per giovani coppie e piccole famiglie che necessitano di una casa moderna e funzionale adatta al loro stile di vita. La casa offre anche un unico ed esclusivo attico di circa 100 mq. Si tratta di un lussuoso attico dal prezzo di 400.000,000 euro per coloro che sono disposti a investire in una casa prestigiosa e di classe con grandi spazi abitativi combinati con finiture di alto livello e di alta qualità.

Il progetto ha molte esigenze costruttive onerose, dal punto di vista edilizio, che dovevano essere attentamente considerate e pianificate. Tra questi vi è la necessità di garantire una qualità di prim'ordine, assicurando allo stesso tempo che i costi non aumentassero oltre i costi di bilancio preordinati. I materiali e i metodi di costruzione da utilizzare in tutto l'edificio sono stati determinati da analisi approfondite dei costi rispetto ai rendimenti attesi, con un occhio rivolto a garantire che la struttura fosse duratura garantendo il minimo danno all'ambiente naturale. La sostenibilità, infatti, è solo un precetto assolutamente fondamentale di questo progetto, in quanto la residenza è stata progettata in modo intelligente con una forte predisposizione all'efficienza energetica. Ci si riferisce, naturalmente, alla costruzione della casa da zero con isolamento termico avanzato, infissi che hanno il minor impatto ambientale, e prevedono impianti fotovoltaici per migliorare i mezzi di sussistenza sostenibili.

Questa operazione ha rappresentato non solo un equilibrio esemplare tra ottimizzazione dei costi e produzione di alta qualità, ma ha anche portato a risultati finanziari positivi per l'azienda in generale. Più precisamente, il progetto è in grado di raggiungere un prezzo medio di vendita, correttamente calcolato rispetto alla domanda locale e al valore del prodotto fornito, ottenendo così un margine di profitto molto ragionevole che paga sostanzialmente per l'attività. Tenuto conto del valore

complessivo del costo di costruzione, pari a 1,2 milioni di euro, e dei ricavi previsti attesi dalle vendite degli immobili interessati relativi al progetto, è abbastanza chiaro che il progetto costituisce un'operazione redditizia. Questo accordo non solo fornisce un buon business per Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl, ma aiuta anche a rafforzare la sua posizione nel mercato competitivo del settore.

Oltre al rilevante punto di vista economico, il progetto è stato un'importante azione di consolidamento e rafforzamento della buona reputazione di Prendocasa come noto sinonimo di qualità e innovazione nel competitivo mercato immobiliare. La residenza si presenta come una sintesi perfetta e armoniosa combinazione di modernità e sostenibilità, rappresentando il risultato che sottolinea chiaramente la sorprendente capacità dell'azienda di gestire efficacemente grandi progetti senza mai perdere di vista o disattendere le esigenze essenziali e le aspettative dei futuri residenti.

Questo mega-progetto conferma la posizione e il ruolo che Prendocasa Immobiliare Costruzioni Srl svolge nel contesto competitivo del mercato immobiliare. Capace di superare qualsiasi ostacolo che si presenta lungo il percorso della costruzione, trasforma ogni ostacolo in un'opportunità. Gettar solide basi per un maggiore sviluppo e crescita garantendo valore aggiunto ai possibili acquirenti.

Capitolo 3

ANALISI STRATEGICA E PROSPETTIVE DI CRESCITA

3.1 Analisi SWOT di Prendocasa Immobiliare

Prendocasa Immobiliare gode di una buona reputazione nel mercato locale, che è stata acquisita nel tempo ed è stata supportata da una rete di relazioni tra i clienti e l'azienda. Questa rappresenta infatti una delle capacità più salienti dello studio, in grado di acquisire valore grazie ad un servizio di qualità e ad una eccezionale capacità di effettuare servizi di consulenza su misura con professionalità e competenza, garantite dal personale. Oltre a questo, c'è anche l'uso di tecnologie di soluzioni digitali di facile utilizzo, grazie alle quali è possibile navigare facilmente nel portafoglio immobiliare, condurre ricerche mirate e acquisire ulteriori dettagli sulle proprietà. L'ampia diversificazione del portafoglio consente all'agenzia di attrarre una clientela eterogenea; riduce la dipendenza relativa a un solo segmento di mercato.

