



600

17 OTTOBRE 2026

IL SETTIMANAL

de il Quotidiano

CAMELOT ilQI

SPAZIO A LOGISTICA,
DATA CENTER, RETAIL
E CONDOMINIO

RETAIL TRENDS

A MILANO L'EDIZIONE
2026 DELL'EVENTO
DI COCUZZA

MILEWAY

UNA LOGISTICA DI VISIONE EUROPEA

INTERVISTA ESCLUSIVA A **MARIO COSTA**, HEAD OF
DEVELOPMENT EUROPE DI MILEWAY



SOMMARIO



ARTICOLI

PAGINA 16

MILEWAY: LA LOGISTICA ITALIANA È MATURA E RESILIENTE

Intervista a Mario Costa di Mileway

PAGINA 26

IL VALORE DEL REAL ESTATE VA OLTRE L'IMMOBILE

di Redazione

PAGINA 39

COCUZZA FOTOGRAFA UN RETAIL PIÙ RESPONSABILE MA SEMPRE PIÙ POLARIZZATO

di Marco Luraschi

PAGINA 44

DI COSA PARLIAMO, QUANDO PARLIAMO DI "IDENTITÀ NAZIONALE"

di Rosario Manzo, architetto urbanista



RUBRICHE



EDITORIALE



LE DIRETTE



DEALS



CALENDARIO ILQI



CHI VIENE E CHI VA



AZIENDE INFORMANO



CONVEGNO

Finanza per il Real Estate

Dove attingere risorse tra banche,
risparmio e canali integrativi

GIOVEDÌ 5 NOVEMBRE

ORE 9:00 - Sede Assimpredil ANCE Milano e in diretta streaming su ilQI

ISCRIVITI

Banche e finanziamenti al real estate: serve chiarezza di intenti



Michele Stella
POLIS SGR



Luigi Ucci
PRAXI VALUATIONS



Eraldo Fontanella
ATRADIUS CRÉDITO
Y CAUCIÓN S.A.

**Debt Advisory: è la soluzione giusta per far funzionare
la finanza immobiliare?**



Marco Corti
BARINGS



Giovanni Di Corato
AMUNDI RE ITALIA SGR



Massimiliano Rossi
CBRE ITALIA



Alessandro Lombardo
GABETTI GROUP



Finanza e sostenibilità: Social e Governance valgono quanto Environmental?



Sergio Catalano
INVESTIRE SGR



Gennaro Lamberti
EUROPA RISORSE SGR



Jacopo Ghezzi
EUROCOMMERCIAL
PROPERTIES

Finanza integrativa: i fondi di debito rappresentano un'alternativa valida?



Ilaria Fagnani
KRYALOS SGR



Giovanni Trespidi
SAVILLS INVESTMENT
MANAGEMENT

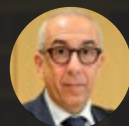


Francesco Paolo Cuccorese
BLUE SGR

Finanza immobiliare e accesso all'informazione: c'è trasparenza?



Matteo Farinaro
AAREAL BANK AG FILIALE ITALIA



Luca Lucaroni
IGD SIIQ



Riccotti Graniglia
IDEA GROUP REAL ESTATE



Federico d'Annunzio
TRAENT

PARTNER



SPARTANI DUE VOLTE

Eh sì, siamo giunti al numero 600 del nostro Settimanale. Un numero che vuol dire tanto, ma forse vuol dire poco visto che dietro questo numero c'è molto di più.

Un po' come i trecento spartani delle Termopili che dietro di loro avevano gli arcadi, corinzi, tepsiesi, micenei, focesi, tebani e molti altri. Non erano 300, con buona pace di Frank Miller (che comunque gli arcadi li aveva citati), ma erano molti di più ad affrontare un esercito che secondo il 'fantasioso' Erodoto vantava quasi due milioni di effettivi. Numeri che raccontavano male la storia a chi la lesse qualche secolo dopo, perché erano diversi e spesso non raccontavano quanto davvero fosse difficile 'scrivere' questa pagina di storia. Quanti spartati, quanti cavalli, quante derrate alimentari per sfamare tutti questi esseri viventi e quanta logistica per spostare tutto?

Anche il nostro Settimanale, il cui numero è doppio rispetto a quello degli spartani di re Leonida, ha dietro molto di più. Quanti dipendenti de ilQI, quanti intervistati, quante mail per connetterli, quante foto, quanto e quanti per ogni singolo numero?

Tanto, ma il risultato è quello che volevamo ottenere e ne siamo, e ne saremo, sempre soddisfatti.



EDITORIALE

di Kevin Massimino





Luxury Hospitality

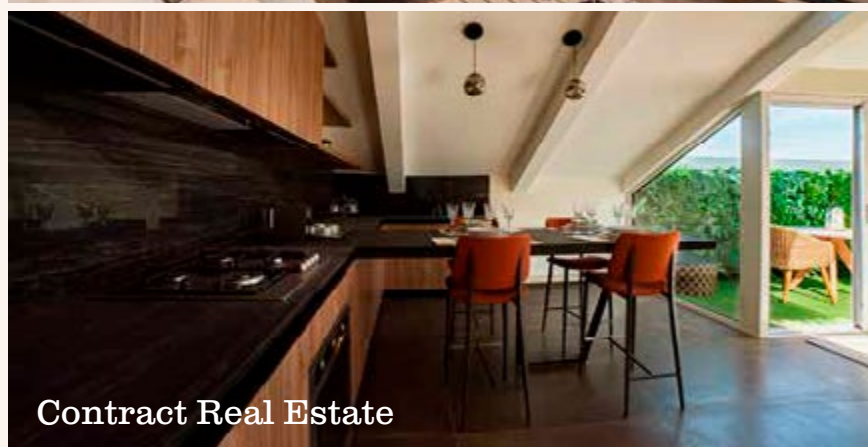
L'atelier italiano del contract design



Yachting



Cruising



Contract Real Estate



Private Label

RODA For You è riconosciuta come l'atelier italiano nel Contract Design: valorizza, personalizza e realizza spazi da vivere, interpreta lo spirito del luogo e di chi lo ha immaginato. Per RODA For You, design è progettare, interpretare, ottimizzare e realizzare la visione del cliente, trasformando un'idea in una soluzione unica, funzionale e industrializzabile.



LE DIRETTE

**GUARDA I VIDEO
DELLA SETTIMANA**



Spazio Fendi Solari Showroom - Show Area di Politecnica

Tommaso Conti POLITECNICA
Alessio Vezzosi POLITECNICA



Andora Mare

Alessandro Mazzucco BLUE SGR



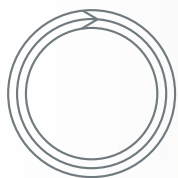
Storytelling

Massimiliano Zampini WAO - WE ARE OPEN



Storytelling

Lorenzo Robuschi PLANRADAR



OMNITEX®
SCHERMATURE SOLARI PER L'ARCHITETTURA

COMFORT LUMINOSO CHE MIGLIORA LA VITA

Una corretta schermatura influisce positivamente sui bioritmi umani.

Spesso, in ufficio, non ci si rende conto del naturale trascorrere delle ore e non si percepiscono i mutamenti della luce del sole e degli eventi atmosferici all'esterno.

Con una corretta schermatura solare invece, è possibile **seguire il ritmo naturale della giornata** con grande beneficio per l'umore e per l'**equilibrio psicofisico** di ognuno.

Un ambiente di lavoro confortevole dal punto di vista visivo e luminoso **migliora la performance produttiva** e aiuta a creare un'atmosfera più rilassata.

Omnitex progetta schermature solari per ambienti di lavoro che aiutino le persone a **lavorare in maniera più efficace**.

Propone soluzioni di schermatura solare equilibrate, tecnicamente ed esteticamente gradevole, **adatte per gestire luce e calore**, motorizzazioni e centralizzazioni, integrazioni domotiche, manutenzione e sicurezza.

Via F. Ferrucci, 6 - 20145 Milano
info@omnitex.it - www.omnitex.it



DEALS

CADENABBIA (CO) € 230 MILIONI

Kryalos SGR, società privata e indipendente di gestione del risparmio con €15 miliardi di AuM, ha perfezionato, tramite il fondo Larius sottoscritto da Sansiri Capital - piattaforma di investimento nel settore dell'ospitalità di lusso di Sansiri, uno dei principali operatori immobiliari del Sud-est asiatico - l'acquisizione del The Lake Como EDITION, prestigioso hotel di lusso situato a Cadenabbia, sulle sponde del Lago di Como.

