



Corporate Presentation

- La Nostra Filosofia
- Chi Siamo
- Lo Scenario Attuale
- I Nostri Prodotti

La Filosofia del Gruppo Guerra

La filosofia che contraddistingue **il Gruppo Guerra** fin dalle sue origini si fonda su tre capisaldi che permettono alla società di interpretare in modo sempre innovativo il mondo dei servizi del Real Estate, tali principi sono:

- **L'Uomo** che deve essere al centro del progetto e il vero protagonista degli interventi. Il real estate deve essere al servizio dell'uomo e rispondere alle sue esigenze reali, deve offrire alle persone una risposta ai loro bisogni attraverso la qualità degli immobili, il giusto prezzo e la valorizzazione del territorio in cui sono inseriti.
- **Il Futuro** inteso come sfida e sostenibilità: i prodotti immobiliari sono prodotti destinati a durare nel tempo e destinati a svolgere la propria funzione nel lungo periodo, per questo vanno pensati, progettati e costruiti non solo per rispondere alle contingenze attuali del mercato, ma per continuare a soddisfare le esigenze di operatori e utilizzatori anche in futuro.
- **Il Valore** che va creato e proposto al mercato ad un prezzo equo, infatti solo creando valore lungo tutta la filiera e per tutti i partecipanti alla stessa permetterà la sostenibilità nel lungo periodo.

- La Nostra Filosofia
- Chi Siamo
- Lo Scenario Attuale
- I Nostri Prodotti

Le Società del Gruppo

Il Gruppo Guerra è formato da una galassia di società specializzate che offrono soluzioni e servizi lungo tutta la filiera del Real Estate.



I Servizi Offerti

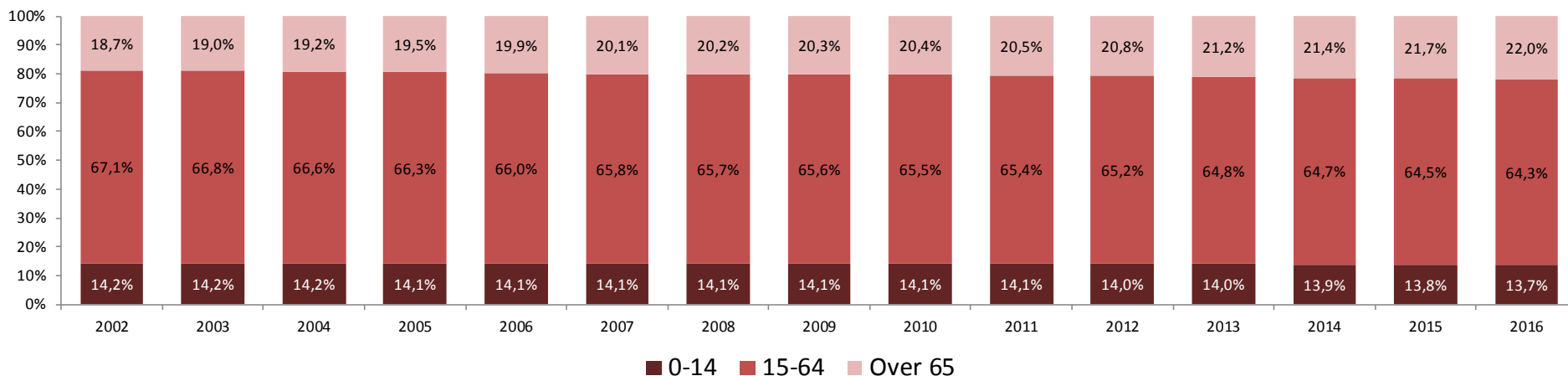
- **Structuring:** attraverso le competenze trasversali: tecniche, economiche e commerciali presenti all'interno del Gruppo Guerra, la società ha la capacità di strutturare progetti di valorizzazione e sviluppo immobiliare curando tutti gli aspetti delle operazioni.
- **Progettazione:** dotata di propri team di progettazione architettonica e ingegneristica il Gruppo Guerra offre soluzioni progettuali integrate.
- **Project Management:** grazie alla competenza dei propri professionisti supportati dalle esperienze nei vari settori delle diverse società del gruppo, la società ha la capacità di offrire servizi di Project Management e supervisione.
- **Promozione e Marketing:** attraverso la società dedicata G.Com con più di dieci anni di esperienza, il Gruppo Guerra fornisce servizi di promozione immobiliare di cantieri e sviluppi immobiliari, oltre alla possibilità di fornire consulenza pubblicitaria e di marketing-
- **Agency:** con oltre vent'anni d'esperienza l'Immobiliare Guerra si propone come partner competente e professionale per supportare i clienti nella vendita e nell'acquisto di immobili, sia attraverso i canali canonici che attraverso aste private o giudiziali.
- **Valorizzazione Immobiliare:** le sinergie tra le diverse competenze ed esperienze del gruppo permettono al Gruppo Guerra di fornire consulenza qualificata volta alla valorizzazione degli asset immobiliari attraverso lo studio e la pianificazione strategica di interventi e azioni secondo le esigenze del cliente.