Questa analisi interna, tuttavia, mette in evidenza diversi punti deboli che potrebbero frenare la crescita e lo sviluppo dell'azienda. La forte dipendenza dal mercato locale costituisce un altro fattore di vulnerabilità; le possibili influenze di crisi economiche, cambiamenti demografici e domanda immobiliare all'interno della stessa area potrebbero anche influenzare le prestazioni. In secondo luogo, nonostante l'adozione di alcuni strumenti digitali di base, nessun approccio strutturato all'innovazione è stato sviluppato da Prendocasa Immobiliare. Infatti, l'assenza di un sistematico processo di aggiornamento e integrazione delle tecnologie emergenti espone la competitività a gravi rischi in un business in cui i grandi operatori digitali stanno cambiando le attuali regole del gioco. Inoltre, anche i processi operativi tradizionali, ormai consolidati, richiedono un'ulteriore automazione e digitalizzazione per garantire una riduzione dei tempi e dei costi migliorando al contempo la customer experience. Un'altra criticità riguarda la totale mancanza di un approccio strategico alla sostenibilità. In un mercato immobiliare sempre più sensibile alla bioedilizia e

all'efficienza energetica, una tale carenza non può che minare la capacità dell'agenzia di rispondere alle nuove esigenze dei clienti e renderla diversa dalla concorrenza.

L'analisi del contesto esterno evidenzia notevoli opportunità che Prendocasa Immobiliare può cogliere per rafforzare la propria posizione e ampliare il raggio d'azione. L'aumento della domanda di bioedilizia, grazie alla maggiore sensibilità dei consumatori alle tematiche ambientali e alle favorevoli normative fiscali, rappresenta una concreta opportunità di sviluppo. Posizionarsi come leader nella promozione e vendita di immobili a basso impatto ambientale significherebbe intercettare un target in via di sviluppo, oltre a guadagnare un significativo apprezzamento sociale dell'immagine aziendale. Un'altra opportunità strategica è legata all'innovazione tecnologica: realtà virtuale e potenziata per rendere immersive le visite immobiliari; blockchain per la gestione sicura dei contratti; e sistemi di intelligenza artificiale per l'analisi dei dati di mercato miglioreranno fortemente l'erogazione dei servizi e l'efficienza delle operazioni. Inoltre, lo sviluppo in particolare del segmento degli affitti brevi destinati ai turisti, rappresenta ancora un'opportunità che può essere colta, fornendo un'ulteriore diversificazione del modello aziendale.

Tuttavia, non mancano le minacce: la concorrenza con le piattaforme online globali (tutti i grandi portali immobiliari), compresi i mercati digitali, rappresenta una grande minaccia per le agenzie locali a causa della grande differenza tra elevate risorse operative e scalabilità del loro modello di business. C'è poi la volatilità del mercato immobiliare, solitamente legata a fattori macroeconomici come la crisi finanziaria, l'inflazione o le variazioni dei tassi di interesse; questo aumenterà il livello di rischio, specialmente in un contesto economico variabile. Ci saranno anche cambiamenti normativi, soprattutto in termini di efficienza energetica e processi di acquisto e vendita, che potrebbero creare maggiori costi legati all'adattamento, aumentando la pressione sulle strutture operative.

Prendocasa Immobiliare si trova in un punto strategico, con solide basi da cui partire per accogliere le sfide del futuro. Da qui nasce il suo segreto per il successo: bilanciare i suoi punti di forza con la determinazione proattiva su innovazione e

sostenibilità, per cogliere nuove opportunità e ridurre i rischi attraverso una strategia flessibile, adatta a scenari mutevoli nel lungo periodo.

3.1.1 Punti di forza e debolezze interne

Prendocasa Real Estate vanta una reputazione acquisita e sviluppata negli anni, rappresentando così un punto di riferimento per il mercato immobiliare locale. Il rapporto immediato sviluppato con i clienti, unito al positivo passaparola, fa sì che l'agenzia goda di quel grado di fiducia rappresentativa di un vantaggio competitivo nei confronti delle agenzie new entry. In questo senso, unisce la professionalità del personale con un *team* competente e capace che offre una consulenza personalizzata in base alle esigenze di ogni particolare cliente.

