



STUDENTATI, LE NUOVE SFIDE DI UN NUOVO MERCATO

*Samuele Annibali di Campus X spiega
come questo asset class si sta adeguando alla domanda*

di Kevin Massimino

Il mercato dello student housing in Italia sta crescendo, ma la distanza dal resto d'Europa è ancora grande. Trattandosi poi di un mercato la cui domanda è anagraficamente giovane e per questo in continua evoluzione non mancano le sfide per mantenere sempre aggiornato il prodotto. Per comprendere meglio questa situazione siamo tornati da **Samuele Annibali**, Direttore Generale di **Campus X**.

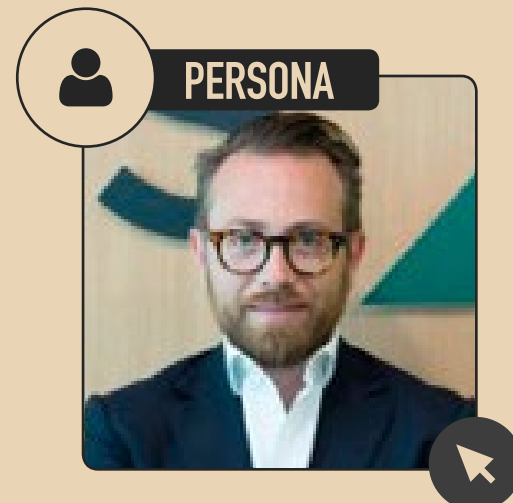


Dott. Annibali, partiamo dalle novità che hanno riguardato negli ultimi mesi per Campus X e quali sono i prossimi progetti, tra i quali spicca il Campus di Firenze pronto il prossimo settembre. A che punto è il cantiere di quest'ultimo?

I tredici piani dello Student Resort Fiorentino sono cresciuti rapidamente e presto i tempi saranno maturi per liberare la struttura dalle impalcature. Per i primi di settembre saremo pronti ad accogliere i numerosi studenti che hanno scelto CampusX come "casa" per il 2020.

Ce lo vuole descrivere?

Il CXFI rappresenta in pieno il nostro modello abitativo, caratterizzato da spazi dedicati alla condivisione delle attività quotidiane che accomunano gli studenti; per citarne alcuni: caffetteria, rooftop attrezzato, aree dedicate allo sport sia esterne che interne, aree lounge and play e tanto altro. Naturalmente non mancano i servizi di base come le aule studio, reception e lavanderia.



SAMUELE ANNIBALI



CLICCA QUI per leggere la precedente intervista a Samuele Annibali





Il mercato dello student housing in Italia sta cercando di recuperare in fretta il gap con il resto d'Europa, si parla di una domanda potenziale ma insoddisfatta. Secondo voi esiste ancora spazio di crescita nel nostro Paese?

Lo spazio per formule di qualità nell'accomodation giovanile è infinito, poiché le offerte abitative attuali non reggono gli standard internazionali ricercati dagli studenti "fuori sede". Soprattutto l'offerta abitativa dedicata alle brevi permanenze, sempre più diffuse nell'ambito dei percorsi formativi Accademici, non è adeguata alle esigenze degli studenti Italiani e soprattutto Internazionali.





L'asset student housing ha iniziato anche a modificarsi. Si parla dell'integrazione di queste realtà anche in sviluppi mixed-use, con studenti collocati all'interno di sviluppi terziari o poli scientifici. Può essere una strada per accelerare il movimento?

Gli spazi ormai non si possono più classificare in funzione dell'uso, ma in funzione dell'utilizzatore.

In Italia il fenomeno degli affitti brevi è in crescita. Si tratta di un settore, questo insieme ad altri dedicati alla locazione, che può fare da competitor a quello degli studentati o che invece può rappresentare un'opportunità per soddisfare la distanza tra domanda di posti letto?

Io credo che in un mercato competitivo e che ha utenti diversi con esigenze diverse ci sia spazio per chi offre un prodotto di qualità. Sicuramente l'utilizzo degli immobili per fini turistici ha creato un vuoto immobiliare per chi arriva in una città a per motivi di studio e lavoro e quindi ben venga chi vuole soddisfare questa domanda.

“

Gli spazi ormai non si possono più classificare in funzione dell'uso, ma in funzione dell'utilizzatore



Le principali città universitarie (Milano, Roma, Bologna, Torino, Firenze, Genova) sono sotto la lente del mercato, ma le destinazioni secondarie possono essere un ulteriore fattore di crescita?

A mio parere ovunque esiste mercato potenziale, ma chiaramente sono da considerare anche le logiche legate alla dimensione della struttura ed alla sua vocazione ricettiva. Il punto principale di ogni operazione è sempre il valore/mq degli asset potenziali da un lato e la forza attrattiva dell'ateneo dall'altra.

Avete qualche mercato target?

L'obiettivo è affermarci in Italia con 10.000 posti letto entro il 2023, isole comprese.

Passiamo invece alla domanda degli utenti finali. Quanto pesa la richiesta di studenti stranieri sul totale e quali sono le loro richieste in termini di servizi?

La richiesta da parte degli studenti stranieri varia da città a città, a Roma, dove abbiamo 1.300 studenti residenti, il 35% proviene da altri Paesi. Secondo la nostra esperienza le principali richieste sono legate alla completezza dell'offerta con formule all inclusive e la possibilità di fare parte di una community.

“

Il punto principale di ogni operazione è sempre il valore/mq degli asset potenziali da un lato e la forza attrattiva dell'ateneo dall'altra





Visto come la tecnologia trasforma velocemente gli utenti e la società stessa, quali sono le chiavi per avere spazi duraturi, flessibili, ma sempre al passo con le richieste?

Fare un buon lavoro ed avere una gestione che coinvolga gli utenti nei processi di trasformazione costanti che realtà come la nostra vivono.

Le criticità principali nella gestione di un asset di questo tipo quali sono secondo lei?

Bisogna sempre avere chiare le esigenze e la visione del target a cui ci si rivolge, che talvolta differiscono da quelle del gestore. Per garantire un servizio che possa mettere in contatto gestori e studenti e soddisfare le necessità di entrambi, i CampusX hanno introdotto all'interno dell'organizzazione la figura dello student's ambassador.