[Vai alla](#) **TABELLA DEALS 2026**



DEALS



S



9





Il Calendario della prossima settimana

LUNEDÌ
19
OTTOBRE

DIRETTA CANTIERE



ORE 14:30 - ilQI Live

G-Park Anagni 3 (Roma)

RELATORE

Luca Barreca MARQ LOGISTICS

SPONSOR

RAK
CERAMICS

somfy.

ISCRIVITI

MARTEDÌ
20
OTTOBRE

WORKSHOP



ORE 9:30 - ilQI Live

Accademia

INTERVERRANNO

Daniele Guglielmino GET CONSULTING

Rudy Diomedi SAMSUNG ELECTRONICS

Francesco Rossi SCHNEIDER ELECTRIC

Fabrizio Vimercati OTIS

Giambattista Brizzi DEERNS ITALIA

Carlo Osnaghi DEERNS ITALIA

Mattia Mariani DEERNS ITALIA

Marta Olivieri DVAREA

Gianfranco Flotta F-INGEGNERIA

Enrico Frigerio FRIGERIO DESIGN GROUP

André Straja GAS STUDIO

Francesco Soldi IGD SIIQ

Emanuele Gozzi INGEGNERI RIUNITI

Simona D'Oca JLL

Laura Nigro KERVIS SGR

Francesca Tatarella PROGETTO CMR

Pasquale Fattore RINA PRIME

Sergio Sabbatini 3D SCAN

Federico D'Annunzio TRAENT

Danilo Scalise UNITED CONSULTING

Paolo Michelin STUDIO TECNICO AMMINISTRATIVO ING.

PAOLO MICHELON

SCOPRI DI PIÙ



IL CALENDARIO DELLA PROSSIMA SETTIMANA



10



MARTEDÌ
20
OTTOBRE

DIRETTA STORYTELLING



ORE 16:00 - ilQI Live

Storytelling

OSPITE

Guerino Cilli RENOVALO

SPONSOR

MORE
the wellbeing

ISCRIVITI

MERCOLEDÌ
21
OTTOBRE

DIRETTA PROGETTO



ORE 14:30 - ilQI Live

Aria - Asilo dell'infanzia
(MI)

RELATRICE

Valentina Zanoni STANTEC

SPONSOR

ALPAC

3F Filippi



somfy

ISCRIVITI

GIOVEDÌ
22
OTTOBRE

DIRETTA STORYTELLING



ORE 16:00 - ilQI Live

Storytelling

OSPITE

Fabrizio Candoni WEGREENIT

SPONSOR

bticino



ISCRIVITI



CALENDARIO COMPLETO
con tutti gli eventi de ilQI

SCOPRI DI PIÙ



IL CALENDARIO DELLA PROSSIMA SETTIMANA



11





 **Ponzio**

Immagina.
Progetta.
Realizza.

www.ponzioaluminium.com
info@ponzioaluminium.com



CHI VIENE E CHI VA



RINA Prime: Daniel Shotton nuovo Head of Asset Management & Advisory

RINA Prime annuncia l'ingresso di Daniel Shotton nel ruolo di Head of Asset Management & Advisory, nell'ambito del percorso di rafforzamento della propria piattaforma europea e di sviluppo dei servizi dedicati a investitori e operatori immobiliari. Con questa nomina, RINA Prime amplia le proprie...

[LEGGI LA NOTIZIA](#)



Massimiliano Morara entra in Elekta come Business Development Director

Elekta, società immobiliare verticale, amplia la propria struttura manageriale grazie all'ingresso di Massimiliano Morara nel ruolo di Business Development Director, con il compito di contribuire allo sviluppo dei processi aziendali, favorendo il coordinamento tra le diverse aree della società...

[LEGGI LA NOTIZIA](#)





Savills amplia la consulenza retail con Stefano De Robertis

In un contesto in cui il Retail Real Estate è chiamato a ripensare il proprio ruolo attraverso esperienza, innovazione e relazione con le comunità, Savills avvia un nuovo percorso professionale con Stefano De Robertis, manager con oltre trent'anni di esperienza nel Retail Real Estate, che dal 1° gennaio 2027 affiancherà la società come Senior Retail Marketing Advisor. Nell'ambito dell'incarico...

LEGGI LA NOTIZIA



Cushman & Wakefield nomina Marzia Giuliani Head of Business Enablement Italy

In un contesto in cui il Retail Real Estate è chiamato a ripensare il proprio ruolo attraverso esperienza, innovazione e relazione con le comunità, Savills avvia un nuovo percorso professionale con Stefano De Robertis, manager con oltre trent'anni di esperienza nel Retail Real Estate, che dal 1° gennaio 2027 affiancherà la società come Senior Retail Marketing Advisor. Nell'ambito dell'incarico...

LEGGI LA NOTIZIA



TECNOLOGIA PER LA GESTIONE INTELLIGENTE DEGLI SPAZI

SOLUZIONI DIGITALI AVANZATE PER CONTROLLARE, OTTIMIZZARE E VALORIZZARE GLI AMBIENTI IN MODO SICURO ED EFFICIENTE.

PROGETTISTI

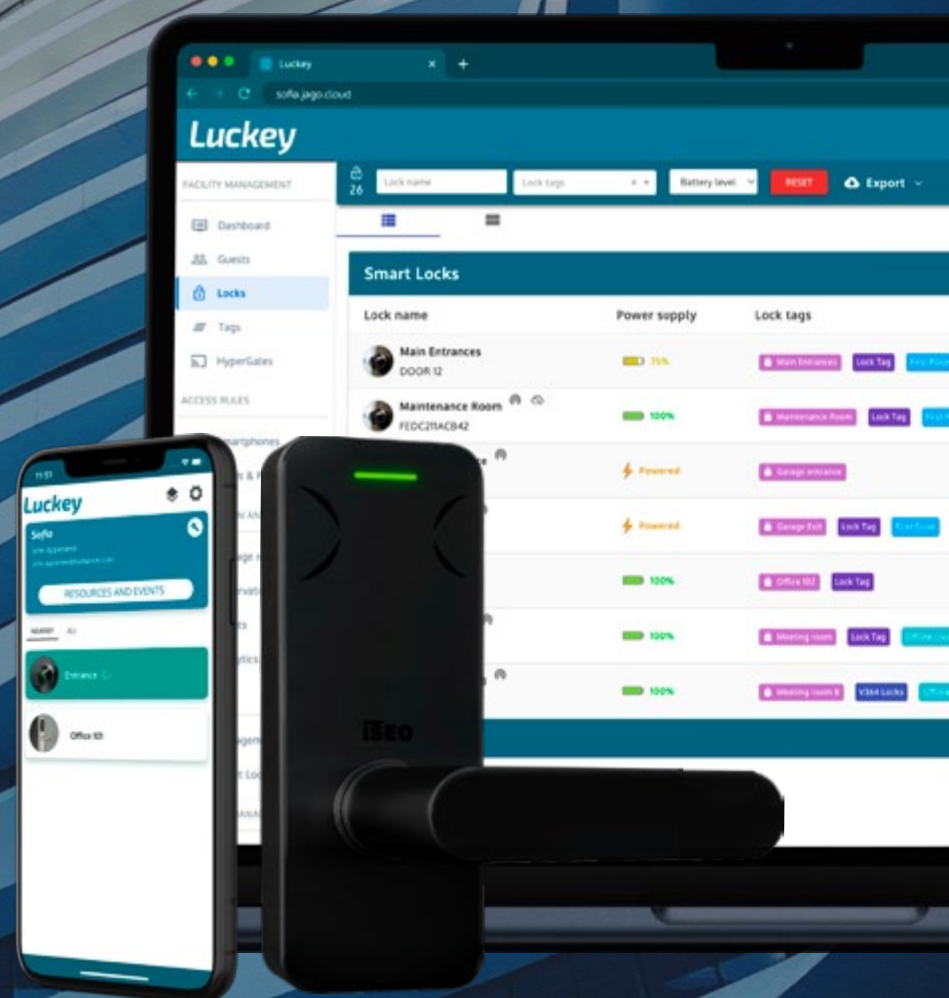
Gestione degli accessi anche wireless con una drastica riduzione della complessità progettuale.

