

C

DENARO
TEMPO LIBERO
ECONOMIA
LIFESTYLE

Capital

Classediori

NUMERO 481
(NUOVA SERIE)

MAGGIO 2021

€ 4,50 *

Imprese di frontiera

Gli italiani che crescono
sulle orme di Jeff Bezos

Dall'archivio storico

Leonardo Del Vecchio,
da zero a un impero

Campioni nazionali

Quando il software
è made in Italy

Andrea Illy

Il segreto della felicità

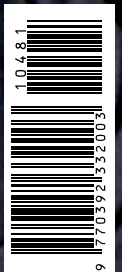
Passioni

I signori delle aste

RICCARDO POZZOLI

Startupper e investitore

Vincere
a 30 anni
(anche senza la Ferragni)



* DA ABBINARE OBBLIGATORIAMENTE ED ESCLUSIVAMENTE (MARTEDÌ 4 MAGGIO CON I MERCATI FINANZIARI O ITALIA OGGI A EURO 4,50 (MFIO 2,00 + CAPITAL 2,50). IN TUTTI GLI ALTRI GIORNI CAPITAL A EURO 4,50

Il design chiavi in mano

Lorenzo Pascucci, fondatore di Milano Contract District, spiega la genesi e le prospettive della sua intuizione: creare un'unica piattaforma per rispondere alle esigenze degli sviluppatori immobiliari e a quelle di chi sta acquistando un'abitazione | di **Marco Barlassina**



Osservare una domanda latente e avere il coraggio di creare un modello completamente nuovo, almeno per il mercato italiano, per darvi risposta. È la formula del successo, dimostrata dalla numerosità dei progetti di cui è partner, di Milano Contract District (MCD), design platform che integra sotto un'unica regia di gestione e coordinamento il processo arredativo e di home fit out a quello costruttivo. Detto più semplicemente, significa avere messo a fattor co-

mune l'home design e il settore immobiliare, farli convivere e anzi farli diventare ognuno il traino dell'altro per offrire un nuovo modo di proporre e acquistare una nuova abitazione. MCD riunisce, infatti, i migliori brand di design del mercato italiano per offrire ai professionisti del settore (operatori del real estate, architetti e interior designer) un pacchetto di servizi «chiavi in mano» e a chi sta comprando un'unità abitativa una visione molto chiara di come sarà la sua abitazione quando varcherà per la prima volta la soglia di casa.

Qui a fianco, Lorenzo Pascucci, founder di Milano Contract District. In basso a sinistra, l'ingresso allo showroom di 1.700 mq in via Melloni e The Apartment, la riproduzione in scala 1:1 di un'abitazione arredata da MCD. In questa pagina, un'immagine dell'esterno e una del concept store di Garofalo Paisiello, il progetto firmato da Mario Cucinella Architects. Sotto, l'app Home-J di Milano Contract District.

importanti players nazionali e internazionali. Perché funziona così bene? Perché la promessa, mantenuta, di Milano Contract District nei confronti degli sviluppatori è di accelerare il processo di scelta dei clienti, a fronte dell'opportunità per gli acquirenti di vivere un'esperienza di personalizzazione e consulenza grazie ai servizi offerti dai suoi team di architetti, oltre che di godere della semplificazione data dal coordinamento diretto con l'impresa per tradurre in concreto le scelte operate su carta dai clienti. Chissà se Lorenzo Pascucci, il fondatore di Milano Contract District, si sarebbe aspettato tanto successo quando nel 2016 ha dato vita al progetto. Classe 1977, sposato e padre di 4 figli, dopo la laurea in economia aziendale e diverse esperienze internazionali, prima in una multinazionale dei beni di largo consumo e poi nel marketing di un marchio del lusso, rientra nell'azienda di famiglia storicamente legata al contract system del design nel mercato elvetico e per 7 anni ricopre la carica di general manager e di responsabile business development della divisione forniture di Ernestomeda. Qui inizia a pensare di importare dinamiche proprie del mercato internazionale riadattandole secondo un approccio B2B2C e facendo leva sulla sua storia personale, che lo ha avvicinato a nuove logiche di vendita e brand positioning più prossime al mondo del lusso.

