

Trio (Dyanema): «La chiave del successo è la mappatura del territorio. L'affare si fa all'acquisto»

DA UFFICIO A RESIDENZA IN UN FLIP

La conversione degli spazi aziendali apre nuove opportunità

DI LUCE RANUCCI

Il mondo dell'immobiliare è costantemente in crescita e al suo interno favorisce una continua parcellizzazione con la nascita di società specializzate in singoli ambiti specifici. Dyanema Real Estate, per esempio, è una società fondata nel 2016 da **Cristian Trio** e focalizzata nel flipping immobiliare: si occupa cioè di acquisire e riconvertire edifici all'uso residenziale, per poi rivenderli nei tempi più brevi possibili. Un tipo di operazione all'apparenza semplice, ma che richiede grande conoscenza del mercato, una visione strategica relativa alla corretta interpretazione dell'andamento della domanda e un'ottima capacità di coordinazione e organizzazione dei lavori di restauro/rinnovamento.

«Il flipping è una pratica che arriva dagli Stai Uniti», spiega Cristian Trio, Ceo e founder di Dyanema. «Noi l'abbiamo fatta nostra adattandola alle specificità del mercato italiano e costruendo un approccio del tutto distintivo rispetto ad altri operatori, che ci ha permesso di imporci



Cristian Trio



sul mercato e di renderci ormai riconoscibili agli occhi di potenziali partner d'investimento, interessati al campo immobiliare. Alla base vi è un continuo processo di mappatura del territorio e delle opportunità immobiliari, così da riconoscere tempestivamente le occasioni disponibili nelle principali città italiane. Dyanema esamina principalmente immobili esistenti valutandone il potenziale, le tempistiche legate alla burocrazia e il possibile ritorno sull'investimento. Privilegiamo infatti l'acquisto di

immobili già edificati, in particolare uffici (ma non solo) da riconvertire e trasformare in appartamenti».

Continua Trio: «Prediligiamo i grandi centri abitati per le nostre operazioni, visto che in questi siti i livelli della domanda sono più elevati. In particolare Milano che presenta anche il vantaggio di tempistiche più ristrette per le pratiche burocratiche, spesso un freno in altre piazze italiane. La città godrà poi anche dei piani di sviluppo in vista di Milano-Cortina del 2026 per i quali è previsto un ampliamento delle aree di rinnovamento urbano». Nel tempo Dyanema ha costruito e affinato un business model unico, grazie a una strategia focalizzata su poche



operazioni l'anno ma molte redditizie. Ogni operazione è seguita da vicino dal top management, un fatto tutt'altro che scontato. «Nel nostro business l'affare si fa all'acquisto e non alla vendita», prosegue Trio. «Il nostro tratto distintivo è proprio quello di riuscire a individuare le opportunità di investimento migliori, cioè gli immobili che rispondono a una serie di caratteristiche da noi ben definite, che ci portano a selezionare solamente il 20% delle opportunità che ci vengono presentate e a non gestirne mai più di tre contemporaneamente».

In pochi anni l'azienda è riuscita ad attrarre l'interesse sia di partner singoli, sia di società di crowdfunding registran-

do un'attenzione sempre maggiore verso la propria realtà. Il grande cambiamento nel comportamento di acquisto degli immobili da parte degli italiani è l'approccio agli immobili da ristrutturare. Conclude Trio: «Mentre, fino a poco tempo fa, molti italiani, pur di cercare di strappare un prezzo basso, erano disposti a impegnare tempo e denaro in importanti opere di ristrutturazione, adesso – e crediamo che questo sarà il trend per i prossimi 12-24 mesi – si cerca maggiormente l'immobile nuovo o già ristrutturato. Un andamento che rappresenta un'opportunità, per chi, come noi di Dyanema Real Estate, offre immobili chiavi in mano agli acquirenti finali». (riproduzione riservata)