SVILUPPATORI

Gestione sicura e digitale degli spazi condivisi che aumentano il valore al metro quadro dell'immobile.

GESTORI

Gestione più efficiente degli accessi agli spazi grazie agli automatismi e alle integrazioni software.



SMART ACCESS. DIGITAL CONTROL.



MILEWAY LA LOGISTICA ITALIANA È MATURA E RESILIENTE

*Mario Costa, Head of Development Europe: nei prossimi anni
un peso maggiore dei nuovi sviluppi*

di Marco Luraschi



All'interno della grande espansione del mercato logistico in Europa e in Italia, la realtà di **Mileway**, piattaforma del gruppo Blackstone principale proprietario e gestore di asset immobiliari logistici dell'ultimo miglio in Europa, si è ritagliata uno spazio importante. **Mario Costa** ha sviluppato la piattaforma in Italia fin dal 2019 ed ha acquisito sempre maggior importanza fino al mese di gennaio di quest'anno quando è stato nominato a Capo dello Sviluppo dell'Europa. L'Italia ha un peso importante nella piattaforma di Mileway e rappresenta come ci dirà Costa il 14% della pipeline complessiva. Con Mario Costa allora scopriamo come si sta muovendo il settore in Italia e in Europa e quali sono le strategie della società nei prossimi anni.



”
Mileway ha
un'impronta
paneuropea,
con più di 1.900
immobili per un
totale di 14 mln di
mq in dieci grandi
economie europee

COME VALUTERESTI IL MERCATO IMMOBILIARE LOGISTICO ITALIANO NELLA PRIMA METÀ DEL 2026 E COSA CI DICE LA FORZA DELLA DOMANDA DEGLI OCCUPANTI SULL'EVOLUZIONE DEL MERCATO?

La prima metà dell'anno ha dimostrato la resilienza e la crescente maturità del mercato logistico italiano. Il volume di occupazione nel settore logistico ha raggiunto livelli record nel primo semestre del 2026, con un aumento del 72% rispetto all'anno precedente, mentre il tasso di vacancy nazionale è rimasto contenuto intorno al 4,2%,





I mercati chiave di Regno Unito, Germania, Paesi Bassi e Francia rappresentano oltre l'80% del portafoglio, con una presenza crescente nei Paesi nordici e nell'Europa meridionale

con disponibilità quasi zero in alcuni sub-markets di prima fascia. Questa performance è sostenuta dalla più ampia resilienza dell'economia domestica italiana: il PIL reale si prevede cresca tra lo 0,5% e l'0,8%, grazie a un'occupazione stabile e a una spesa dei consumatori costante. Questa base di consumo resiliente sta sostenendo la domanda di spazi moderni per fulfillment e last-mile. Insieme, questi indicatori indicano una domanda di occupazione sostenuta, un'elevata occupazione e una carenza strutturale di asset logistici moderni e ben localizzati. I numeri principali sono incoraggianti, ma il messaggio più importante è che la domanda rimane selettiva. I clienti privilegiano location che offrano accesso a popolazione, forza lavoro, infrastrutture di trasporto e principali hub economici, mentre si aspettano anche maggiore efficienza, flessibilità e prestazioni energetiche dagli immobili. L'attività varia considerevolmente da città e corridor, quindi un mercato nazionale forte non elimina la necessità di un'analisi locale rigorosa. L'opportunità più grande si presenta dove la domanda chiara di clienti si combina con una offerta moderna limitata.



Il volume di occupazione nel settore logistico e industriale ha superato i 1,5-1,6 mln di mq nel primo semestre 2026, con un incremento del 59%-72% rispetto all'anno precedente (fonte JLL)



I fornitori di logistica di terze parti (3PL) e i grandi retailer continuano a dominare la domanda, concentrandosi principalmente su spazi moderni, sostenibili e ben localizzati lungo le principali direttrici di transito come Milano-Bologna e Torino-Milano-Venezia. I tassi di vacancy restano bassi, intorno al 3,7% - 4,2% (fonte Colliers)



IN QUESTO CONTESTO, QUALI SONO LE PRIORITÀ DI MILEWAY PER LO SVILUPPO IN ITALIA E QUALE RUOLO RICOPRE IL PAESE ALL'INTERNO DEL PIÙ AMPIO PROGRAMMA EUROPEO?

In Italia ci concentriamo su aree urbane e industriali ben localizzate, caratterizzate da una domanda solida, un'offerta limitata di immobili moderni e un potenziale concreto di valorizzazione degli asset. L'approccio varia in base alle caratteristiche e alle potenzialità di ciascun progetto. Può prevedere la rigenerazione, la riqualificazione o l'intensificazione di un sito esistente, lo sviluppo di soluzioni Build-to-Suit sulle esigenze specifiche di un cliente oppure, in modo selettivo, la realizzazione di nuovi immobili. *Osmannoro Logistics Park*, in Toscana, è un buon esempio di questo approccio. Il progetto, di circa 50.000 mq, sorge in un'area industriale consolidata, in prossimità di Firenze e dell'autostrada A1, e prevede due edifici flessibili e realizzati secondo elevati standard qualitativi. Un importante produttore internazionale del settore del lusso ha sottoscritto un contratto di locazione per l'unità indipendente di 15.500 mq, a conferma dell'attrattività di una localizzazione inserita nel tessuto produttivo della regione e vicina alla sua rete di fornitori e maestranze specializzate, oltre che ai principali mercati

”

In Italia privilegiamo aree ben localizzate, con una domanda solida, un'offerta limitata di immobili moderni e un potenziale concreto di valorizzazione degli asset





*Mileway - progetto
di sviluppo
Parco Logistico
di Osmannoro
via Provinciale
Lucchese 181 - loc
Osmannoro, Sesto
Fiorentino (FI) 50019*

di riferimento. Anche la sostenibilità è parte integrante del progetto fin dalle prime fasi di progettazione. L'obiettivo è conseguire la certificazione BREEAM Excellent e sono previsti impianti fotovoltaici in copertura, sistemi di ventilazione e illuminazione naturale, raccolta e riutilizzo delle acque meteoriche, oltre a interventi sulle

infrastrutture e sugli spazi esterni e alla realizzazione di aree verdi. L'Italia riveste un ruolo importante nel programma di sviluppo europeo di Mileway: rappresenta il 14% della nostra pipeline complessiva e il 20% dei progetti di sviluppo ex novo, distribuiti in diverse regioni. A livello europeo, Mileway ha già completato 72 progetti, per un totale di 625.000 mq tra nuovi spazi logistici, ampliamenti e riqualificazioni. La pipeline attuale e futura comprende altri 61 progetti, per complessivi 830.000 mq. Il ruolo dell'Italia all'interno di questo programma riflette le opportunità che continuiamo a vedere nel Paese e, allo stesso tempo, il nostro approccio selettivo agli investimenti. Ci concentriamo sui mercati in cui una domanda solida si accompagna a un'offerta limitata di immobili moderni e alla presenza di collegamenti infrastrutturali consolidati.



*Consulta le **schede complete di progetti**,
cantieri e building sul territorio italiano
in cui è coinvolta **Mileway***

VAI AL DATABASE



LEI CONOSCE MOLTO BENE IL MERCATO ITALIANO, AVENDO GUIDATO MILEWAY PRIMA IN ITALIA E SUCCESSIVAMENTE NEL SUD EUROPA. IN CHE MODO QUESTO PERCORSO HA INFLUENZATO IL SUO APPROCCIO MANAGERIALE E QUALE ESPERIENZA PORTA OGGI NEL RUOLO DI HEAD OF DEVELOPMENT PER L'EUROPA?

Il percorso che mi ha portato dalla guida dell'Italia a quella del Sud Europa, fino all'attuale responsabilità dello sviluppo a livello europeo, mi ha permesso di osservare da vicino realtà e mercati diversi e, soprattutto, di comprendere quanto le decisioni prese a livello locale possano incidere sul valore e sulle performance del portafoglio nel lungo periodo. L'esperienza maturata in Italia, lavorando a stretto contatto con i clienti, i team locali e le amministrazioni, è stata particolarmente importante. Mi ha permesso di comprendere concretamente le dinamiche del territorio e il ruolo che le scelte locali hanno nel determinare il successo di un asset di logistica urbana nel tempo. È un'esperienza che continua a guidare il mio approccio anche oggi: valorizzare le competenze locali, mantenere un dialogo costante con i clienti e, allo stesso tempo, sfruttare la dimensione europea di Mileway per condividere esperienze, competenze e best practice e continuare ad alzare i nostri standard. Il punto, però, non è replicare ovunque lo stesso modello, ma trovare la soluzione più adatta alle caratteristiche di ciascun mercato.