Inoltre, una piattaforma digitale intuitiva rende piacevole l'ingombrante ricerca di immobili, gestendola e razionalizzandola attraverso un'esperienza piacevole per l'acquirente. Infine, la diversificazione del proprio portafoglio, riguardante immobili residenziali e commerciali di diverse categorie di prezzo, consente la soddisfazione di un numero davvero elevato di esigenze, riducendo la dipendenza da un solo segmento di mercato.

Oltre a questi punti di forza debitamente presi in considerazione, è anche opportuno notare una serie di punti deboli che ridurrebbero le prospettive di sviluppo per l'Agenzia: in primo luogo, una forte dipendenza dal mercato locale espone l'azienda a cambiamenti economici negativi in quell'area. Gli strumenti digitali sono già applicati in questa agenzia; tuttavia, manca la strategia di innovazione sistematica che include l'aggiornamento periodico e il miglioramento continuo delle tecnologie in uso. In generale, i processi operativi interni sono saldamente ancorati alla tradizione; quindi, vi è un significativo margine di miglioramento attraverso l'automatizzazione e la digitalizzazione. Infine, la sostenibilità non è ancora stata integrata nell'attività. Questa carenza potrebbe significare un'ulteriore limitazione all'interno di un mercato sempre più orientato al verde.

3.1.2 Opportunità e minacce nel contesto di mercato

L'ambiente di mercato ha una serie di opportunità che potrebbero essere estese a Takehome Real Estate. In primo luogo, i consumatori sono sempre più interessati alle soluzioni green e, quindi, questa rappresenta un'opportunità per l'agenzia di appropinquarsi nella vendita e nella locazione di immobili con certificazione energetica e tecnologie sostenibili. Allo stesso modo, le partnership strategiche per l'espansione con costruttori, piattaforme digitali o aziende specializzate nel marketing immobiliare aumenterebbero i clienti ed espanderebbero la visibilità del marchio. Più strade sono aperte dalle innovazioni tecnologiche, come la VR per le visite virtuali o la blockchain per rappresentare transazioni sicure e più veloci. Ultimo ma non meno importante, il mercato degli affitti è in costante crescita, soprattutto per affitti a breve termine o per esigenze particolari, come nel caso di studenti e professionisti; si aprono nuove strade per il suo sviluppo.

D'altra parte, il business immobiliare può affrontare una quantità significativa di minacce. In primo luogo, c'è ancora una grande concorrenza proveniente dalle piattaforme online, che sono molto più maneggevoli e più accessibili. Inoltre, il settore immobiliare è altamente esposto alle fluttuazioni del mercato a causa di diversi fattori macroeconomici e politici. Le modifiche legislative, vale a dire le nuove e più severe leggi sull'efficienza energetica o sulle modalità di acquisto e vendita, possono comportare costi aggiuntivi. Infine, le conseguenze dell'inflazione e degli alti tassi di interesse sulle capacità di acquisto dei consumatori potrebbero ridurre il livello delle vendite.

3.2 Innovazione e sostenibilità come leve strategiche per la crescita

Innovazione e sostenibilità rappresentano due delle leve fondamentali che garantiscono crescita e competitività di Prendocasa in un settore immobiliare in continua evoluzione. Le tecnologie avanzate e l'integrazione della sostenibilità non sono più opzioni ma imperativi strategici che dovranno necessariamente essere perseguiti per affrontare le sfide del mercato attuale insieme alla crescita delle aspettative dei consumatori.

Efficienza operativa ed esperienza del cliente sono interconnesse e possono essere potenziate attraverso uno degli strumenti più importanti: l'innovazione tecnologica. Questo potrebbe essere fornito da un sistema di gestione integrato su base AI, come un software CRM avanzato. L'eventuale introduzione di strumenti VR e AR potrebbe rivoluzionare il modo in cui la proprietà viene presentata ai clienti, che potrebbero avere l'opportunità di effettuare una visita immersiva senza alcun ostacolo, né logistico né temporale, direttamente da casa.