- La Nostra Filosofia
- Chi Siamo
- Lo Scenario Attuale
- I Nostri Prodotti

Evoluzione Demografica in Italia

In Italia si sta assistendo negli ultimi decenni ad un progressivo innalzamento dell'età media che in nel 2016 ha toccato i 44,7 anni contro i 41,9 del 2002. Questo trend è destinato a proseguire e secondo le stime dell'Istat supererà i 46 nei prossimi 10 anni e arriverà a 48 nei prossimi venti.

Distribuzione Popolazione Italiana per Fasce d'Età

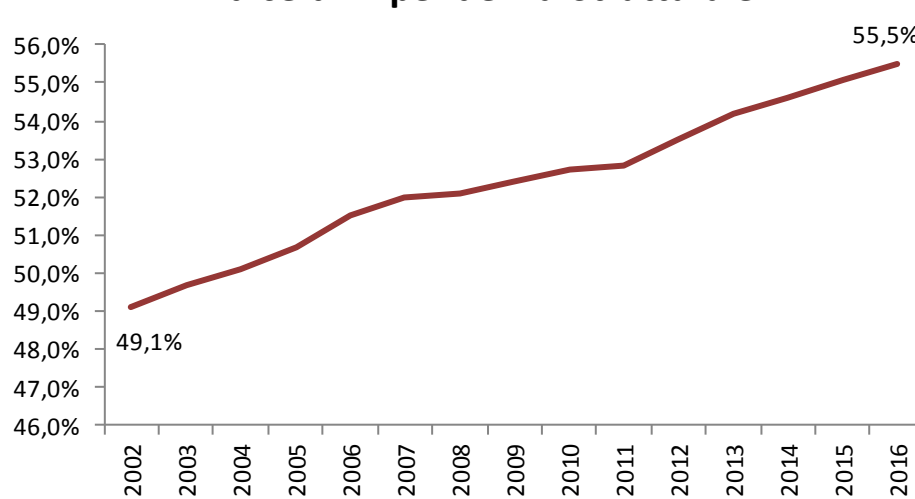


Il progressivo invecchiamento della popolazione si traduce in una diversa distribuzione delle fasce d'età con una progressiva diminuzione della fascia «attiva» composta dalle persone tra i 15 e i 64 anni a favore della fascia degli over 65 che negli ultimi 15 anni è cresciuta del 17,65%. Negli ultimi quattro anni si è anche assistito ad una leggera ma continua diminuzione della fascia più giovane, segnale preoccupante in ottica welfare per il futuro, infatti oltre ad aumentare gli over 65, aumenta anche la loro aspettativa di vita che negli ultimi 15 anni è aumentata di circa 2 anni attestandosi nel 2015 a 20,4 anni.