”

L'esperienza maturata in Italia mi ha permesso di comprendere concretamente le dinamiche del territorio



”

*Per i nuovi sviluppi
puntiamo alla
certificazione
BREEAM Excellent,
o a uno standard
locale riconosciuto
equivalente, con
BREEAM Very
Good o equivalente
come requisito
minimo*

*Mileway - progetto
di sviluppo
Mairano
via Campagna,
Mairano (BS) 25030*



CON L'EVOLUZIONE DELLE ESIGENZE DEI CLIENTI, QUALI CARATTERISTICHE DEGLI IMMOBILI E QUALI STANDARD DI SOSTENIBILITÀ STANNO DIVENTANDO SEMPRE PIÙ IMPORTANTI NEI NUOVI SVILUPPI LAST-MILE E NELLA RIQUALIFICAZIONE DEGLI ASSET ESISTENTI?

Le soluzioni più efficaci sono quelle che migliorano concretamente l'operatività quotidiana dei clienti e, allo stesso tempo, rendono gli immobili più efficienti, resilienti e capaci di adattarsi nel tempo. Parliamo, ad esempio, di illuminazione LED e sistemi impiantistici ad alta efficienza, elettrificazione del riscaldamento dove possibile, impianti fotovoltaici in copertura, infrastrutture di ricarica per i veicoli elettrici e sistemi di smart metering, che consentono anche un monitoraggio più puntuale delle performance energetiche. Anche la disponibilità di un'adeguata potenza elettrica e di infrastrutture di ricarica sta assumendo un peso crescente, soprattutto con la progressiva elettrificazione delle flotte. Allo stesso tempo, layout flessibili permettono agli immobili di adattarsi all'evoluzione delle attività dei clienti, dalla gestione dei resi ai servizi di assistenza, fino all'assemblaggio leggero e alle attività legate all'economia circolare. Per i nuovi sviluppi puntiamo alla certificazione BREEAM Excellent, o a uno standard locale riconosciuto equivalente, con

BREEAM Very Good o equivalente come requisito minimo. Sugli asset esistenti, invece, adottiamo un approccio mirato: gli interventi vengono definiti tenendo conto delle caratteristiche dell'immobile, delle esigenze del cliente e dello specifico contesto locale.



QUALI SETTORI STANNO TRAINANDO LA DOMANDA IN ITALIA E COME STANNO EVOLVENDO LE ESIGENZE IN TERMINI DI SPAZI PER LA LOGISTICA URBANA?

La domanda non è più legata prevalentemente all'e-commerce, ma proviene da una base di utilizzatori sempre più diversificata. A trainarla sono gli operatori della logistica conto terzi, il retail e la distribuzione, il settore manifatturiero,

le PMI e i servizi essenziali. A questi si aggiungono attività in crescita legate alla gestione dei resi, ai servizi di assistenza, all'assemblaggio leggero, all'elettificazione delle flotte e all'economia circolare. Per queste aziende è fondamentale essere vicine ai consumatori, alla forza lavoro e ai principali centri di attività economica. La localizzazione rimane quindi il principale driver della domanda. Parallelamente, cresce la richiesta di immobili capaci di adattarsi a modelli operativi diversi e di evolvere insieme alle esigenze dei clienti. Questo significa layout efficienti e flessibili, un'adeguata disponibilità di potenza elettrica, infrastrutture di ricarica e dati affidabili sulle performance dell'edificio. La localizzazione resta quindi il punto di partenza di ogni progetto di sviluppo, ma è altrettanto importante realizzare immobili flessibili, efficienti e in grado di rispondere alle esigenze dei clienti nel lungo periodo.

SINISTRA

*Mileway - progetto
di riqualificazione*

Albairate

*via Marcatutto 1,
Albairate (MI) 20080*

DESTRA

*Mileway - progetto
di sviluppo*

Bellusco

*via delle Industrie 30,
Mezzago (MB) 20883*



”

Per Mileway, lo sviluppo va ben oltre la semplice realizzazione di nuovi immobili. Significa mettere a sistema la conoscenza del nostro portafoglio, il rapporto con i clienti e le competenze maturate nei diversi mercati

LO SVILUPPO STA ASSUMENDO UN RUOLO SEMPRE PIÙ STRATEGICO PER MILEWAY. QUALE CONTRIBUTO AVRÀ NELLA PROSSIMA FASE DI CRESCITA DELL'AZIENDA E QUALI SONO I SUOI OBIETTIVI PER LA FUNZIONE DEVELOPMENT A LIVELLO EUROPEO?

Per Mileway, lo sviluppo va ben oltre la semplice realizzazione di nuovi immobili. Significa mettere a sistema la conoscenza del nostro portafoglio, il rapporto con i clienti e le competenze maturate nei diversi mercati, investendo nel tempo per migliorare la qualità e il valore dei nostri asset. Ci permette inoltre di valorizzare al meglio una risorsa sempre più scarsa come il suolo urbano, attraverso interventi di rigenerazione e riqualificazione, una maggiore valorizzazione dei siti esistenti, soluzioni Build-to-Suit e, in modo selettivo, nuovi sviluppi. Allo stesso tempo, ci consente di anticipare l'evoluzione delle esigenze dei clienti e di adeguare il nostro portafoglio di conseguenza. Il mio obiettivo è consolidare una funzione Development europea solida e strutturata, capace di coniugare standard comuni con una profonda conoscenza dei singoli mercati e una forte capacità di realizzazione a livello locale. Sono convinto che la nostra pipeline continuerà a crescere nei prossimi anni, con un peso sempre maggiore dei nuovi sviluppi e un approccio selettivo alle opportunità di riqualificazione. La pipeline comprenderà sia sviluppi speculativi sia progetti Build-to-Suit, permettendoci di rispondere alle diverse esigenze del mercato mantenendo al tempo stesso un approccio rigoroso nella selezione degli investimenti e nella valutazione dei ritorni.



La rivoluzione degli **Edifici Autonomi**

Immagina un edificio che lavora prima che arrivino le persone: dati, AI e analytics prevedono occupazione e meteo, ottimizzano energia e sicurezza, riducono sprechi e costi operativi.

Scopri gli Edifici Autonomi su
[siemens.com/autonomous-buildings](https://www.siemens.com/autonomous-buildings)

SIEMENS



IL VALORE DEL REAL ESTATE VA OLTRE L'IMMOBILE

La sintesi del Camelot del 14.10.2026

di Redazione



LOGISTICA

SCOPRI DI PIÙ SUL DOCUMENTO

GUARDA IL VIDEO

con gli interventi integrali dei relatori

LOGISTICA

TEMA DEL CONSIGLIO

La Logistica alla prova del dialogo

INTERVENGONO



Sandro Innocenti
PROLOGIS



Michele Lodigiani
MILEWAY



Antonio Guarascio
GSE/CONFLUENCE



Negli ultimi anni di rapidissima espansione, il prodotto immobiliare logistico si è evoluto tantissimo in termini di qualità. Ma il settore, nonostante sia molto apprezzato dagli investitori del real estate, trascina con sé tutta una serie di percezioni negative ben radicate nella visione dei cittadini e delle amministrazioni: il consumo di suolo, il traffico generato, l'impatto ambientale... Tutti fattori che contribuiscono ancora al diffuso atteggiamento noto come not in my back yard.

Eppure, a ben guardare, gli effetti positivi della nuova logistica sono molti. Partiamo dall'impiego: un asset logistico porta con sé la creazione di nuovi posti di lavoro. E si tratta di molti posti, siamo lontani dai magazzini con due o tre persone dell'epoca pre-Covid. Si tratta inoltre di posizioni in cui si richiede manodopera specializzata, visto che oggi le attività più basilari vengono svolte dai sistemi di automazione. Infine, le nuove strategie degli operatori logistici (e di conseguenza gli immobili) puntano a cre-

are welfare, benessere per le persone al fine di trattenerli presso la struttura proprio in virtù del loro valore come lavoratori specializzati.

