

Big e Open Data nel Real Estate

L'uso strategico delle informazioni
per il mercato immobiliare

*Milano, Hotel Scala
giovedì 13 febbraio 2014*

- ✓ L'orientamento delle strategie di marketing e di offerta attraverso l'analisi di masse di dati eterogenei
- ✓ L'individuazione di attitudini, preferenze e consumi per identificare nuove opportunità di business
- ✓ Le aree di applicazione dei big data al real estate: analisi di mercato e business intelligence
- ✓ L'utilizzo su larga scala di basi informative per definire la strategia di riposizionamento di un immobile
- ✓ Il geomarketing per intersecare le informazioni col territorio
- ✓ Semplificare la complessità: dati e processi per valutare la capacità attrattiva del territorio
- ✓ Come anticipare le tendenze e le dinamiche del mercato immobiliare: l'analisi del "sentiment"
- ✓ L'analisi dei dati come supporto per la definizione del pricing
- ✓ L'utilizzo delle informazioni nei piani di valorizzazione immobiliare

Con il patrocinio:



Guglielmo Pelliccioli
QUOTIDIANO
IMMOBILIARE

Marco Santambrogio
VALUELAB

Bruno Monti
COMUNE DI MILANO

Andrea Boeri
PRELIOS INTEGRA

Stefano Barbieri
URBISTAT

Enzo Albanese
FIMAA
Milano Monza & Brianza

Fabio Fraulino
COGEST RETAIL

Diego Valazza
COGEST RETAIL

Carlo Giordano
IMMOBILIARE.IT

Media Partner

Big e Open Data nel Real Estate

L'uso strategico delle informazioni per il mercato immobiliare

Milano, Hotel Scala - giovedì 13 febbraio 2014

Coordina i lavori della giornata: **Guglielmo Pelliccioli**, *Editorialista*, **QUOTIDIANO IMMOBILIARE**

9.00 *Registrazione dei partecipanti*

9.10 *Apertura e introduzione ai lavori*

9.15 **BIG E OPEN DATA: ISTRUZIONI PER L'USO. INTERPRETARE L'EVOLUZIONE DEL MERCATO PARTENDO DA MASSE DI DATI ETEROGENEI**

- L'esplosione dei dati e l'integrazione delle fonti aziendali con fonti esterne
 - strutturate (Open Data della Pubblica Amministrazione)
 - destrutturate (social network, e-commerce, Internet delle cose)
- Gli Analytics per estrarre indicazioni predittive e prescrittive da Big e Open Data
- Integrare non solo i dati ma anche le tecnologie: da Business Intelligence a Location Analytics
- Come comprendere e anticipare la Domanda e l'Offerta per identificare nuove opportunità di business
- I dati della Pubblica Amministrazione: Big (problematic) Data in termini di qualità e di applicazione degli standard
- I dati messi a disposizione dal Comune di Milano utili al Real Estate
- Scenari evolutivi dell'offerta di dati della Pubblica Amministrazione

Marco Santambrogio, *Founder & Managing Director*, **VALUELAB**
Bruno Monti, *Responsabile SIT - Sistemi Informativi Territoriali*, **COMUNE DI MILANO**

9.45 **BIG DATA E IMMOBILIARE: QUALI APPLICAZIONI CONCRETE?**

- "Big data" come evoluzione a tendere dell'immobiliare italiano: dove siamo oggi e quali sono gli ostacoli verso un uso massiccio di informazioni non strutturate
- Le possibili aree di applicazione a breve: le analisi di mercato e la business intelligence
- Le analisi di mercato nel real estate: diverse asset class, diverso grado di sofisticazione, diverso potenziale
- L'arricchimento del contenuto informativo offerto ai potenziali clienti: esempi dal mercato USA
- L'utilizzo su larga scala di basi informative per definire la strategia di riposizionamento di un immobile: casi italiani

Andrea Boeri, *Managing Director*, **PRELIOS INTEGRA**

10.15 **IL GEOMARKETING PER INTERSECCARE INFORMAZIONI E TERRITORIO**

- Gli elementi chiave del geomarketing: dati, mappe, basi statistiche e profilazioni
- L'uso del geomarketing per leggere e interpretare il territorio

- La business intelligence sul territorio come vantaggio competitivo
- Econometria applicata al Geomarketing: creazione di modelli previsionali nel Real Estate (un esempio concreto nell'area di Parigi)

