

IL PUNTO Mauro Danielli, presidente CdA de La Lombarda Immobili & Aziende

«Il nuovo a prezzi premium Ceto medio tagliato fuori»

Chi ha un appartamento se lo tiene, e chi lo cerca fa fatica a trovarlo. Una tendenza generale del mercato immobiliare monzese che è stata appunto evidenziata dalla ricerca svolta da La Lombarda.

Chi non ha la disponibilità economica per affrontare l'acquisto di un appartamento o non se la sente di impegnarsi in un mutuo di lunga durata, inevitabilmente si rivolge al mercato degli affitti. E anche in questo caso, come segnalato da diversi operatori, le offerte in città scarseggiano. Intanto, dall'indagine de La Lombarda risulta come la quota di prodotto nuovo messo in vendita sia aumentata: si è infatti passati dal 34% di inizio anno al 38% di questo mese.

La tendenza di una contrazione della vendita del prodotto usato, già in atto nel 2014, trova dunque conferma nei dati più recenti. In ogni caso, ciò che è stato messo sul mercato nei primi sei mesi dell'anno, è stato integralmente assorbito. A Monza, comunque, i prezzi non sono ancora arrivati ai livelli precisi. A Milano, invece, i valori hanno ormai raggiunto e superato le quote risalenti al 2008.

«La contrazione del prodotto usato in vendita - sottolinea Mauro Danielli - è da ricercarsi nella volontà da parte delle famiglie di non porre in vendita le loro proprietà a causa dell'incertezza economica che stiamo attraversando, mentre il pro-

dotto nuovo vede un'offerta crescente con le aperture di nuovi cantieri e con investitori, non più solo locali, pronti a cogliere le opportunità di sviluppo del mercato».

«In tale contesto, vi è inoltre - aggiunge Danielli - da sottolineare come, poi, le nuove costruzioni sul mercato di Monza abbiano ormai le caratteristiche del prodotto di lusso, dati i crescenti costi di costruzione dovuti ai rincari dei prezzi delle materie prime, e si rivolgono ad una "clientela prime", escludendo quella fascia di "clientela



Mauro Danielli, presidente del Consiglio di amministrazione de La Lombarda Immobili & Aziende

medium" di acquirenti che ricercano il prodotto tra i 200-300mila euro. Perciò è prevedibile che questa clientela di fascia media, alla ricerca di immobili non particolarmente efficienti dal punto di vista energetico, ma ben localizzati nell'ambito della dimensione urbana, si troverà ad affrontare un mercato scarso di offerta e con possibili tensioni in aumento dei prezzi».

I clienti con forti potenzialità economiche cercano generalmente un'unità immobiliare dal design curato, ben posizionata nel tessuto urbano e tecnologicamente avanzata: deve, cioè, essere in grado di sfruttare le opportunità offerte dalla domotica e inappuntabile sotto il profilo dell'efficienza energetica. Ma questo tipo di prodotto resta, inevitabilmente, fuori portata per le famiglie che non godono di redditi elevati.

L'acquisto di un'abitazione, per tanti, rischia dunque di diventare un miraggio. Anche perché la rata di un mutuo medio, dopo i recenti aumenti, è diventata un peso troppo gravoso per molti stipendi.

«C'è una fascia di persone - conclude Danielli - che rischia di essere esclusa. Questo mercato, in termini quantitativi, non ha più un prodotto per la clientela normale. Cresce il prodotto nuovo, mentre lo stock dell'usato si è quasi esaurito. E molti, con l'aumento dei tassi di interesse, non si fidano a stipulare un mutuo». ■ S.G.