Se ci spostiamo fuori dall'asset, la logistica oggi è in grado di rigenerare aree degradate di brownfield (vecchi capannoni o industrie dismesse), porta con sé un aggiornamento in termini migliorativi della viabilità stradale e può in certi casi aprirsi al pubblico, facendo sì che gli spazi tra gli immobili possano essere vissuti dalla cittadinanza grazie alla presenza di campi sportivi, alberature, piste ciclabili e persino opere d'arte muraria sulle pareti degli edifici.

C'è quindi un nuovo modo di fare logistica, moderna, attenta alle persone. Una "bella logistica", come si è preso a descriverla negli eventi e nelle interviste dedicate al settore. Allora dove sta il problema?

La questione è nella comunicazione finora poco curata verso l'esterno, verso i cittadini e le amministrazioni. Il settore si sta però attrezzando attra-



**SANDRO
INNOCENTI**



**MICHELE
LODIGIANI**



**ANTONIO
GUARASCIO**



verso le associazioni per valorizzare gli effetti positivi della logistica e offrire una comunicazione forte e condivisa, in grado di avviare quel cambio culturale necessario per permetterne

il corretto sviluppo. Che, non dimentichiamolo, è fondamentale per tutta la catena di approvvigionamento finalizzata a fornire prodotti per la vita quotidiana e il benessere.



DATA CENTER

SCOPRI DI PIÙ SUL DOCUMENTO

GUARDA IL VIDEO

con gli interventi integrali dei relatori

DATA CENTER

TEMA DEL CONSIGLIO

**Data Center: capire l'asset class
per svilupparne il potenziale**

INTERVENGONO



Antonio Gallea
SCHNEIDER ELECTRIC



Laura Castagna
RETELIT



Marco Spelta
DBA

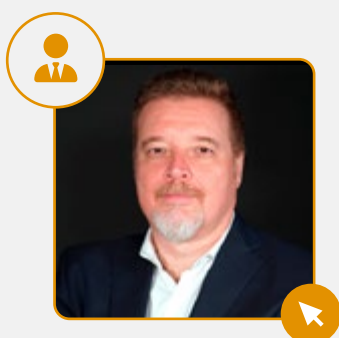


C'è un mezzo errore nel titolo di questo panel di Camelot ilQI interno all'Area Mercato e Costruzioni, il termine asset. In effetti è corretto, perché i data center sono asset, ma scritta così si rischia di indurre un mercato immobiliare che questi sviluppi siano una nuova asset class. Spoiler: non lo sono. Sin dall'inizio del panel, infatti, gli ospiti confermano quanto i data center siano molto più simili ad una infrastruttura che non ad un building, visto che alla fine i dati viaggiano su cavi e centri dati, come un'automobile su un'autostrada.

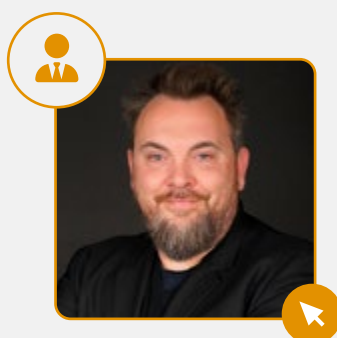
Non solo questo, però, esclude i data center dall'essere simili a un edificio standard, basti pensare agli interni che lo compongono: se da un lato ci sono arredi e impianti relativamente semplici, in un'infrastruttura che serve il mondo digitale le parti che compongono l'interno sono parecchio sofisticate e molto più costose. Il problema è che il settore immobiliare ragiona in metri quadrati, non in megawatt e questo gli impedisce di comprendere

le implicazioni di uno sviluppo in cui i costi di terreno e involucro sono irrilevanti rispetto a tutto quello che c'è dentro. A questo si aggiunge un Paese come l'Italia che non ha ancora compreso il potenziale di questi centri per il suo sviluppo futuro, non solo immobiliare, ma economico e geopolitico.

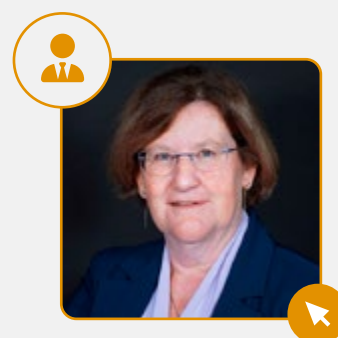
Dunque, non sono pochi gli ostacoli che rallentano il processo di crescita del settore, nonostante le basi per lo sviluppo ci siano. Eppure si parla ancora della sostenibilità dei centri dati che vengono visti come profondamente inquinanti ed energivori, quando in Europa il mercato è profondamente normato affinché l'impatto delle strutture sia contenuto (anche perché molte critiche sul settore riguardano i modelli di data center statunitensi, vetusti e troppo grandi per il nostro continente), mentre a livello di energia l'Italia è pronta a sostenere le richieste del mercato, che al momento copre ancora circa un quarto del suo potenziale. Si tratta di un'opportunità che l'Italia deve cogliere per tanti fattori, a partire



**ANTONIO
GALLEA**



**MARCO
SPELTA**



**LAURA
CASTAGNA**



dalla geografia europea dove il nord è saturo e porta gli operatori ad esplorare nuove location capaci di fare da ponti tra i vari continenti; da un lato la Spagna per l'America e dall'altro

l'Italia come hub di connessione con Africa e Asia. In ultimo, ma non meno importante, la possibilità di rigenerare parecchie aree industriali dismesse.



RETAIL

SCOPRI DI PIÙ SUL DOCUMENTO

GUARDA IL VIDEO

con gli interventi integrali dei relatori

RETAIL

TEMA DEL CONSIGLIO

Costruire il Nuovo Retail

INTERVENGONO



Luca VerPELLi
ODOS



Alberto Deiana
GRUPPO CUALBU



Maurizio De Gregorio
HERONIS



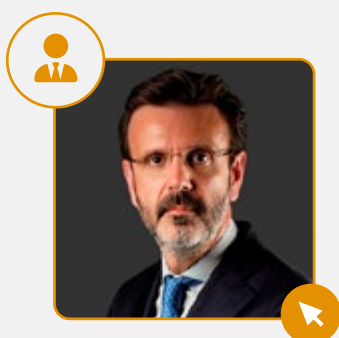
Il retail cambia, le abitudini delle persone si trasformano e il centro commerciale non può più contare soltanto sulla presenza dei negozi per attirare visitatori. Nell'epoca degli acquisti online e dei servizi sempre più accessibili a livello digitale, la vera sfida per il real estate è capire quale ruolo possano avere questi spazi nella vita quotidiana delle persone e perché qualcuno dovrebbe ancora scegliere di raggiungerli fisicamente.

Il primo punto riguarda il rapporto con il territorio, perché un centro commerciale non è un contenitore che è possibile replicare in diversi contesti ma un asset che può trovare valore nella capacità di interpretare il contesto in cui si inserisce. Attività locali, spazi pubblici, iniziative culturali e bisogni della comunità possono contribuire a costruire un'identità riconoscibile, rendendo il centro un luogo meno isolato dal proprio intorno e più integrato nella vita del territorio. Non si tratta soltanto di ospitare nuovi negozi, ma di capire che cosa possa rendere quello spazio davvero significativo per chi lo frequenta.

C'è poi il tema dell'esperienza. Se acquistare un prodotto da casa è sempre più semplice, recarsi in un centro commerciale deve offrire qualcosa in più rispetto alla possibilità di fare shopping. Servizi, occasioni di socialità, intrattenimento e spazi in cui trascorrere del tempo diventano elementi importanti per costruire una relazione duratura con i visitatori. Una trasformazione che richiede anche di conciliare esigenze diverse: quelle dei retailer, chiamati a generare vendite, e quelle di persone che cercano un'esperienza più ampia, non necessariamente legata all'acquisto immediato.

Per chi investe e gestisce questi immobili, cambia di conseguenza anche il modo di valutarne il successo: fatturato e numero di ingressi restano indicatori fondamentali, ma da soli possono non raccontare fino in fondo la qualità dell'esperienza, la capacità di fidelizzare il pubblico e il legame costruito con il territorio.