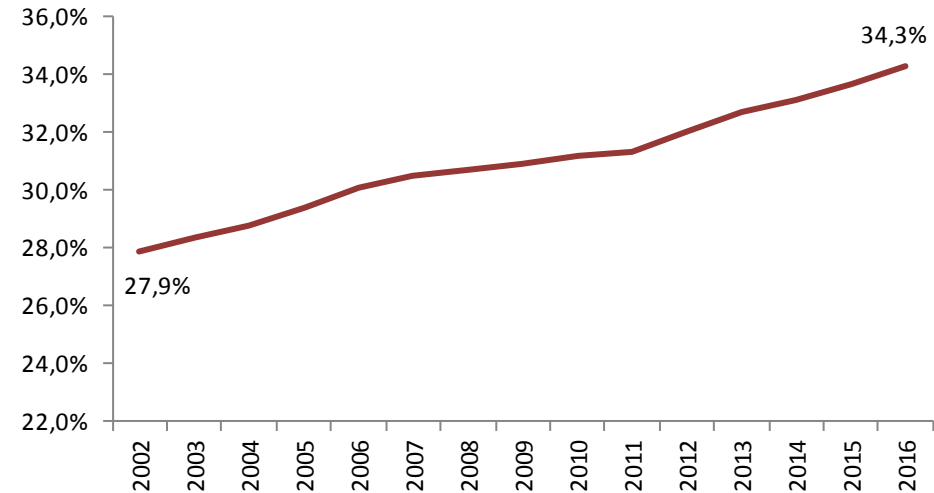
Indipendenza delle Fasce più Deboli

L'evoluzione demografica sopra descritta si declina a livello sociale con una fascia di popolazione «attiva» sempre più ridotta che deve farsi carico delle cosiddette «fasce deboli» (anziani e bambini) come si evince facilmente dal trend degli ultimi 15 anni dell'indice di dipendenza strutturale che è passato dal 49,1% del 2002 al 55,5% del 2016

Indice di Dipendenza Strutturale



Indice di Dipendenza da Vecchiaia



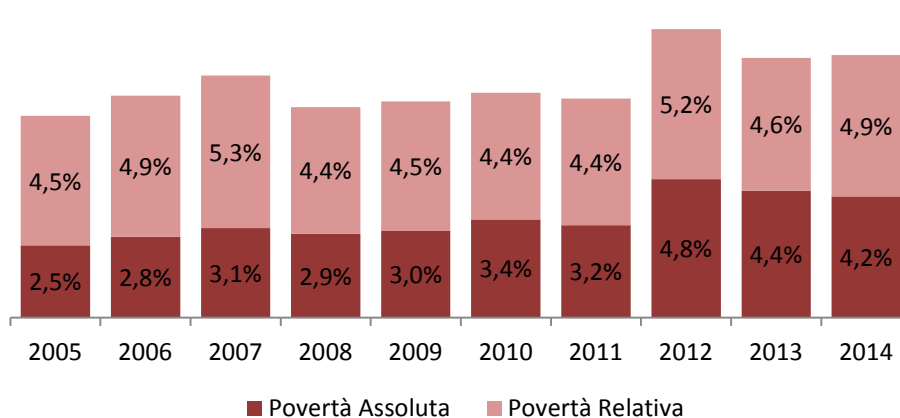
Il progressivo crescendo dell'indice composito è coerente con quello legato alla dipendenza degli anziani che è passata dal 27,9% del 2002 al 34,3% 2016 e secondo le stime dell'Istat è destinato a crescere fino al 50,1% nel 2036.

Questa redistribuzione demografica, oltre a mettere in crisi le basi del welfare state, rende necessario e non più posticipabile una riflessione sulle potenzialità delle fasce «deboli».