Un'altra area in cui l'innovazione potrebbe essere portata è l'utilizzo di tecnologie come la blockchain. Questa tecnologia garantisce transazioni sicure e trasparenti, grazie a contratti intelligenti che rendono l'acquisto e la vendita più facili, veloci e meno rischiosi, riducendo i tempi burocratici. L'analisi avanzata dei dati di mercato, grazie ai sistemi di analisi dei big data, va di pari passo. Questi strumenti tecnologici renderebbero l'attività più efficiente e darebbero un vantaggio competitivo, consolidando al contempo l'immagine innovativa dell'agenzia immobiliare.

La sostenibilità sta diventando un tema sempre più considerato dai consumatori nelle loro scelte, sia alimentari che immobiliari. Prendocasa potrebbe essere all'avanguardia anche in questo senso, proponendo attivamente alloggi che vantano certificazioni energetiche avanzate di classe A e superiori e fornendo una consulenza specifica a chi vuole fare un investimento in immobili ecologicamente sostenibili. L'inserimento di questo tipo di immobili nel proprio portafoglio sarebbe in sintonia con le richieste dei clienti sensibili alle tematiche ambientali e creerebbe valore per l'agenzia stessa.

Da un punto di vista interno, Prendocasa potrebbe adottare una serie di iniziative verdi per ridurre il proprio impatto ambientale. Tra queste, l'utilizzo di energie rinnovabili per l'alimentazione degli uffici, la digitalizzazione dei documenti per eliminare gli sprechi di carta e l'introduzione di politiche aziendali eco-compatibili, come la raccolta differenziata e l'utilizzo di materiali sostenibili. Questi interventi non

solo contribuirebbero a migliorare l'efficienza operativa, ma rafforzerebbero anche la reputazione dell'agenzia come attore responsabile e impegnato nella sostenibilità.

Il vero vantaggio strategico deriva dalla capacità di integrare innovazione e sostenibilità in un unico approccio sinergico. Ad esempio, l'uso della realtà virtuale non solo migliora l'esperienza del cliente, ma riduce anche l'impatto ambientale degli spostamenti per visitare le proprietà. Allo stesso modo, la blockchain può essere utilizzata non solo per semplificare le transazioni, ma anche per tracciare l'origine dei materiali utilizzati nella costruzione degli immobili green, garantendo una totale trasparenza ai clienti.

Inoltre, l'agenzia potrebbe essere resa ancora più forte come promotrice del cambiamento rafforzando le attività educative e di sensibilizzazione. Si dovrebbero realizzare workshop o seminari per clienti e produttori per aumentare la conoscenza delle tecnologie innovative con opzioni sostenibili, sensibilizzando e consolidando il rapporto di fiducia con il marchio. Queste attività potrebbero essere comunicate attraverso campagne sui social media e sull'azienda.

Infine, innovazione e sostenibilità sono obiettivi che non vanno separati, ma uniti in un'unica strategia di ampio respiro. Per la prima volta, Prendocasa Immobiliare ha l'opportunità di guidare questo cambiamento nel settore integrando tecnologie all'avanguardia e pratiche sostenibili, aggiungendo valore ai clienti e assicurando una solida crescita a lungo termine.

3.2.1 Collaborazione e partnership strategiche per l'innovazione e la sostenibilità

I mattoni fondamentali di questa trasformazione potrebbero essere le partnership strategiche: Prendocasa Immobiliare sarà in grado di collaborare con aziende tecnologiche nello sviluppo di soluzioni digitali sempre più innovative, dalle piattaforme di visita virtuale alla valutazione immobiliare attraverso l'intelligenza artificiale. In tal modo, la partnership con costruttori specializzati nell'edilizia sostenibile consentirà di ampliare il portafoglio legato alle green property con soluzioni in grado di soddisfare le normative vigenti e le richieste dei clienti. Infine, le

partnership con università o altri organismi di ricerca consentiranno l'accesso a conoscenze specialistiche e stimoleranno l'innovazione continua. Sarebbe un approccio integrato che permetterà a Prendocasa Immobiliare di realizzare appieno il suo sogno di essere un agente di cambiamento all'interno del mercato immobiliare.

