



# ANCEBOLOGNA

---

## Collegio Costruttori Edili

**Mercoledì 24 ottobre 2018 ore 17.30**  
**c/o ANCEBOLOGNA**

Via G. Zaccherini Alvisi 20 - Bologna

presentazione del libro di **Piero Almiento**  
**“MARKETING IMMOBILIARE.**  
**Metodi e strumenti per il successo nel real estate”**



e valutazioni sulle  
**“PROSPETTIVE IMMOBILIARI NEL TERRITORIO BOLOGNESE”**

### Programma

Introduzione e saluti

**GIANCARLO RAGGI** - Presidente ANCEBOLOGNA

**PIERO ALMIENTO** - Direttore del corso di Marketing Immobiliare SDA Bocconi ed autore del libro

**LUCA DONDI** - A.D. Nomisma S.p.A.

**CRISTINA DALLACASA** - Presidente Costruzioni E. Dallacasa S.r.l.

**NICOLA LENZI** - Relationship Manager Emilia Romagna Gruppo Gabetti

### **Domande dei partecipanti.**

***Si prega di confermare la partecipazione  
entro il 21 ottobre 2018***

Tel.: 051/23.15.40 - Fax: 051/23.15.36 - E-mail: [info@ancebologna.it](mailto:info@ancebologna.it)

***In allegato, di seguito, una sintesi dei contenuti del libro ed un  
approfondimento sull'attualità immobiliare a Bologna***

## **PRINCIPALI CONTENUTI DEL LIBRO**

Con un approccio innovativo e tagliato su misura per chi lavora nel settore, il volume segue l'intero percorso dell'operazione immobiliare, mostrando il prezioso apporto che il marketing può fornire fase per fase.

Il testo illustra il concetto, la struttura e il possibile impatto di un piano di marketing immobiliare, sottolineando possibili collegamenti e sinergie tra marketing e finanza immobiliare.

Vengono quindi presentati gli strumenti fondamentali per l'analisi di mercato, la definizione della strategia e l'esecuzione del marketing mix nei comparti residenziale, commerciale, turistico e terziario. Un volume di riferimento per tutti gli operatori del settore che oggi più che mai devono acquisire competenze di marketing per avere successo nel mercato: imprenditori, manager, primi livelli, società di intermediazione, costruzione e fornitura.

Il libro è suddiviso in quattro parti.

La prima parte è dedicata al ruolo del marketing nel real estate e ai principali strumenti di marketing management a supporto.

La seconda si occupa dello sviluppo di un piano di marketing immobiliare completo nel settore residenziale, scelto perché è di gran lunga il mercato più importante e perché è più facile astrarre le regole dal settore residenziale e poi applicarle in quelli più specialistici.

La terza parte prende in considerazione le specificità di altri importanti settori immobiliari: alberghi, centri commerciali, uffici e capannoni.

La quarta parte accoglie le più interessanti innovazioni che si stanno affermando nel campo immobiliare: sostenibilità energetica, BIM, immersive computing, crowdfunding immobiliare, neuromarketing e home hunting.

\*\*\*    \*\*\*    \*\*\*

## **PRINCIPALI NOVITÀ NEL MERCATO IMMOBILIARE BOLOGNESE**

Dal 2017 si sta consolidando nella città di Bologna e nella sua prima cintura una carenza di offerta residenziale sia in proprietà che in affitto, che pone Bologna in controtendenza rispetto ai mercati in espansione delle principali Città Metropolitane.

Il mercato si sta riprendendo da una lunga fase di crisi iniziata nel 2008, ma i volumi delle transazioni nel settore residenziale sono ancora distanti da quelli pre-crisi (-31% rispetto al culmine raggiunto nel 2016).

Bologna non riesce a programmare una nuova spinta residenziale, in proprietà ed in affitto, richiesta dal mercato abitativo. Il mercato dell'affitto vive la competizione fra residenti, studenti, turisti, competizione che amplifica le carenze dell'offerta.

L'urbanistica sta cercando un nuovo equilibrio fra rinnovo infrastrutturale, esigenze di abitazioni in affitto o in proprietà ed urgenza della rigenerazione urbana; le imprese che hanno investito nelle aree di sviluppo previste dalla pianificazione vigente rischiano di non vedere confermati i propri investimenti.

Si registra un forte dinamismo negli immobili a destinazione commerciale ed una ripresa negli immobili a destinazione produttiva.

La qualità dell'immobile e lo studio del mercato potenziale dell'iniziativa immobiliare incidono in maniera sempre più rilevante sulla capacità di incontrare il mercato.

In un contesto così complesso le strategie di marketing delle iniziative immobiliari assumono un peso sempre più rilevante.