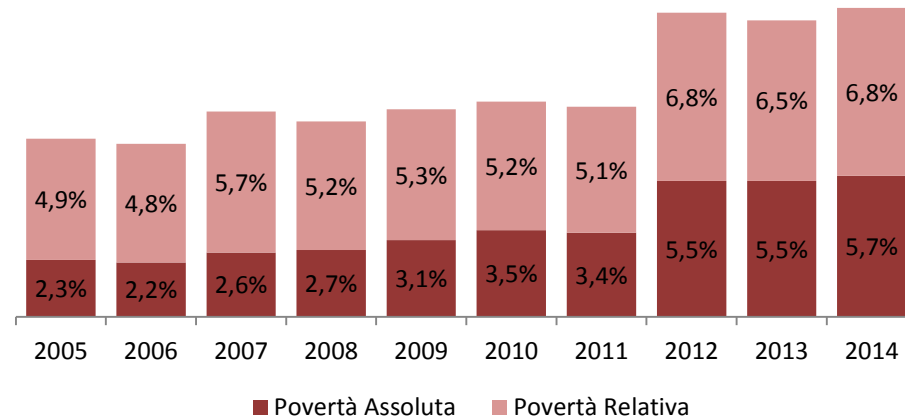
Situazione Economica

La crisi cominciata nel 2008 ha colpito dapprima il mondo finanziario e immobiliare, contagiando poi il resto dei settori produttivi e dei servizi e in ultima istanza le famiglie, infatti come evidenziano i grafici sottostanti, un picco dell'incidenza di famiglie e individui al di sotto della soglia di povertà assoluta e relativa ha si è registrato nel 2012, anche se il trend di aumento % di famiglie e individui sotto la soglia di povertà assoluta era già cominciato da qualche anno.

Incidenza % Povertà Familiare



Incidenza % Povert  Individuale



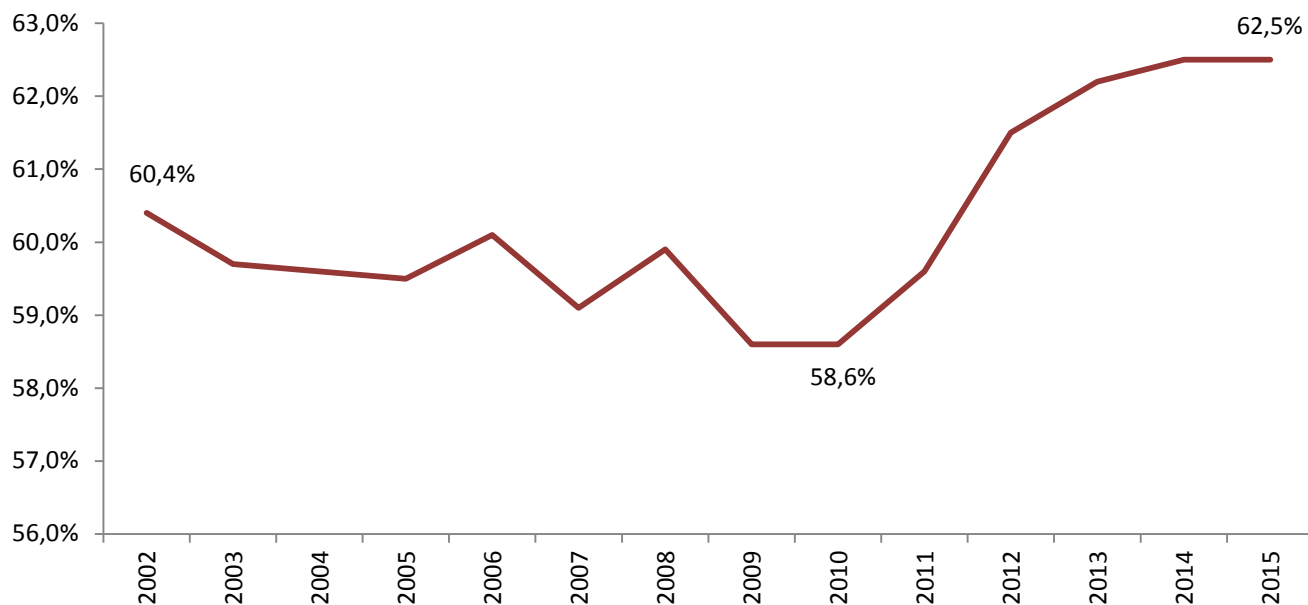
Tale aumento, in concomitanza con i picchi crescenti di disoccupazione giovanile e l'aumento delle persone non economicamente indipendenti ha portato a una notevole riduzione della capacit  di spesa e propensione all'investimento in beni durevoli da parte delle famiglie, acuito dalla crescita dell'aversione al rischio e dalla diminuzione della fiducia dei consumatori generata dalla crisi.