3.3 Raccomandazioni per lo sviluppo futuro

L'analisi svolta colloca Prendocasa Immobiliare in una posizione privilegiata per affrontare le sfide e cogliere le opportunità offerte dal mercato immobiliare odierno. Questa agenzia poggia su solide fondamenta composte dalla qualità del servizio, dalla diversificazione del portafoglio e dalla buona reputazione locale. Ora è pronta a intraprendere un percorso di evoluzione strategica in cui innovazione e sostenibilità rappresentano le leve fondamentali dello sviluppo. Inoltre, il consolidamento e la crescita della sua posizione nel settore non saranno possibili senza un approccio proattivo e prospettico alle nuove esigenze emergenti dei clienti e per prevedere i cambiamenti del mercato.

Il rafforzamento digitale dovrebbe venire prima: richiede investimenti in strumenti e piattaforme tecnologiche che si concentrano sul miglioramento dell'efficienza interna e dell'esperienza del cliente. Sistemi di gestione all'avanguardia ottimizzeranno le attività quotidiane rendendo più semplice la gestione quotidiana dei contatti e migliore la tracciabilità delle trattative. Questi ultimi metodi di CRM, basati sull'intelligenza artificiale, sono una vera opportunità da cogliere. Parallelamente, le esperienze di realtà virtuale e aumentata offriranno una nuova esperienza spettacolare per i clienti, che saranno in grado di vedere gli immobili in modo avanzato e molto realistico. L'implementazione di questo tipo di strumento si tradurrebbe in una migliore qualità del servizio ma anche in un raggio d'azione più ampio, rendendo l'agenzia più accessibile ai clienti non locali.

L'implementazione delle tecnologie blockchain insieme ai contratti intelligenti significa molta più trasparenza e sicurezza in relazione alle transazioni, il che aumenta la fiducia dei clienti e rende tutti i processi di negoziazione più fluidi. Inoltre,

attraverso l'analisi dei big data, l'azienda sarà in grado di avere accesso a fonti migliori di informazioni più qualitative su tendenze e interessi nel mercato immobiliare.

Nel frattempo, l'orientamento strategico per la sostenibilità è una delle leve di base che presenta il futuro di Prendocasa Immobiliare. L'agenzia deve interessarsi molto alle offerte immobiliari ecologiche che integrano il portafoglio esistente con edifici a risparmio energetico con certificazione ambientale. Tale posizionamento si adatterà a un numero crescente di persone in cerca di soluzioni sostenibili, tra cui una crescente base di clienti che sarà altamente sensibile sia alle preoccupazioni ambientali che sociali. Dall'interno, Prendocasa istituirà politiche aziendali ecologiche come la digitalizzazione dei documenti, la fornitura di energia rinnovabile per gli uffici o la sensibilizzazione del personale su quanto siano essenziali le pratiche sostenibili. Tutti questi interventi non solo riducono l'impatto ambientale dell'azienda, ma ne rafforzano anche la reputazione di attori responsabili e innovativi.

Nell'aumentare il suo impatto e accelerare il processo di innovazione e renderlo sostenibile, Prendocasa dovrebbe costruire una rete di partnership strategiche. Le partnership sviluppate con aziende tecnologiche di alto livello, costruttori di edifici sostenibili, università e organizzazioni non profit garantirebbero un ampio accesso a competenze avanzate, nuove risorse e opportunità di mercato. Tali partnership aumenterebbero ulteriormente la capacità innovativa dell'agenzia, ma offrirebbero anche un contributo alla creazione di un ecosistema collaborativo da cui può essere creato valore per tutti gli attori coinvolti.

Infine, mentre definisce le strategie future, Prendocasa Immobiliare dovrà adattarsi con un approccio flessibile e dinamico. Con un monitoraggio continuo delle tendenze di mercato, delle preferenze dei clienti e dei cambiamenti nelle normative, l'agenzia dovrebbe reagire immediatamente e adattarsi a qualsiasi cambiamento si verifichi, preservando al contempo il suo vantaggio competitivo. Inoltre, la diversificazione, sia in termini geografici che settoriali, potrebbe essere una strategia molto importante per diversificare le fonti di reddito e quindi migliorare la resilienza. Altri nuovi segmenti

di mercato da esplorare sono il turismo immobiliare e gli affitti a breve termine per studenti e professionisti.

