

PAMBIANCO MAGAZINE

DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELL'ARREDO E DELL'ARCHITETTURA

ATTUALITÀ

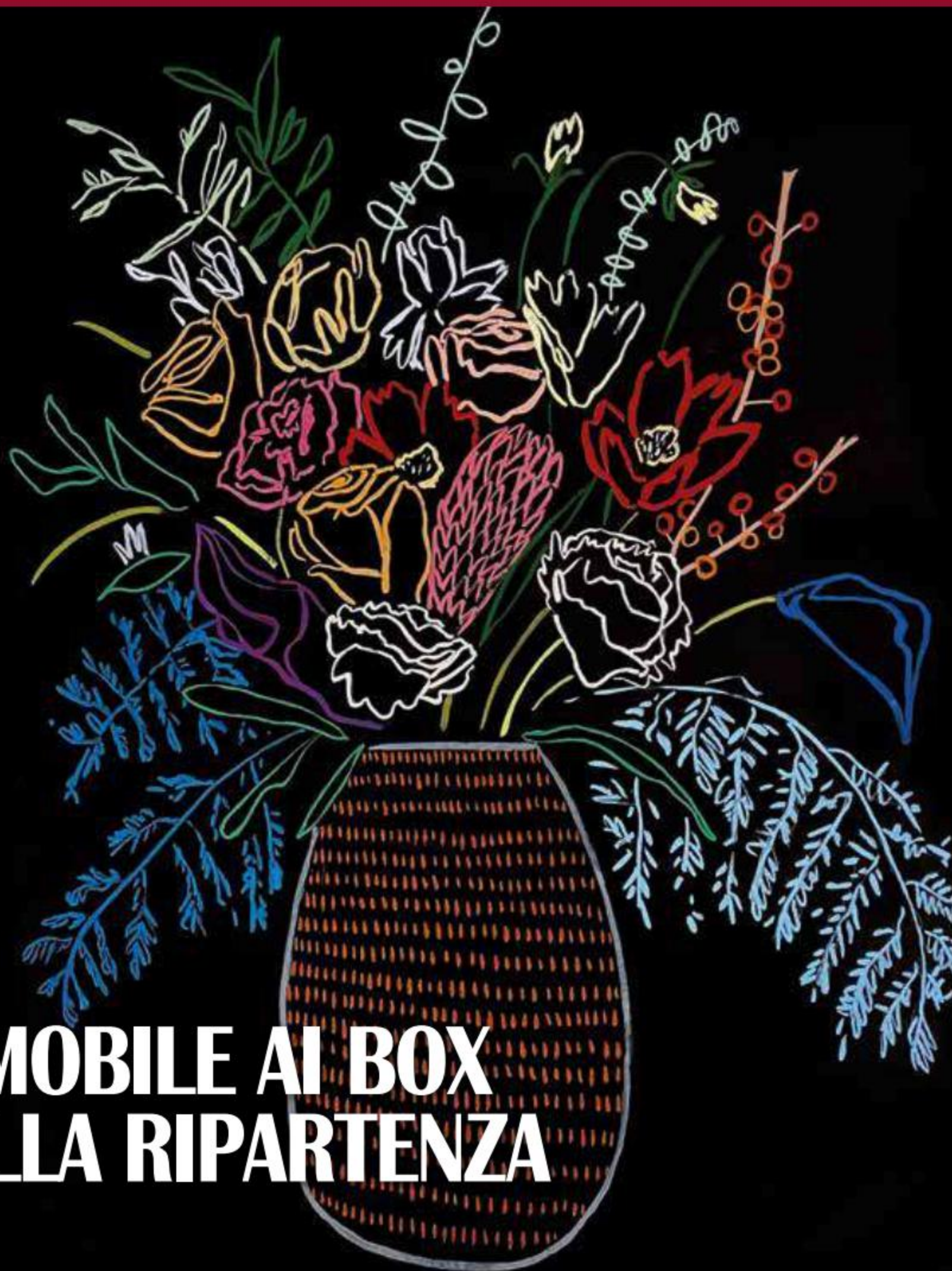
Le priorità del comparto
arredo

ANALISI

Luce, cresce il decorativo

SOSTENIBILITÀ

Certificazioni, un freno
all'export



IL MOBILE AI BOX DELLA RIPARTENZA



Showroom di Milano Contract District in via Melloni

di Paola Cassola

Milano Contract District, hub 'scalabile' dell'**HOME DESIGN** in continua **EVOLUZIONE**

Il modello di business, ormai consolidatosi, è pensato per integrare l'home design alla filiera del RE residenziale offrendo servizi e soluzioni dedicate all'industria delle costruzioni attraverso 'pop-up store' concepiti per far convertire la customer experience in proposta di acquisto.

Continua a evolversi, anche in tempi di Covid, Milano Contract District, la piattaforma mirata al Design Contract che, con base nei 1.700 metri quadrati in centro a Milano, serve ormai lungo lo stivale il Real Estate con soluzioni complete e integrate di interior e di fit-out, in partnership con esclusivi brand del made in Italy (www.contract-district.com).

L'idea, nata nel 2010 e concretizzatasi nell'apertura dello spazio di via Guicciardini nel 2016, vede alla guida il fondatore Lorenzo Pascucci che ha saputo traghettare il suo modello di business anche attraverso la pandemia accelerando sul digitale e crescendo sul mercato domestico, anticipando i tempi con una visione dinamica della casa lanciata già nel 2018: More+Space.