Nonostante gli ultimi trimestri lascino presagire un flebile ripresa, il mondo immobiliare si scontra ancora con una domanda «nuova», ma un'offerta «vecchia» ancora ancorata a logiche pre-crisi

I Risvolti Immobiliari

Le dinamiche descritte nella slide precedente incidono in modo molto consistente sulla fascia dei giovani tra i 18 e i 35 anni, che non solo sono i più colpiti dalla disoccupazione, ma sono anche la fascia d'età che ha visto diminuire in modo più consistente il proprio reddito e la propria capacità di spesa. Uno dei primi risvolti di questo trend è l'impossibilità o la scelta di risparmiare sull'abitazione rimanendo in famiglia.

Giovani tra i 18-35 anni che vivono in famiglia

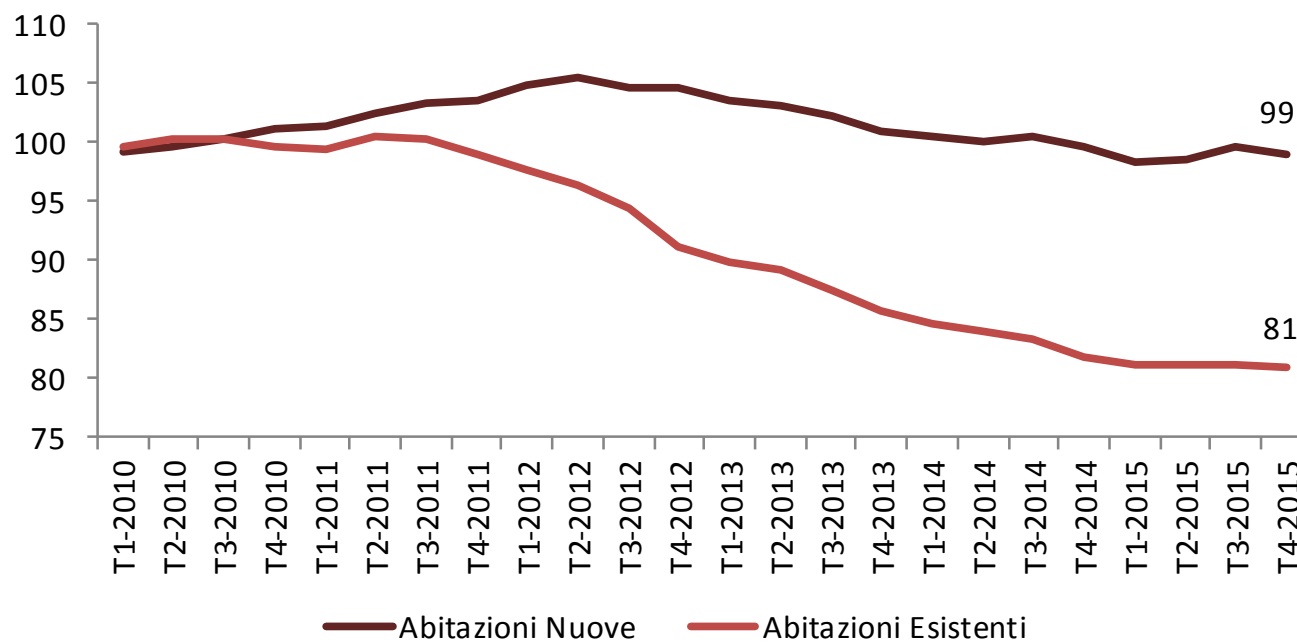


Il grafico mostra inequivocabilmente come il progressivo trend pre-crisi di diminuzione dei giovani che ancora vivono in famiglia sia stato completamente annullato dalla crisi che in cinque anni ha riportato questa percentuale oltre il 62%.