Incorporando innovazione e sostenibilità in una visione strategica chiara e audace, il futuro di Prendocasa Immobiliare sarà abilitato. Ciò sarà ulteriormente realizzato con l'applicazione di tecnologie avanzate, la ricerca di pratiche sostenibili e l'istituzione di alleanze strategiche, che consentono all'agenzia di rafforzare la propria presenza sul mercato, rispondendo in modo efficace ai cambiamenti che il futuro potrebbe portare e garantire una crescita stabile a lungo termine. Tale percorso garantirà la creazione di valore non solo per i clienti e la comunità, ma migliorerà anche l'identità dell'agenzia come leader immobiliare innovativo e responsabile.

CONCLUSIONI

La ricerca svolta ha messo in evidenza la possibile evoluzione e crescita di una azienda immobiliare utilizzando strumenti moderni, come la pianificazione strategica e integrando efficacemente le proprie strategie di impresa.

Come emerge dallo studio, si può notare che il settore immobiliare è caratterizzato da una forte competitività nonché dalla continua evoluzione delle tecnologie e delle normative di settore.

Le strategie integrate di Marketing (Integrated Marketing Strategy) consentono alle imprese di gestire le risorse in maniera innovativa improntando il lavoro verso la sostenibilità.

L'utilizzo di strumenti come il modello delle cinque forze di Porter, l'analisi SWOT e la catena del valore dimostrano come un'impresa immobiliare si possa posizionare con successo nel mercato.

Per affrontare le sfide del settore, lo studio ha evidenziato che è molto importante gestire efficacemente le risorse aziendali, finanziarie e umane.

L'analisi strategica elaborata da Prendocasa Immobiliare mostra che l'azienda ha consolidato efficacemente la propria posizione nel settore immobiliare e delle costruzioni attraverso una sinergia tra eccellenza dei servizi, innovazione tecnologica e diversificazione del portafoglio. Tuttavia, nuove sfide e opportunità sorgono con il mercato di riferimento e un modello strategico flessibile e lungimirante deve essere adottato in considerazione di esse.

Un elemento chiave derivato dall'analisi è l'innovazione tecnologica come fonte di competitività. Gli strumenti più recenti come la realtà virtuale, la realtà aumentata e l'intelligenza artificiale CRM possono contribuire enormemente a migliorare le esperienze di acquisto e semplificare i processi interni. L'implementazione della tecnologia blockchain per l'elaborazione sicura delle transazioni è un'ulteriore

opportunità di differenziazione nel mercato, generando maggiore trasparenza e fiducia con gli acquirenti.

Allo stesso tempo, pensare in termini di sostenibilità sta diventando sempre più parte della pianificazione aziendale. L'offerta immobiliare ampliata verso soluzioni ecocompatibili, come edifici con certificazione a basso impatto ambientale e incorporazione con tecnologia verde, non solo risponde alla crescente domanda, ma è una fonte di differenziazione competitiva per il posizionamento per l'azienda. In relazione, la digitalizzazione dei processi, la riduzione al minimo dello smaltimento non necessario e la messa in pratica di politiche aziendali ecologiche rappresentano strumenti chiave per l'efficienza operativa e il rafforzamento della reputazione aziendale.

Inoltre, una caratteristica fondamentale per il successo di Prendocasa Immobiliare è l'adattabilità strategica. L'ambiente immobiliare è caratterizzato da tendenze in rapida evoluzione della domanda degli acquirenti, modifiche legislative e comportamenti di mercato incerti. Il monitoraggio di tali fattori con costante osservazione e adattabilità consentirà alla società di mantenere lo slancio competitivo e capitalizzare il potenziale di crescita emergente.

In conclusione, la direzione futura di Prendocasa Immobiliare è subordinata alla sua capacità di integrare miglioramenti tecnologici, implementare approcci rispettosi dell'ambiente e introdurre strategie flessibili in una piattaforma moderna e duratura. È solo attraverso una tale piattaforma che l'istituzione può consolidare la sua posizione nel mercato, espandere la sua proposta di valore per i suoi clienti e rafforzare il ruolo dell'istituzione nelle offerte immobiliari.

Si può concludere sostenendo che l'integrazione delle strategie aziendali e l'utilizzo di nuovi strumenti moderni e rivolti verso la sostenibilità influisce in maniera positiva direttamente sui risultati economici e sul mercato aziendale nel lungo periodo.