Stefano Barbieri, *CEO* **URBISTAT**

11.00 *Coffee break*

11.30 **MODELLI AVANZATI DI LEAD MANAGEMENT PER L'INTERMEDIAZIONE DEL FUTURO**

- La CRM come elemento strategico del Real Estate
- Come anticipare le tendenze e le dinamiche del mercato immobiliare: l'analisi del "sentiment"
- Gli strumenti innovativi per la definizione del prodotto di qualità
- L'analisi dei dati come supporto per la definizione del pricing
- La centralità del cliente nelle nuove strategie di marketing
- I nuovi scenari dell'intermediazione immobiliare

Enzo Albanese, *Presidente*
FIMAA Milano Monza & Brianza

12.00 **LE ANALISI DI MERCATO E L'UTILIZZO STRATEGICO DELLE INFORMAZIONI NEL RETAIL**

- La determinazione della catchment area e la scelta di posizionamento e tenant mix basati su informazioni georeferenziate
- Utilizzo di nuove tecnologie per il monitoraggio dei visitatori nelle Gallerie
- L'utilizzo delle informazioni nei piani di valorizzazione e rafforzamento del tenant mix
- Le ricadute delle analisi di mercato sulle strategie di gestione

Fabio Fraulino, *Responsabile Ricerca e Analisi*, **COGEST RETAIL**
Diego Valazza, *Leasing Manager*, **COGEST RETAIL**

12.30 **LA RETE PER RACCOGLIERE CLIENTI**

- Incrocio Domanda ed Offerta, quando i data diventano BIG
- Gli utenti diventano multi-device, la velocità dell'evoluzione
- La lettura dei dati per prevedere la domanda

Carlo Giordano, *Amministratore Delegato* **IMMOBILIARE.IT**

13.00 *Sintesi e chiusura dei lavori a cura del Coordinatore*

La capacità di estrarre **informazioni strutturate** dalla **massa di dati** eterogenei che vengono prodotti e scambiati quotidianamente in rete offre una straordinaria chiave per **interpretare tendenze**, esigenze e aspettative del mercato.

Applicati all'**industria immobiliare**, i sistemi di analisi di **Big e Open Data** consentono di effettuare **previsioni di risultati** e comportamenti fondamentali per **determinare il successo**, ad esempio, di piani di **valorizzazione e riposizionamento** di immobili. L'utilizzo su larga scala di basi informative georeferenziate offre inoltre un prezioso supporto alla valutazione della **capacità di attrazione del territorio** e alla **definizione del pricing**. Il **potenziale dei modelli predittivi** basati sull'analisi dei Big Data nel **Real Estate** è al centro del convegno, che integra i contributi degli esperti con le testimonianze degli operatori.

Big e Open Data nel Real Estate

L'uso strategico delle informazioni per il mercato immobiliare

Modalità d'iscrizione e condizioni di pagamento

DOVE E QUANDO

Milano, Hotel Scala – Via dell'Orso, 7 – 20121 MILANO
Giovedì 13 febbraio 2014

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

€ 244,00 (€ 200,00 + Iva 22%)

La quota di partecipazione comprende la partecipazione al convegno, il coffee break e gli atti che, costituiti dalle relazioni rese disponibili dai relatori entro i tempi tecnici previsti, verranno inviati in formato elettronico successivamente al convegno.

SCHEDA DI ISCRIZIONE ONLINE

Per iscriversi cliccare qui:

<http://www.cdvconference.it/pre-accredito/1a87eb1t>

Per motivi organizzativi la scheda di registrazione va compilata entro le ore **13.00 del 12 febbraio 2014**.

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

- 1) Compilare in ogni sua parte la scheda di registrazione online
- 2) Disporre il bonifico bancario
all'IBAN IT96G0558401627000000024137,
intestato a **CDV CONFERENCE MANAGEMENT snc**
Banca Popolare di Milano, Ag. 27 Milano,
indicando chiaramente nella causale:
 - nome e cognome del Partecipante
 - codice della conferenza CDV_1/14
- 3) Inviare via mail la copia contabile del bonifico bancario a:
iscrizioni@cdvconference.it

PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI D. LGS. 196/2003 – INFORMATIVA

I dati personali raccolti saranno trattati anche con modalità automatizzate da CDV CONFERENCE MANAGEMENT, nel rispetto della vigente normativa e degli obblighi di riservatezza, nell'ambito delle proprie attività istituzionali, per finalità:

