

**MERCATO  
REPLAT LANCIA L'INDICE DEI PREZZI**

Dopo quelli relativi a domanda e offerta, il Centro Studi di REplat introduce l'indice dei prezzi, ovvero la variazione percentuale della media dei prezzi degli immobili divisi per tipologia in una data zona cittadina, inseriti sul Multiple Listing Service dalle oltre 1.700 agenzie che lo utilizzano (indipendenti, membri di associazioni di categoria, affiliati a network in franchising), rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. "I dati che proponiamo vengono estrapolati dal flusso di lavoro che gli agenti immobiliari generano quotidianamente all'interno del nostro sistema - spiega Vincenzo Vivo, presidente di REplat - Gli operatori inseriscono ogni giorno nel MLS le richieste e gli immobili che prendono in incarico, con tutte le relative informazioni. Lo stesso giorno di ogni mese il nostro Centro Studi è in grado di rilevare l'andamento del mercato fatto dagli operatori senza doversi affidare a interviste e questionari". In generale, l'atteso calo del prezzo degli immobili non si è ancora del tutto verificato. In un mercato dominato dalle richieste per bilocali e trilocali, che insieme ne rappresentano il 70%, si sono rilevati alcuni ribassi soltanto in certe zone delle macroaree semicentro e periferia dei grandi centri urbani che negli ultimi 12 mesi hanno effettivamente perso qualche punto percentuale, segno che gli agenti immobiliari sono stati disposti a rivedere i prezzi per movimentare le compravendite. Tale tendenza, però, non si è verificata né per i centri storici né per gli immobili di pregio, senza contare le rimanenti zone delle macroaree di cui sopra. Ciò non deve essere visto in contrapposizione col resto ma come suo complemento: la risposta alla crisi di molti investitori, infatti, è stata quella di riallocare nel mattone quanto salvato in borsa.

**CENTRI COMMERCIALI  
CNCC ITALY AWARD 2009,  
VINCE SVILUPPO COMMERCIALE**

Per la prima volta, al centro-sud sono stati consegnati due awards. Si tratta del massimo riconoscimento cui un centro commerciale possa ambire, la cui assegnazione è conferita dal Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali alle strutture che si siano distinte durante l'anno per l'eccellenza, in termini di originalità e risultati, delle attività di marketing. Su quattro Awards conferiti, dunque, la metà è andata ai centri gestiti da Sviluppo Commerciale. Gli Awards sono stati assegnati per il Guinness dei Primati vinto grazie a "La pepata di cozze più grande del mondo" realizzata al centro commerciale Mongolfiera di Taranto e per l'iniziativa "Differenziamoci", che ha coinvolto i centri commerciali Mongolfiera di Foggia, Andria, Barletta, Bari Santa Caterina, Bari Japigia, Lecce, Taranto. I premi sono stati ritirati da Tino Cesari di Coop Estense, Vittorio Saquella di BNP Paribas e Fabio Porreca di Sviluppo Commerciale. I centri commerciali Mongolfiera in Puglia si sono distinti a livello nazionale non solo per la loro capacità di aggregazione, ma anche per aver saputo coinvolgere i cittadini in attività sensibili alla tematica della tutela ambientale, sollecitando comportamenti ambientalmente responsabili. I risultati ottenuti dall'iniziativa Differenziamoci sono stati: 15 mila kg di materiale raccolto e non disperso nell'ambiente; 140 mila shopper di tela distri-



Vincenzo Vivo, presidente del Centro Studi REplat