«Quando introduci un nuovo modello la sfida di non avere riferimenti sul mercato è ciò che fa la differenza», spiega muovendosi tra gli ambienti del concept showroom milanese di MCD. «Abbiamo preso il meglio dall'estero e lo abbiamo portato in Italia, partendo dalla capitale del design, con l'idea di accorciare la filiera, integrando un mondo di servizi che dia la possibilità di gestire con l'impresa le modifiche richieste dal cliente», spiega. Una sfida dall'esito non scontato. «In Nord Europa, America, Middle East, il tema dell'inclusione del prodotto di interior nel prodotto residenziale è uno standard, ma per la cultura italiana la semplificazione dell'acquisto di un prodotto d'arredo deve essere modulata in modo corretto. Ho iniziato dalla cucina e insieme alla famiglia Scavolini, con il marchio Ernestomeda, abbiamo lanciato la sfida con un progetto pilo- ▶▶

Oggi, a cinque anni dal lancio sul mercato, Milano Contract District ha in attivo partnership su oltre 94 cantieri a Milano e non solo, con un portafoglio di oltre 2mila unità abitative, in consegna entro i prossimi 3 anni e mezzo. Tra i clienti e i progetti più significativi, Citylife con Generali, Bnp Paribas RE, Savills, Dea Capital, Nexity, Reale Immobili (la divisione RE di Reale Mutua), i fondi di investimento Polis, InvestiRE sgr, Kervis sgr, le imprese Rusconi, Borio Mangiarotti, Mangiavacchi e Pedercini e molti altri

Qui sotto e a fianco, l'esterno e il concept store di Isola10, il prestigioso progetto residenziale firmato dallo studio Asti Architetti e, sotto, lo store realizzato per lo sviluppo immobiliare Le Corti Segrete.



► ta di cucina che entrasse a far parte del prezzo dell'appartamento. L'idea è diventata poi modello di business a partire dal 2015 quando ho iniziato a pensare a un brand stretching che dalla sola cucina si aprisse all'intero "design system" legato alla casa con un focus sui prodotti che in un nuovo fabbricato gli acquirenti possono ancora scegliere. Alla piattaforma hanno poi aderito altri brand del design a copertura di tutti gli ambiti infrastrutturali della casa e del mondo delle finiture con partnership nei parquet, nelle ceramiche, nelle porte, nella domotica (oggi MCD lavora con brand come Listone Giordano, Ernestomeda, Cesana, Gessi, Bticino, Fontanot, Flos e Lema, ndr)». La chiave di volta è stata applicare nel real estate ciò che grandi marchi in diversi settori, su tutti la moda, stanno facendo da tempo: convertire i propri spazi di vendita in luoghi di esperienza. «Abbiamo trasformato il progetto di casa in un servizio a 360 gradi, offrendo a chi è alla ricerca

di una nuova abitazione una vera e propria home experience che inizia all'interno di pop-up store dedicati all'iniziativa immobiliare per atterrare poi all'interno della nostra design platform», dice Pascucci. Si tratta di sorte di avamposti di marketing che vengono costruiti vicino al luogo dove prenderà forma il complesso immobiliare e nei quali i clienti possono scegliere e iniziare a immaginare la loro abitazione. Negli store, i futuri residenti possono sfiorare i materiali ammirando le variazioni cromatiche proposte nel progetto. È prevista anche la possibilità di configurare da remoto la propria abitazione scegliendo, tramite un configuratore, la tipologia di appartamento, dal monolocale all'attico, e le sue finiture.

«Ricostruire questa esperienza restituisce un ingaggio molto forte già nella fase preliminare della proposta», sottolinea Pascucci. Il 75% delle vendite si chiude così nei primi sei mesi dall'apertura del cantiere. Possiamo dire quindi che diamo una forte motivazione per tradurre un interesse in acquisto». Forse qui sta la vera svolta di Pascucci: aver contaminato il marketing con il design e questi con il real estate.

Oggi MCD può fare leva sulle riflessioni di milioni di famiglie, che, costrette tra le mura di casa per il lockdown, hanno portato a generare una domanda di prodotto residenziale ancora più selettiva ed esigente, con un'attenzione crescente allo sfruttamento degli spazi. E per il futuro? «Il modello è scalabile anche sull'estero. E stiamo operando anche su piazze diverse rispetto alle grandi città, ad esempio su Como, Brescia o sul Lago di Garda, con l'unico limite che i numeri dei progetti rendano il nostro intervento efficiente. Abbiamo poi aperto anche un canale sugli affitti, con collegato servizio di facility management, per manutenzione e gestione».

(©riproduzione riservata)