- 1) strettamente connesse e strumentali alla gestione del rapporto con l'interessato.
 - 2) statistiche, di comunicazione commerciale, di promozione e vendita di prodotti e servizi
 - 3) adempimento di obblighi previsti da leggi, regolamenti e normative comunitarie.
- Il trattamento potrà essere effettuato per conto di CDV CONFERENCE MANAGEMENT anche da terzi che forniscono specifici servizi elaborativi o strumentali necessari per il raggiungimento di dette finalità. Il conferimento dei dati è facoltativo ma necessario per la gestione del rapporto di cui sopra. L'interessato potrà esercitare, in qualsiasi momento e gratuitamente, i diritti di cui all'art. 7 e seguenti del d. lgs. 196/2003 (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettifica e opposizione, in tutto o in parte, al trattamento) rivolgendosi al Responsabile dei dati di CDV CONFERENCE MANAGEMENT P.zza Emilia, 9 – 20129 Milano, presso la quale è disponibile l'elenco dei nominativi dei Responsabili del trattamento.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota di partecipazione deve essere versata all'atto dell'iscrizione, effettuando il versamento secondo le modalità indicate. Conferma di accredito al convegno verrà trasmessa via mail dopo la compilazione della scheda di iscrizione online e l'invio della copia contabile attestante il bonifico bancario. **N.B. Non verranno accettate iscrizioni senza la copia del pagamento effettuato.**

Eventuali modalità di pagamento diverse da quelle indicate dovranno essere preventivamente concordate con CDV CONFERENCE MANAGEMENT per iscritto.

Per informazioni: Segreteria Organizzativa – tel. 02 83 78 399

MODALITÀ DI DISDETTA

Le disdette pervenute via mail a iscrizioni@cdvconference.it entro il **6 febbraio 2014** daranno diritto al rimborso integrale della quota. Trascorsa tale data dalla quota sarà detratto il 20% a titolo di rimborso delle spese amministrative.

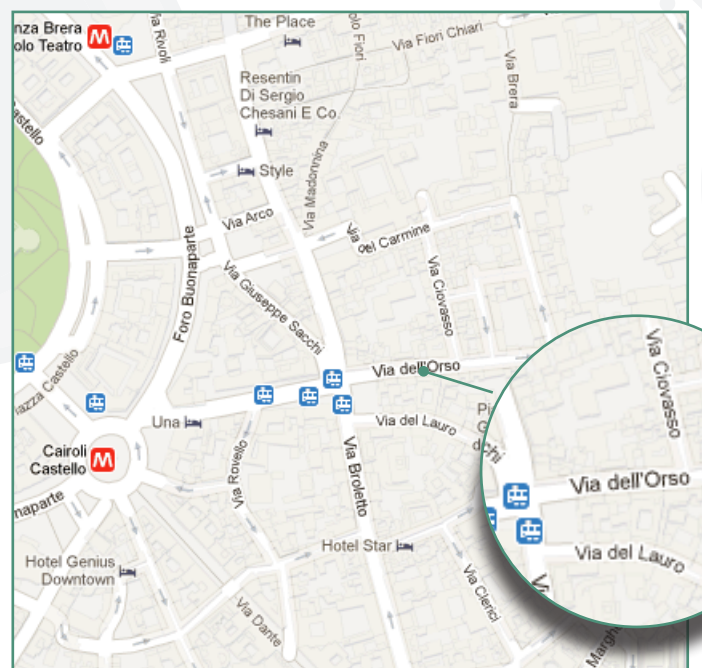
È sempre ammessa la sostituzione del Partecipante.

N.B. Nessun rimborso è previsto per le disdette pervenute oltre le ore 13.00 del 12 febbraio 2014.

RINVIO E CANCELLAZIONE

CDV CONFERENCE MANAGEMENT si riserva la facoltà di comunicare il rinvio o la cancellazione della Conferenza dandone comunicazione via e-mail ai partecipanti entro 3 giorni dalla data del convegno. In tal caso CDV CONFERENCE MANAGEMENT provvederà a rimborsare l'importo ricevuto senza ulteriori oneri a suo carico.

COME RAGGIUNGERE L'HOTEL SCALA



MM1 – fermata Cairoli
MM2 – fermata Lanza

MM3 – fermata Montenapoleone
Tram 2-12-14 Bus 61