"La pandemia non ha cambiato i parametri dei nostri servizi - esordisce l'imprenditore - anzi, ha confermato la coerenza e validità del nostro modello rivolto al real estate, ambito che non ha subito flessioni importanti nonostante il periodo". In un momento in cui vigono limitazioni agli spostamenti, il "servizio" è diventato ancor più strategico e l'inedita offerta di MCD nel canale delle nuove costruzioni sta dando i suoi frutti rimanendo fedele a sé stesso. "Nel 2018 abbiamo lanciato anche More+Space, la design platform pensata per il micro-living - racconta Pascucci - anche se con la pandemia abbiamo registrato un 'freeze' del prodotto a reddito, per lo spostamento temporale di un ritorno alla normalità che contempra i passati flussi turistici e di business con preferenza di appartamenti short-rent rispetto agli hotel. È aumentata, invece, la domanda di spazi flessibili, in grado di accogliere di giorno smartworking o homeschooling ma che di notte tornino ad essere vere e proprie stanze per dormire senza compromessi su comfort. Con More+Space siamo stati in grado di proporre sin dai primi market insight delle risposte

innovative di stanze con spazi trasformabili che mutano nel corso del giorno, costruendo layout inediti basati su soluzioni dinamiche di arredo". Grazie anche a questa nuova business unit, MCD dopo la menzione d'onore nell'ambito dell'edizione 2018 del Compasso d'oro, ha ottenuto anche il riconoscimento tra le startup più avanguardiste dall'osservatorio Proptech del Politecnico di Milano. Nella logica di un continuo aggiornamento, la 'design platform' ha di recente riorganizzato in parte anche lo store-format milanese (aperto sempre e solo su appuntamento ed esclusivamente agli operatori del real estate e agli acquirenti delle operazioni immobiliari) integrando in organico molte nuove risorse che, grazie ad un approccio "growth mindset" e ad una academy interna dedicata a progettisti, interior designer e project manager, permette all'azienda di incardinare il capitale umano di MCD in procedure e percorsi di lavoro mirati al pieno traguardo della soddisfazione dei clienti sia business che consumers. MCD è dunque un modello strettamente legato alla filiera virtuosa del real estate del territorio milanese ma che l'imprenditore considera scalabile in altri contesti, seppur con una formula 'sui generis'. "Abbiamo creato un team interno dedicato allo sviluppo di onsite Pop-up Store che progettiamo e ricostruiamo chiavi in mano laddove ci si presenti un'operazione immobiliare con caratteristiche di numeriche, di target e di posizionamento adatti al nostro modello di business: dei veri e propri concept store 'pop-up' temporanei su superfici tra i 100 e i 300 metri quadrati capaci di riprodurre suggestioni domestiche ed in grado di ingaggiare i clienti rappresentando la qualità del futuro prodotto immobiliare per vendere su carta meglio e più in fretta". Non si tratta di una clonazione del modello 'master' ma di avamposti creati a Como, Brescia, Torino, Roma dove abbiamo "esportato" il punto di forza di MCD, ovvero il suo ruolo di gestione e coordinamento tra progetto e impresa, che oltre ad alleggerire l'impegno del cliente, garantisce la consegna di un prodotto completo attraverso delle risorse sul posto dedicate di volta in volta al progetto specifico. Per supportare questo servizio, la startup ha accelerato sul digitale, lanciando nell'aprile 2020 la App Home_J (home-journey), un sistema di interfacciamento digitale con cui i clienti (B2C) e i promotori (B2B) possono monitorare da remoto tutti gli step di avanzamento delle scelte di varianti capitolato (interior e non) eseguite dal cliente. E non solo, "l'ingaggio digitale avviene oggi anche attraverso delle tecnologie disponibili per il RE che, con piattaforme virtuali, consentono di riconfigurare in parte da remoto la casa, creando così un teaser e una conseguente call to action sullo store fisico, per ricreare l'ultimo miglio di ingaggio capace di tramutare l'interesse in una proposta d'acquisto". A valle di questa fase parte la customer experience, gestita interamente da MCD, che traghetta il cliente fino al rogito.

Ad oggi MCD ha oltre 94 cantieri in portafoglio fra Milano e altre città, con un backlog di oltre 2mila unità abitative in consegna nei prossimi 3 anni e mezzo. "Abbiamo anche avviato una linea di processo dedicata agli affitti, con un team ad hoc, che si occupa dei progetti legati alla riqualificazione di immobili destinati alla messa a reddito di medio/lungo termine che hanno tempistiche di release strettissime tra la fase di progettazione e la fase di consegna al quale abbiamo agganciato un canale di facility management post vendita dedicato per ogni building", aggiunge Pascucci che, guardando al futuro, vede un trend crescente per la dinamica di integrazione del prodotto di interior nell'industria del real estate destinato a convertirsi in "standard" sulle piazze principali come Milano e Roma. "La sofisticazione del nostro processo e la sua integrazione con modelli digitali a disposizione della committenza è una delle caratteristiche che secondo noi segneranno il futuro - conclude Pascucci -. Stiamo cercando di differenziare sulle piazze principali sviluppando prodotti al di fuori del circuito cittadino, con pricing e target diversi da quelli di altissima gamma dei centri urbani metropolitani".



In alto a sinistra e in basso, GarofaloPaisiello, il nuovo sviluppo residenziale a Milano firmato da Mauro Cucchiella ArchInects con la partnership di Milano Contract District per i prodotti e i servizi legati all'interior design, realizzato su iniziativa di Fondo Atmosphere gestito da Dea Capital RE Sgr, con advisor Realty Partner e Siget come broker agency. In alto a destra, concept store realizzato per GarofaloPaisiello.