HOMES
JUST
WANNA
HAVE
WOW

ARRIVA LIVINWOW (E RIVOLUZIONA L'HOME DESIGN)

SI TRATTA DEL PRIMO **INNOVATION CENTER** CHE OFFRE AGLI SVILUPPATORI DI **IMMOBILI RESIDENZIALI** UN PACCHETTO DI SERVIZI E PRODOTTI DI INTERIOR CAPACI DI ELEVARE LA PROPOSTA DI EDIFICI DA **VENDERE** O **LOCARE**.

Da un'idea dei fondatori di Milano Contract District nasce **Livinwow**: il primo **innovation center del design** che ha l'obiettivo di rispondere alla domanda di nuovi concept di interni, destinati agli abitanti metropolitani (dalla coda della X Generation ai Millennials). Grazie all'integrazione nell'offerta abitativa di un pacchetto di servizi e prodotti di interior design, Livinwow restituisce all'immobile un immediato e maggior appeal per chi è alla ricerca di una nuova abitazione in affitto o in vendita. Concepito secondo un modello B2B2C, è previsto in un prossimo futuro un digital channel diretto B2C. Il concept lab, aperto solo su appuntamento, è **in via Archimede, 4 a Milano**, dispone di una superficie di oltre 450 mq ed è rivolto agli operatori e agli addetti ai lavori.

TARGET E OBIETTIVI

Livinwow ha l'ambizione di conquistare una nuova e fascia di mercato costituita dai protagonisti del Real Estate che oggi si affacciano allo sviluppo residenziale con l'intenzione di rispondere alle esigenze di un nuovo mercato che dialoga con evoluti modelli di offerta abitativa in vendita e in affitto.

Livinwow nasce perciò come risposta a un pubblico moderno che, dai membri più giovani della 'Generation X' fino a tutti i Millennials, condivide valori, modelli e stili di vita dinamici, e un 'concetto di abitare ripensato sia nell'idea dello sfruttamento degli spazi comuni, sia nelle soluzioni e composizioni progettuali degli interni delle case. "*Il design model di Livinwow*", spiega **Lorenzo Pascucci, founder di Milano Contract District**, "*è una risposta coerente a una visione innovativa di casa. L'ambiente domestico deve oggi essere disegnato sulla base di servizi e moodboard progettuali evoluti, ben allineati con i cambiamenti che stanno rivoluzionando la società moderna e il modo di vivere la casa. Abbiamo analizzato e prestato particolare attenzione alle sollecitazioni e agli insight derivanti dal mondo 'fuori casa' per tradurli in un 'domestic lifestyle' capace di rispondere alle mutate necessità funzionali arrivate con il periodo pandemico: smart working, remote conference, home-learning, sostenibilità e spazi di vita outdoor. Tutto ciò si è tradotto in progetti di interior e di spazi outdoor vivibili a 360°, in cui le soluzioni di home living parlano per la prima volta un linguaggio smart, accessibile e contiguo al resto delle sollecitazioni provenienti dal mondo esterno*".

PRODOTTI E SERVIZI PER UN PUBBLICO MUTEVOLE

Livinwow risponde perciò alle esigenze di un nuovo mercato immobiliare, che è pensato oggi, ma che verrà disponibile 'domani', caratterizzato dalla necessità di riuscire ad offrire prodotti e

I BRAND PARTNER

Livinwow prevede il coinvolgimento di grandi marchi del Made in Italy e internazionali: Scavolini, Battistella Company, Samsung, Mirage, Corradi, Verde Profilo, Roofingreen, Grohe, Color Designer Milano, Caos Creativo, Caleido, Resstende, Bticino.

"OFFRIRE UNA PROPOSTA D'ARREDO QUANTO PIÙ COMPLETA E COORDINATA AI NOSTRI CLIENTI È IL NOSTRO OBIETTIVO E LIVINWOW RAPPRESENTA IL PARTNER IDEALE PER LA SUA CARATTERISTICA DI METTERE A DISPOSIZIONE UN PROGETTO DI INTERIOR DESIGN INTEGRATO, CON UN CONSEGUENTE RISPARMIO DI TEMPO PER TUTTI GLI ACQUIRENTI. PER NOI DI SCAVOLINI È SICURAMENTE UNA NUOVA SFIDA CHE PUNTA ALLA VALORIZZAZIONE DEL NOSTRO MADE IN ITALY."
Fabiana Scavolini, Amministratore delegato di Scavolini

PH LIVIO FANTOZZI

"L'ATTENZIONE DI GROHE ALLE NUOVE TENDENZE ABITATIVE, UNITA ALL'IMPEGNO PER UN FUTURO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE, SONO I VALORI ALLA BASE DELLA COLLABORAZIONE CON LIVINWOW. IN UNO SCENARIO CHE RICHIEDE UNA CONTINUA INNOVAZIONE TECNOLOGICA IN FUNZIONE DELLA CRESCENTE RICHIESTA DI QUALITÀ DELL'ABITARE, ABBIAMO VOLUTO ESSERE PARTE DI QUESTO PROGETTO STRATEGICO AL SERVIZIO DEL PANORAMA REAL ESTATE ITALIANO".
Manuel Di Stefano, Leader, BU Projects - Commercial, Lixil Emena

servizi per un pubblico sempre più mutevole ed esigente, che cerca anche nell'immobiliare quei processi semplificati di acquisto quotidianamente sperimentabili già in altre industrie del consumo (fashion, food, ristorazione, tecnologia, automotive, etc). In coerenza con questa visione, lo showroom di Livinwow è stato concepito come un laboratorio creativo, in cui scenografie ambientate di interior design si mescolano a supporti video e virtual tour digitali, esprimendo in concreto il concetto di evoluzione del progetto di interior design + home decor.

DOPPIA ANIMA: FISICA E DIGITAL

La nuova piattaforma nasce phygital per diverse ragioni. Da una parte la necessità di creare uno spazio esperienziale e immersivo, un laboratorio creativo che sia punto di incontro tra il mondo del Real Estate ed il centro ricerca di Livinwow, in cui declinare 'live' innovative e dinamiche soluzioni da vedere e toccare con mano. Dall'altra parte la necessità di fornire una dimensione 'digital' che, grazie ai tools e le App progettate, consente di semplificare l'accesso ai servizi della piattaforma sia lato B2B che lato B2C. All'interno dello showroom è stata creata la prima digital Arena del mondo del Design di interni nella quale, tramite appositi visori Oculus, è possibile navigare all'interno dei progetti e vivere in anteprima un'esperienza virtuale in scala 1:1 del proprio progetto di casa.

PERCHÈ LIVINWOW?

Livinwow permette di accelerare le vendite di uno sviluppo immobiliare o aumentare la richiesta di un immobile in locazione segmentando la domanda. Tempi e costi del processo costruttivo in cantiere sono ridotti evitando re-works e limitando le interferenze per restituire case 'ready to live' al rogito o immediatamente alla fine dei lavori se in locazione. Infine consente di affidarsi all'esperienza del primo contract provider di interior design che, grazie all'integrazione del digitale con un funzionale business model, è in grado di diventare l'unico contact point per un advisor o sviluppatore immobiliare. "*Livinwow si rivolge, in questo momento, solo al B2B. L'idea è però*", conclude Lorenzo Pascucci, "*raggiungere in un prossimo futuro, direttamente attraverso strumenti digitali, anche il consumatore finale*".