In questo scenario, la tecnologia e l'intelligenza artificiale possono offrire nuove opportunità: aiutare a comprendere i comportamenti dei visita-



**LUCA
VERPELLI**



**ALBERTO
DEIANA**



**MAURIZIO
DE GREGORIO**



tori, migliorare la gestione degli spazi e rendere più mirati i servizi. Occorre però essere consapevoli rispetto all'utilizzo di questi dati con l'obiettivo di mantenere al centro le persone e le loro esigenze. L'evoluzione del retail non dipenderà

soltanto da quanto un centro commerciale saprà vendere o da quanto riuscirà ad ottimizzare i costi, ma anche e soprattutto dalla sua capacità di diventare un luogo riconoscibile, utile e in cui è piacevole trascorrere il proprio tempo.



CONDOMINIO

SCOPRI DI PIÙ SUL DOCUMENTO

GUARDA IL VIDEO

con gli interventi integrali dei relatori

CONDOMINIO

TEMA DEL CONSIGLIO

**Il condominio chiama,
il Real Estate risponde?**

INTERVENGONO



Filippo Loiodice
WEGREENIT



Massimo Bassani
SAVILLS ITALIA



Eleonora Viganò
IPI MANAGEMENT SERVICES



Giovanni Mancini
TOPLIFE CONCIERGE

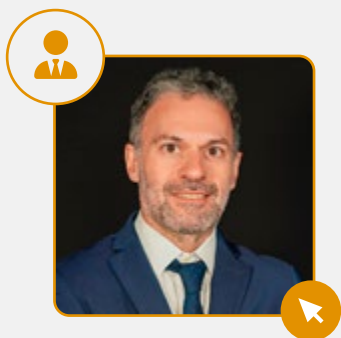


Il patrimonio residenziale italiano è enorme, ma trasformarlo in un prodotto immobiliare capace di attirare investimenti e rispondere alle nuove esigenze abitative non è così semplice. A pesare sono la frammentazione della proprietà, la difficoltà di prendere decisioni condivise e un mercato degli affitti che, tra incertezze normative e problemi di gestione, fatica ancora a esprimere tutto il suo potenziale.

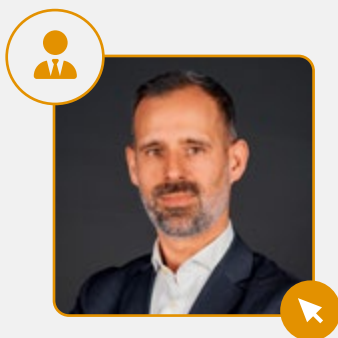
Eppure, proprio da queste criticità potrebbe partire una nuova stagione per il real estate. Se pensiamo ad esempio al condominio, spesso considerato soltanto un problema da amministrare o un edificio su cui intervenire quando non è più possibile rimandare, perdiamo di vista l'occasione di valorizzare un patrimonio partendo da una visione più ampia: non più interventi da affrontare singolarmente ma con una strategia che integri riqualificazione, gestione e rinnovamento nel tempo. Per riuscirci servono però modelli operativi più strutturati, una governance efficace e la possibilità di coinvolgere proprietari, operatori e investitori attorno a obiettivi condivisi. Il tema si intreccia con l'evoluzione

del Living e con formule come il BTR, dove la domanda di abitazioni in affitto può trovare una risposta più flessibile; ma per attrarre capitali servono economie di scala, rendimenti sostenibili e regole che consentano di programmare gli investimenti nel lungo periodo. Resta da capire quanto il modello sia replicabile oltre i principali mercati urbani e se esista una massa critica sufficiente a renderlo un prodotto davvero diffuso.

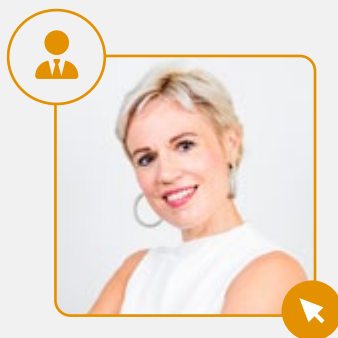
C'è poi una questione spesso sottovalutata: il valore dei servizi. Spazi comuni, assistenza e soluzioni pensate per semplificare la vita quotidiana possono migliorare l'esperienza abitativa, ma devono offrire benefici riconoscibili e costi proporzionati altrimenti rischiano di diventare soltanto un'altra voce nel bilancio dei residenti, senza un reale ritorno per l'immobile. Il mercato non necessita semplicemente di nuove formule abitative ma di costruire le condizioni perché il residenziale diventi un'asset class più gestibile ed in cui si sia portati ad investire senza perdere di vista chi quegli edifici li abita.



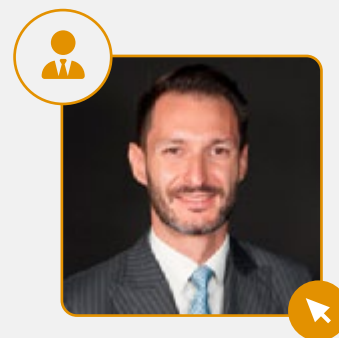
**FILIPPO
LOIODICE**



**MASSIMO
BASSANI**



**ELEONORA
VIGANÒ**



**GIOVANNI
MANCINI**





**Soluzioni personalizzate ed efficienti per il benessere climatico.
MIGLIORIAMO LA VITA DELLE PERSONE**

Con MORE hai un unico interlocutore per il tuo benessere climatico:
soluzioni tecnologicamente avanzate, personalizzate ed efficienti,
pensate per offrirti il massimo comfort, senza rumori né correnti d'aria.

**Vivi un'esperienza di vero Wellbeing nei nostri showroom esperienziali
di Brescia e Milano.**

Scansiona il qr code e prenota la tua visita.



info@rbmmore.com
rbmmore.com

MORE
the wellbeing

COCUZZA FOTOGRAFA UN RETAIL PIÙ RESPONSABILE MA SEMPRE PIÙ POLARIZZATO

*Retail Real Estate Trends 2026: focus su Rigenerazione
e valore, ESG e sostenibilità, Luxury senza confini*

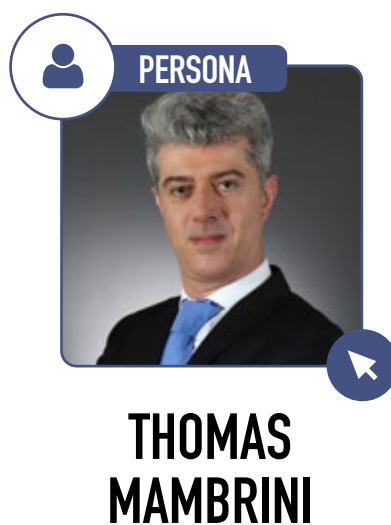
di Marco Luraschi



COCUZZA ha organizzato a Milano l'appuntamento tradizionale dedicato ai professionisti del settore retail real estate per approfondire i temi più importanti e capire quali sono i trends che supporteranno lo sviluppo nei prossimi anni. La dodicesima edizione del **Retail Real Estate Trends 2026** organizzata al Centro Svizzero con il Patrocinio del Comune di Milano ha riunito, infatti, gli stakeholders del retail real estate (top manager, General Counsel e professionisti) in una mattinata divisa a metà tra panel sul palco, dedicati alle presentazioni di contenuti specifici, e tre tavoli tematici di confronto che erano identificati in rigenerazione urbana e creazione di valore, compliance ESG e responsabilità della filiera da obbligo a vantaggio competitivo e, infine, luxury senza confini, moderati rispettivamente da Thomas Mambrini, Giulia Comparini e Claudio Cocuzza di COCUZZA. Questa edizione ha voluto approfondire il tema del ruolo del Retail Real Estate



come fattore di rigenerazione urbana, come creatore di valore condiviso per il territorio, "non soltanto come attività commerciale insediata in un immobile, ma come funzione capace di riattivare spazi dismessi, ricucire tessuti urbani frammentati e generare valore economico e sociale nei quartieri". Si è parlato di best practice come per esempio lo store Apple di Piazzale Liberty a Milano, del centro Merla-



ta Bloom e di alcuni esempi di brand del lusso che hanno portato valore ai quartieri e al tessuto sociale con i loro interventi privati. Interessante la presentazione del Report realizzato dai giovani dell'associazione Students for real estate dell'Università Bocconi, un intervento di contenuto e trasporto dedicato al valore creato dai progetti retail di rigenerazione. Gli ultimi dati di mercato confermano che anche nel corso del 2026 (primi tre trimestri) il settore ha performato bene in termini di volume di capitale investito. Italiani e, soprattutto, investitori internazionali guardano al retail (retail park, all, high streets) come ad un settore remunerativo e in grado di generare cash flow costante. Il mercato Retail, secondo CBRE, registra nel terzo trimestre volumi di investimento pari a 470 mln di euro, portando i primi nove mesi dell'anno a circa 2,6 mld di euro, confermando l'eccezionale momento del mercato dopo un 2025 record. Non distanti gli altri report che vedono il settore ancora in testa come volumi, le high streets, in particolare Milano con le sue vie principali della moda, è ormai al top mondiale per prezzi e canoni, come le prime 2-3 vie più importanti di Londra, Tokyo o New York. Come ci confermava, però, Claudio Cocuzza nell'intervista alla QITV è un mercato sempre più "polarizzato", verso la fascia alta, penalizzante per location, vie e città "secondarie".