I Risvolti Immobiliari

Nonostante gli ultimi trimestri lascino presagire un flebile ripresa, il mondo immobiliare si scontra ancora con una domanda «nuova», ma un'offerta «vecchia» ancora ancorata a logiche pre-crisi. Analizzando infatti i grafici sottostanti è facile notare come nonostante la crisi l'indice dei prezzi delle abitazioni di nuova costruzione sia rimasto praticamente in linea con i prezzi del primo trimestre 2010, mentre quello legato ad abitazioni già esistenti abbia fatto registrare un calo del 19%.

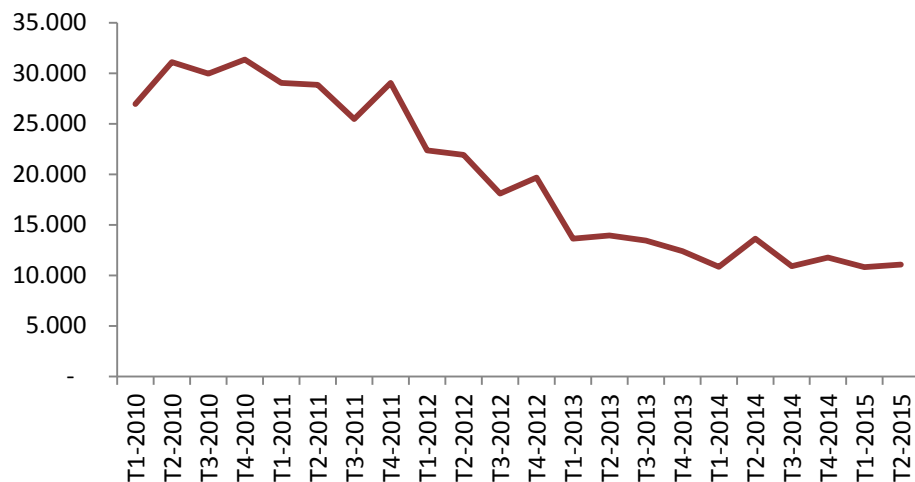
Indice Prezzi Abitazioni



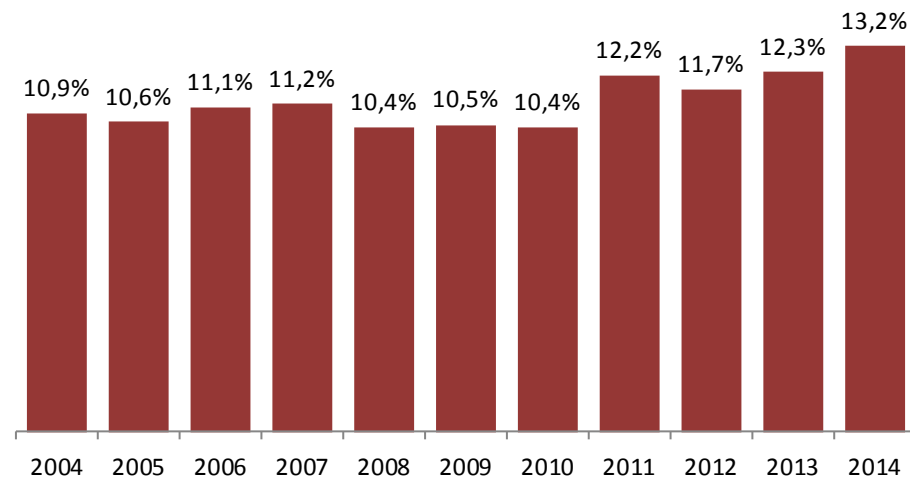
I Risvolti Immobiliari

La tenuta dei prezzi non è tra l'altro giustificata da un incremento della domanda, infatti andando ad analizzare i dati relativi ai permessi di costruire nuovi edifici a destinazione abitativa si nota un crollo progressivo che ha portato il dato del secondo trimestre 2015 ad attestarsi su valori pari ad un terzo rispetto a quelli fatti registrare nel quarto trimestre 2010.

Permessi di Costruire Nuove Abitazioni



% Abitazioni con Problemi



La caduta delle nuove realizzazioni immobiliari, deriva da un altrettanto significativa diminuzione nei contratti di compravendita immobiliare derivata dalla situazione congiunturale descritta fino ad ora che si declina in una maggiore domanda di abitazioni inevasa, che genera di conseguenza una maggiore permanenza in abitazioni obsolete con un sensibile aumento dell'incidenza di abitazioni in cui si riscontrano problemi di natura strutturale e igienico sanitari.

La Situazione Attuale: Cause ed Effetti

- Per anni il focus dei grandi player è stato **il rendimento, sottovalutando molto spesso il rischio**, poiché questo garantiva maggiori commissioni e più appetibilità sul mercato.
- Per garantire rendimenti sempre maggiori e commissioni interessanti per tutti gli attori, gli sviluppi molto spesso sono stati vittime della dinamica: **spazi più piccoli e prezzi più grandi, portando il mercato ben oltre la soglia della sostenibilità**.
- Il problema della sostenibilità per anni è stato mascherato grazie alla complicità del sistema finanziario e bancario che era sempre pronto a trovare e versare capitali nel Real Estate aumentando la propria esposizione debitoria garantita **da valori steroidati del mercato immobiliare**.