L'investimento adatto per le aziende e in particolare quelle leader nel mercato immobiliare, dunque, si deve incentrare sulla strategia con processi innovativi e

sostenibili, non deve soffermarsi unicamente sull'accrescere la propria posizione nel mercato, ma contribuire allo sviluppo complessivo del settore immobiliare.

La flessibilità strategica implementa dunque la capacità di un'azienda di crescere nel tempo, insieme all'adozione di nuove tecnologie e alla valorizzazione di un marketing proiettato verso il cliente.

BIBLIOGRAFIA

1. Fonti

Ansoff H. I., *Corporate Strategy*, McGraw-Hill, New York 1965.

Barney J. B., *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Pearson, New York 2010.

Chandler A. D., *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*, Harvard University Press, Cambridge 1977.

Christensen C. M., *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*, Harvard Business Review Press, Boston 2003.

Drucker P. F., *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper & Row, New York 1973.

Ghemawat P., *Strategy and the Business Landscape*, Pearson, New York 2018.

Hamel G., Prahalad C. K., *Competing for the Future*, Harvard Business Review Press, Boston 1994.

Kaplan R. S., Norton D. P., *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*, Harvard Business Review Press, Boston 2004.

Mintzberg H., *The Rise and Fall of Strategic Planning*, Free Press, New York 1994.

Osterwalder A., Pigneur Y., *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*, Wiley, Hoboken 2014.

2. Sussidi

Bryson J. M., *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*, John Wiley & Sons, New York 2018.

Freeman R. E., *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Cambridge University Press, Cambridge 2010.

Hitt M. A., Ireland R. D., Hoskisson R. E., *Strategic Management: Competitiveness & Globalization*, Cengage Learning, Boston 2020.

Osterwalder A., Pigneur Y., *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley, Hoboken 2010.

Pencarelli T., *Innovazione e sostenibilità: nuove sfide per le imprese*, Il Mulino, Bologna 2019.

Rispoli M., Tamma M., *Innovazione nel settore delle costruzioni: impatti su competitività e sostenibilità*, in *Rivista Italiana di Management*, annata 2019, fascicolo 1, pp. 75-95.

Rumelt R. P., *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*, Crown Business, New York 2011.

Salvioni D. M., *Corporate Governance, Controllo e Strategie di Sostenibilità*, Giappichelli, Torino 2018.

Teece D. J., *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*, Oxford University Press, Oxford 2018.

3. Bibliografia ulteriore

Ball M., *Markets and Institutions in Real Estate and Construction*, Routledge, London 2006.

Barney J. B., *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, in *Journal of Management*, vol. 17, n. 1, 1991, pp. 99-120.

Chandler A. D., *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*, MIT Press, Cambridge 1962.

Christensen C. M., *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business Review Press, Boston 1997.

De Marchi V., Di Maria E., Micelli S., *Environmental Strategies, Upgrading and Competitive Advantage in Global Value Chains*, in *Business Strategy and the Environment*, annata 2013, fascicolo 1, pp. 62-72.

Dixon T., *Real Estate and Sustainability: Understanding the Built Environment*, Routledge, London 2019.

Elkington J., *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford 1997.

Geltner D., Miller N., Clayton J., Eichholtz P., *Commercial Real Estate Analysis & Investments*, Cengage Learning, Boston 2013.

Kim W. C., Mauborgne R., *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Harvard Business Review Press, Boston 2005.

Ling D. C., Archer W. R., *Real Estate Principles: A Value Approach*, McGraw-Hill, New York 2017.

McKinsey & Company, *The Future of Real Estate: The Impact of Digitalization and AI on the Market*, Report 2022.

Mintzberg H., *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management*, Free Press, New York 2005.

Porter M. E., Kramer M. R., *Creating Shared Value*, in *Harvard Business Review*, vol. 89, n. 1/2, 2011, pp. 62-77.

Ratcliffe J., Stubbs M., Shepherd M., *Urban Planning and Real Estate Development*, Routledge, London 2009.

UNEP, *Global Status Report for Buildings and Construction: Towards a Zero-Emission, Efficient and Resilient Buildings and Construction Sector*, United Nations Environment Programme, 2021.