INVESTIMENTI REAL ESTATE

PRIMI 9 MESI DEL 2026

€ 9,83 MLD

RETAIL	33%
LOGISTICA	20%
ALTERNATIVES	17%
HOSPITALITY	15%

Fonte: BNP Paribas Real Estate



RETAIL TRENDS

EDIZIONE 2026

SERVIZIO E INTERVISTE QITV



SERVIZIO
QITV



Claudio Cocuzza
COCUZZA



Giulia Comparini
COCUZZA



Thomas Mambrini
COCUZZA



Efficienti Innovative Sostenibili

LE NOSTRE SOLUZIONI
PER LA RICARICA
DI VEICOLI ELETTRICI



Stazioni di ricarica per veicoli elettrici
ideali per abitazioni, applicazioni nel
terziario e società di servizi.



SCOPRI DI PIÙ
SUL NOSTRO SITO

SCOPRI LA GAMMA COMPLETA DI SOLUZIONI BTICINO



GreenUP One



GreenUP Premium
in plastica



GreenUP Premium
in metallo



Ensto Wallbox



Ensto Pro

#improving**Lives**

Seguici su



bticino

A Group brand | **legrand**



DI COSA PARLIAMO, QUANDO PARLIAMO DI “IDENTITÀ NAZIONALE”

di Rosario Manzo, architetto urbanista

L'identità nazionale spesso richiama immagini di popoli, lingue, simboli e memorie collettive. Qualcuno oggi e in passato sovrappone e ha frainteso questo concetto con quello della “razza”, legandolo al colore della pelle e degli occhi. Ma l'identità non è soltanto una somma di persone o di racconti, è anche il paesaggio materiale che abitiamo oltre, ovviamente, alla lingua e alla letteratura, alla storia del Paese. Architetture, città, centri storici, paesaggi coltivati e naturali, montagne, colline, fiumi sono i luoghi concreti in cui si sedimentano pratiche, saperi, estetiche e relazioni con il tempo, sono la testimonianza di un passato comune, di una traiettoria che ci ha portato ai giorni nostri. Questi elementi non sono semplici sfondi: costituiscono la trama sensibile e duratura che rende riconoscibile una comunità nel mondo, quello che viene venduto come “Italian Style”. Quando guardiamo una piazza medievale, una valle coltivata a terrazze o il profilo di una catena montuosa, stiamo leggendo una storia materiale, che ha



accolto tante storie “immateriali”. Le pietre delle chiese, le trame dei paesaggi coltivati a vigneti e a oliveti, i percorsi dei fiumi raccontano scelte tecniche, economiche e culturali: come si è abitato un territorio, quali risorse si sono valorizzate, quali rischi si sono affrontati.

L'identità nazionale, intesa in questi termini, è dunque anche architettonica e “paesaggistica”, fatta di manufatti e di relazioni ecologiche che plasmano comportamenti, memorie e immaginari collettivi. Questa prospettiva sposta l'attenzione dalla mera appartenenza demografica a ciò che i nostri antenati hanno realizzato e trasmesso: il patrimonio costruito e naturale è il “corpo” visibile dell'identità nazionale. Proteggerlo, quindi, non significa solo conservare oggetti d'arte o parchi naturali, ma salvaguardare i contesti che permettono a una cultura di continuare a esprimersi e a trasformarsi. La riflessione italiana sul patrimonio culturale trova in Benedetto Croce un punto di riferimento fondamentale, proprio in relazione al concetto di identità nazionale. Croce ha insistito sull'idea che il patrimonio non sia un insieme di cose morte, ma la manifestazione viva dello spirito e della storia di un popolo. La sua concezione ha contribuito a spostare la tutela dal mero interesse antiquario a una visione etica e culturale: preservare i beni significa difendere la possibilità di comprensione e formazione della comunità, per le generazioni future e per chi sceglie di essere italiano. Da questa impostazione teorica sono nate pratiche e norme che riconoscono il valore pubblico dei beni culturali e paesaggistici, non solo come oggetti di studio ma come elementi costitutivi dell'identità collettiva. La tutela, in questo senso, è un atto di cura della memoria e delle condizioni di vita che permettono alla cultura di riprodursi.



Come è noto, la legislazione italiana sulla tutela dei beni culturali e paesaggistici si è sviluppata nel corso del Novecento, intrecciando istanze scientifiche, amministrative e culturali. Le prime leggi moderne di tutela hanno progressivamente riconosciuto la necessità di proteggere non solo singoli monumenti ma interi contesti urbani e paesaggistici, introducendo strumenti per la conservazione, il restauro e la gestione del territorio. Questo percorso normativo riflette la trasformazione del concetto di patrimonio da "collezione" di oggetti, come avveniva negli antiquarium dei nobili e dei cardinali, a sistema integrato di luoghi e pratiche. La normativa ha inoltre cercato di coniugare tutela e fruizione: conservare significa anche rendere accessibile, studiare e comunicare. Per questo la legge non è solo vincolo, ma anche occasione per ricerca storica, archeologica, architettonica e per interventi che mantengano la vitalità dei luoghi. L'articolo 9 della Costituzione italiana afferma il valore della cultura e della tutela del paesaggio come beni di interesse generale. Questo articolo ha costituito una base costituzionale per le politiche di tutela, collegandola promozione della cultura alla protezione del patrimonio e del paesaggio. La formulazione costituzionale ha, dunque, legittimato l'intervento pubblico e la ricerca scientifica come strumenti necessari per la conservazione e la valorizzazione. Negli ultimi anni il quadro costituzionale e normativo ha visto ulteriori sviluppi per integrare la dimensione ambientale e la biodiversità nella tutela del patrimonio. Tali aggiornamenti riflettono la consapevolezza che la protezione del paesaggio e delle architetture non può essere disgiunta dalla cura degli ecosistemi e dalla ricerca scientifica. Negli anni recenti l'attenzione legislativa si è spostata con maggiore forza verso la relazione tra tutela culturale e tutela ambientale. A livello costituzionale e normativo sono state introdotte formulazioni che riconoscono l'importanza della protezione dell'ambiente, della biodiversità e degli ecosistemi come parte integrante della tutela del



ROSARIO MANZO

patrimonio nazionale. Questi interventi hanno rafforzato il legame tra conservazione dei luoghi e ricerca scientifica multidisciplinare, rendendo obbligatoria una lettura ecologica dei contesti storici e architettonici. La ricerca scientifica – storica, archeologica, architettonica, ecologica – diventa così strumento imprescindibile per definire interventi di tutela coerenti: conoscere i processi naturali, le trasformazioni storiche e le tecniche costruttive è condizione per conservare

in modo sostenibile e per progettare adattamenti che rispettino l'identità dei luoghi.