- Dopo le prime ondate di crisi, quando è stato percepito che per la ripresa sarebbero passati anni, i grandi player si **concentrati maggiormente su attività “difensive”** come immobili di pregio dati in locazione abbandonando completamente gli sviluppi e le riqualificazioni.
- **Abbandonando i nuovi sviluppi, tutta l’industria delle costruzioni si è trovata di fronte ad una crisi mai vista** prima, ma nonostante questo troppe aziende del settore erano ancora convinte di poter pretendere i margini pre-crisi.
- Il filo conduttore di queste dinamiche errate che hanno portato ad una profonda crisi del settore non solo economico, ma anche di idee è che **per troppi anni ci si è concentrati sulla redditività**, le commissioni e i bonus senza considerare che la sostenibilità che porta in dote nel lungo periodo vantaggi economici e sociali per tutti gli attori coinvolti.

Le Possibilità Attuali

- In questi anni di crisi si è assistito ad una **flessione importantissima delle compravendite** immobiliari e ad un **calo vistoso dei prezzi** effetto della politica speculativa dei decenni precedenti.
- La diminuzione delle compravendite **non è però sinonimo di mancanza di domanda**, ma siamo alla presenza di domanda di un prodotto diverso.
- In sostanza **la domanda** di alloggi non è diminuita nemmeno durante la crisi, semplicemente **ha cambiato il suo target generando in questi anni un bacino di domanda inevasa** che rappresenta un'ampia platea di potenziali clienti per chi sarà capace di offrire immobili che rispondano alle esigenze richieste.
- **Il target di prodotto** per trasformare i potenziali clienti in clienti effettivi è **quello di un prodotto, qualitativo, a misura d'uomo e ad un prezzo sostenibile**.
- Dopo le sferzate della crisi **le famiglie e le imprese si sono riscoperte prudenti negli investimenti** e nella loro valutazione. Si è tornati a dare la precedenza all'utilità e all'efficacia di un bene rispetto al suo essere uno status symbol.
- Il lento e continuo **innalzamento dell'età media** della popolazione italiana è un processo cominciato alcuni decenni fa che negli ultimi anni è **diventato di dimensioni talmente grandi da non poter più essere sottovalutato**.