Editing di immagini, big data, Intelligenza artificiale. Così il network iad rinnova le skill dei consulenti in chiave proptech

Negli ultimi anni si è raccontato molto, e a giusta ragione, del fin-tech, ovvero dell'incontro tra la finanza e le tecnologie digitali, che non ha solo cambiato il modo di accedere ai servizi finanziari, ma talvolta la natura stessa di questi e i modi di fruizione da parte degli utenti. Si è parlato invece un po' meno del proptech, sintesi di property e technology, che segna l'incontro tra l'immobiliare e il digital ed è la nuova ineludibile tendenza del settore. Il real estate nel suo complesso e la compravendita di immobili in particolare si avvalgono, infatti, sempre più delle opportunità offerte dalle piattaforme digitali e da strumenti come l'intelligenza artificiale, le blockchain e i big data che hanno impatti importanti in termini di ampliamento dei servizi, velocizzazione dei processi, accorciamento delle distanze e taglio dei costi e spesso, dunque, delle commissioni. In sostanza, la professione di



intermediario immobiliare e il modo di vendere ed acquistare casa stanno cambiando in maniera irreversibile e in questo processo ci sono aziende che non solo hanno fatto di tale trasformazione il loro modello di business, ma la stanno anche accelerando. Tra queste la francese iad, network immobiliare composto solo da agenti indipendenti, che ha sviluppato la sua strategia facendo leva esclusivamente sul digitale e sul network marketing. Una scelta che finora ha premiato il gruppo con sede nell'Ile de France, ma attivo in diversi Paesi, diventato rapidamente uno dei big del settore. Nata nel 2008, iad è attualmente la principale rete di agenti in Europa, con 16mila consulenti distribuiti tra Francia, Italia, Germania, Spagna, Portogallo e Messico, e un fatturato che nel 2021 si è attestato a quota 406 milioni di euro. L'azienda, tra le poche che possono definirsi «unicorni» in Europa, ha recentemente

dato un'ulteriore spinta alla digitalizzazione varando un nuovo dipartimento aziendale iad studio, affidato all'esperto di digital business Julien Poilleux, esclusivamente focalizzato sulla ricerca e lo sviluppo di strumenti immobiliari digitali innovativi. La divisione aziendale, praticamente un R&D interno - un caso abbastanza raro nel settore immobiliare e forse l'unico dedicato interamente al digital - può inizialmente contare su un budget di tutto rispetto: un milione di euro all'anno. «Da sempre iad è stata pioniera nel campo delle tecnologie digitali applicate all'immobiliare, integrando nuovi strumenti per potenziare i servizi offerti al cliente e rendere più semplice e snella l'attività dei consulenti del network», spiega **Manuel Pasqua**, Ceo di iad Italia. «In un mercato sempre più articolato e dinamico, poter contare su tecnologie e strumenti performanti è fondamentale per anticipare e rispondere adeguatamente alle aspettative di chi compra o vende un immobile. Grazie al lavoro del nuovo team,

potremo espandere ulteriormente la nostra offerta».

Iad studio nasce, infatti, per rispondere alle esigenze e alle aspettative dei 15mila consulenti e dei 120mila clienti della rete europea, che hanno espresso la necessità di nuovi e più efficaci strumenti digitali per migliorare e rendere più soddisfacente il processo della compravendita immobiliare.

Il neonato dipartimento testerà e svilupperà una dozzina di progetti in parallelo ogni anno. Tra le prime aree di applicazione sulle quali iad studio è impegnata ci sono l'editing di immagini, gli open data e l'intelligenza artificiale. Nelle prossime settimane, partirà anche il reclutamento di profili professionali specializzati in ambito tech, user experience, Design. Come farebbe una start-up tecnologica più che un'azienda real estate. Segno che i tempi e le abitudini dei clienti e la proposta delle aziende immobiliari sono cambiate e indietro non si torna. (riproduzione riservata)



Manuel Pasqua

Francescopaolo Tarallo