Se consideriamo, quindi, l'identità nazionale come insieme di architetture e paesaggi, le politiche pubbliche, anche nei confronti della compartecipazione dei privati, devono orientarsi verso una gestione integrata che unisca tutela, ricerca e sviluppo sostenibile. Sotto certi aspetti, se vogliamo, esiste una responsabilità del Real estate, pubblico e privato, per la continuazione della qualità del costruito, anche sotto questo aspetto identitario. Alcuni punti chiave sono necessari per conservare l'identità nazionale: proteggere non solo singoli monumenti ma i contesti urbani e rurali che li rendono significativi; coinvolgere storici, architetti, ecologi, agronomi e comunità locali nella definizione degli interventi; promuovere accesso e conoscenza senza compromettere l'integrità dei luoghi; integrare misure di resilienza per proteggere i beni dalle trasformazioni ambientali; finanziare studi che monitorino lo stato di conservazione e le dinamiche ecologiche e culturali. Queste pratiche possono trasformare la tutela in un processo dinamico: non si tratta di congelare il passato, ma di governare il cambiamento in modo che l'identità materiale continui a parlare alle generazioni future. In sintesi, quando parliamo di identità nazionale in termini di architetture, città, paesaggi e ambienti naturali, stiamo descrivendo un patrimonio vivo che richiede conoscenza, cura, decisioni pubbliche informate e privati responsabili. Le idee di pensatori come Benedetto Croce hanno contribuito a fondare una concezione della tutela come responsabilità culturale; la Costituzione e le successive integrazioni normative hanno tradotto questa responsabilità in strumenti giuridici che oggi si intrecciano con la scienza ambientale e con una responsabilità collettiva della comunità "nazionale". Difendere questa identità significa dunque non solo prendersi cura dei luoghi che ci costituiscono, con politiche che uniscano tutela, ricerca e sostenibilità per mantenere la continuità tra passato, presente e futuro, ma anche tramandare la Storia italiana per i cittadini futuri. Senza pensare al colore della pelle e degli occhi.



SAMSUNG

WindFree

Migliaia di microfori e AI, per il massimo comfort, senza getti d'aria diretti⁽¹⁾



Scopri la famiglia WindFree⁽²⁾



Unità a Parete



Cassetta 4 Vie



Cassetta 1 Via

Cassetta360

Design circolare, massimo comfort. Il primo sistema di climatizzazione a 360°



EHS

Pompe di calore EHS: l'alternativa al riscaldamento tradizionale, elettrica e connessa



DVM S2

Il sistema VRF di nuova generazione con Intelligenza Artificiale nativa



Le migliori soluzioni Samsung uniscono **comfort, connettività e facilità d'installazione** per rendere unico ogni ambiente domestico o lavorativo.



Comfort WindFree™

Diffusione omogenea senza getti d'aria diretti⁽¹⁾



Connettività⁽²⁾

Gestione e monitoraggio energetico tramite AI e App

 SmartThings



Efficienza Energetica⁽²⁾

Alta efficienza energetica e prestazioni elevate

(1) ASHRAE (American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers) definisce "aria ferma" le correnti d'aria che si muovono a una velocità inferiore a 0,15 m/s e che non presentano correnti di aria fredda.
(2) Le specifiche tecniche possono variare a seconda del modello

Find Your Comfort

CLIMATIZZAZIONE | VENTILAZIONE | POMPE DI CALORE



6° anno
consecutivo





LE AZIENDE INFORMANO



Dalla teoria alla pratica: Mitsubishi Electric accompagna i giovani nel mondo del lavoro

In un contesto in cui la richiesta di competenze tecniche specializzate continua a crescere, con una domanda globale di profili tecnici che secondo Randstad è cresciuta del 27% fra il 2022 e il 2026, Mitsubishi Electric conferma il proprio impegno a favore delle nuove generazioni attraverso un articolato ecosistema di iniziative...

[LEGGI LA NOTIZIA](#)



GEWISS firma l'infrastruttura tecnologica del Salewa Cube Varese

Un luogo dove mettersi alla prova, condividere una passione e scoprire nuovi modi di vivere lo sport. È questa l'anima del Salewa Cube Varese, la prima palestra della città interamente dedicata al climbing sportivo. Inserita all'interno di un nuovo polo per lo sport e il tempo libero nato dalla riqualificazione di un'ex area sportiva dismessa...

[LEGGI LA NOTIZIA](#)



SOSTIENI



ilQI Life

DOVE IL COSTRUITO
INCONTRA LA VITA

Uno sguardo nuovo sull'immobiliare: oltre i numeri, dentro le relazioni. ilQI Life racconta l'altro real estate, tra benessere, persone e territorio

ABBONATI

Un altro real estate non solo è possibile, ma è necessario.

ilQI Life è la nuova pubblicazione de *il Quotidiano Immobiliare* che indaga il valore della vita in rapporto al costruito. Una pubblicazione speciale che, attraverso rubriche tematiche, interviste, analisi, dati e casi concreti, esplora l'impatto umano, sociale e ambientale dell'immobiliare, offrendo uno sguardo nuovo su ciò che accade dopo la realizzazione di un edificio: quando lo spazio inizia a generare relazioni, benessere e trasformazioni nei luoghi e nelle comunità.

Approfondimenti



Innovare il real estate integrando nuovi servizi nell'offerta

Piero Alriento

Nel nuovo scenario demografico e sociale, il real estate deve evolvere da semplice costruttore di spazi a creatore di soluzioni per il benessere delle persone. L'integrazione di servizi - come nel caso di Cevita Vita - Medical Firenze - mostra come la collaborazione tra immobiliare e sanità possa generare valore condiviso, trasformando gli edifici in vere e proprie infrastrutture di salute, prevenzione e qualità della vita.



Housing un pilastro per il completamento del mercato unico

Luca Bertalot, EMF-ECBC

La crisi abitativa è ormai una questione sociale ed europea. Accessibilità e sostenibilità diventano pilastri del nuovo piano comunitario, con Bruxelles pronta a mobilitare investimenti e strumenti di garanzia per aumentare l'offerta, riqualificare il patrimonio edilizio e sostenere i cittadini più fragili. La casa torna ad essere diritto, asse sociale e motore di integrazione nel mercato unico.

Storie e Territorio



Residenza per anziani Grieserhof



Una nuova Scampia, tra memoria e futuro

Abbonati e sostieni un progetto editoriale indipendente dedicato a chi vuole comprendere e guidare questa evoluzione.

Il futuro del real estate si costruisce con visione. Insieme.



SOSTIENI IL PROGETTO EDITORIALE ilQI Life



50



www.ilqi.it

CONTATTACI PER PRENOTARE UNO SPAZIO PUBBLICITARIO A service@ilqi.it

info@ilqi.it - www.ilqi.it

IL SETTIMANALE DE IL QUOTIDIANO IMMOBILIARE

FONDATA DA
Guglielmo Pelliccioli

REDAZIONE
Kevin Massimino, Patrizio Valota,
Pietro Zara

CONSULENZA EDITORIALE
Daily Real Estate sas
di Lara Pelliccioli

GRAFICA E IMPAGINAZIONE
Massimo Ghilardi

**RESPONSABILE AMMINISTRAZIONE,
SERVIZI E ABBONAMENTI**
Simona Galiero, Paolo Pelliccioli

IMMAGINI E VIDEO
Andrea Bassis, Giuliano Bellini

WEB E DIGITALE
Matteo Belotti

EDITORE
DAILY REAL ESTATE S.R.L.
Via Copernico, 40
24069 Trescore B.rio (BG)
Iscrizione ROC N.22163

LEGALE RAPPRESENTANTE
Luca Pelliccioli

DIRETTORE RESPONSABILE
Marco Luraschi

CONTATTI
Tel. +39 035-211356
www.ilqi.it - info@ilqi.it

**AUTORIZZAZIONE
TRIBUNALE DI AREZZO
N.1/13 DEL 03.01.2013**

© Copyright Daily Real Estate s.r.l.
– Bergamo

La pubblicità non supera il 45%
del numero delle pagine della
rivista. Foto e immagini dell'editore
o di ©Shutterstock a eccezione
di quelle fornite direttamente
dagli autori.

Ai sensi dell'art.2 comma 2 del codice
di deontologia relativo al trattamento
dei dati personali nell'esercizio
dell'attività giornalistica, si rende nota
l'esistenza di una banca dati personali
di uso redazionale presso la sede di Via
Copernico, 40 Trescore B.rio (BG).
Gli interessati potranno rivolgersi
al responsabile del trattamento dei
dati presso detta sede per esercitare i
diritti previsti dal D.lgs 196/2003 e del
Regolamento UE 2016/679 "GDPR"
Informativa sulla Privacy alla pagina
web www.ilqi.it/condizioni#privacy.