- La Nostra Filosofia
- Chi Siamo
- Lo Scenario Attuale
- I Nostri Prodotti

Le Esigenze a cui Rispondere

La Crisi economica e i bisogni elencati nelle slide precedenti dettano chiaramente le caratteristiche che dovranno avere i prodotti dei prossimi anni:

- **gli immobili dovranno avere gli spazi giusti, essere costruite in modo qualitativo, essere efficienti** a livello energetico e pronti per rispondere non solo alle esigenze di oggi e di domani, ma anche a quelle che verosimilmente ci saranno fra cinque o dieci anni
- **Un'altra esigenza è quella dei servizi**, in un mondo che funziona a ritmi frenetici come quello attuale avere a disposizione i servizi necessari è diventato un fattore di miglioramento di qualità della vita.
- **La crisi infatti ha riportato le persone a concentrarsi sulla dimensione umana** e di conseguenza sul concetto di comunità, quindi gli sviluppi pensati per la comunità (sia quella nuova che quella esistente) avranno un vantaggio sia a livello sociale che commerciale.
- **Le necessità sociali** non soddisfatte fino adesso, non sono rappresentate solo dai bisogni dei singoli o delle comunità locali, **ma sono quelle generate da dinamiche economico-sociali a livello macro** come l'invecchiamento della popolazione italiana.
- **Il mondo immobiliare ha quindi il compito di dare alla società ciò che le serve dal punto di vista abitativo e infrastrutturale**, per mettere di nuovo l'uomo al centro degli sviluppi immobiliari che devono essere creati da e per le persone, favorendo le sinergie intergenerazionali che entro dieci anni saranno per la nostra società una necessità e non più una possibilità.

Le Nostre Proposte

Pensare, progettare, sviluppare e vendere immobili che rispondano alle esigenze del cliente e che abbiano quindi le caratteristiche elencate nella slide precedente presuppone non solo di cercare soluzioni differenti da quelle proposte negli ultimi dieci anni, ma di cambiare radicalmente l'approccio al mondo del Real Estate.

Con questa volontà e attraverso i propri principi guida il Gruppo Guerra ha individuato due format che rispettino necessità e congiuntura:

- **Le Infrastrutture di Coesione Sociale:** è un format immobiliare che attraverso la realizzazione di abitazioni e servizi per le diverse età (Struttura Socio Sanitaria, Asilo, Talent Lab, Palazzetto, etc) della vita dell'uomo (Struttura Socio Sanitaria, Asilo, Talent Lab, Palazzetto, etc) punta a creare veri e propri centri di aggregazione intergenerazionale, dove i protagonisti siano l'uomo e la comunità. A questi servizi si affiancano anche quelli di natura commerciale e terziaria che forniscano alla comunità beni e servizi. L'idea è quella di trasformare il «problema» in «risorsa» attraverso l'integrazione tra persone ed età diverse. In base alle specificità degli interventi, alle caratteristiche del territorio e alle esigenze delle diverse comunità è possibile configurare il format plasmandolo su tali esigenze.
- **NPL:** i crediti deteriorati e gli immobili a garanzia di tali prestiti rappresentano attualmente: uno spauracchio per il sistema finanziario, un problema per il mondo immobiliare e un rischio per gli investitori poiché la strutturazione efficiente di prodotti NPL richiede competenze trasversali e la capacità di individuarne fin dall'inizio le eventuali potenzialità in fase di vendita. Proprio grazie all'interdisciplinarietà che contraddistingue le società del Gruppo Guerra e i suoi professionisti è possibile studiare e realizzare progetti di valorizzazione ad hoc per sfruttare al meglio le potenzialità di questi immobili a garanzia che siano aree, immobili in costruzioni o sviluppi quasi completi.