

# L'anima degli spazi

FONDATA NEL 2000, **eFm** È UNA PROPTech CHE VUOLE MIGLIORARE LA DISPONIBILITÀ DEI LUOGHI E LE ESPERIENZE DELLE PERSONE CHE LI VIVONO. GRAZIE ANCHE ALLA SUA PIATTAFORMA CHE SFRUTTA LE POTENZIALITÀ DELL'INTERNET OF THINGS. PER IL FUTURO? CONTINUARE A CRESCERE IN EUROPA ATTRAVERSO ACQUISIZIONI

100



Daniele Di Fausto

Rendere mobile, vivo e ingaggian- te qualcosa che da sempre e per sua stessa denominazione è fisso, freddo e, talvolta, senza identità: l'immobile. Segno che il luogo, nella sua interezza, ha nel tempo perso quello charme che dovrebbe contraddistinguerlo. Perché non rappresenta solamente un punto di incontro privo di un'anima, ma una connessione, il centro della

socialità e della genialità. L'eden delle idee e delle creazioni. Ne erano convinti i greci, che passavano ore e ore nelle agorà; i romani, che vivevano anche in condizione delle assemblee. E, infine, **eFm**, azienda italiana che punta ogni giorno ad aumentare il benessere e la produttività di ogni individuo nei luoghi che vive quotidianamente.

Fondata in un garage - in pieno

stile Silicon Valley - nel 2000 è nata inizialmente con l'obiettivo di innovare il mercato del real estate attraverso l'ottimizzazione dei processi. Quindi, con lo scopo di ridurre i costi, di mitigare i rischi e aumentare il valore del patrimonio. Per poi concentrarsi sempre di più sulla relazione esistente tra l'attività umana, sia fisica che comportamentale, e lo spazio stesso.

Cercando, quindi, di far emergere l'intangibilità del luogo: il linguaggio che induce, la storia che realizza e le emozioni e le relazioni che instaura e amplifica. "Ci siamo lanciati in questa sfida", dice **Daniele Di Fausto**, ceo di eFm, "perché avevamo capito che esisteva una parte dell'immobile che poteva diventare digitale e avere un impatto significativo sulle attività dell'uomo. Una convinzione che si riflette anche nel nostro nome e nel nostro motto 'engaging places', dove engaging rappresenta la nostra e".

Partita dall'intuizione di quattro persone e con un piglio prettamente consulenziale, oggi la realtà italiana conta un team di 360 fra ingegneri, architetti, data scientist, economisti, psicologi e antropologi, diversi riconoscimenti e un'importante presenza internazionale, contraddistinta dalle sedi in Brasile, Cile, Dubai e Turchia e dalle recenti acquisizioni di De-Asc in Germania e di Facility Management Planners Inc. negli Usa. Fattori che, nel loro insieme, hanno permesso a eFm di rispondere nel migliore dei modi alla crisi innescata dalla pandemia e a chiudere il 2020 con un fatturato di 26,1 milioni di euro, in crescita rispetto ai 21,4 registrati nel 2019, e con un aumento del 12% del margine operativo lordo.

In questa direzione, un ruolo fondamentale l'ha giocato lo sviluppo della piattaforma digitale Myspot che, sfruttando le potenzialità dell'internet of things, contiene l'esatta copia virtuale di tutti gli immobili che la società gestisce (si tratta di quasi 100 milioni di metri quadri), non solo in termini di spazi, ma anche di vita vissuta dall'edificio e dalle persone che lo abitano. "Myspot è lo strumento che ha permesso alla società di trasformare il tradizionale facility management in una smart grid di edifici parlanti e di acquisire in tempo reale la massa di dati necessaria a una loro gestione intelligente e predittiva".

## ● "Ci siamo lanciati in questa sfida perché avevamo capito che esisteva una parte dell'immobile che poteva diventare digitale e avere un impatto significativo sulle attività dell'uomo"

Da qui l'esigenza di evolvere il concetto di 'headquarter' in 'hubquarter' che, costruita sull'idea della sharing economy declinata sul mondo del real estate, mira a trasformare la sede centrale di un'azienda in una rete finalmente connessa di ambienti di lavoro (hub appunto) disegnati intorno alla persona, alle relazioni e alle specifiche esigenze di ogni attività. "Oltre ad andare incontro ai bisogni delle persone, al loro desiderio di conciliare vita professionale e famiglia, seguire questo modello significa valorizzare i territori e le periferie. Anche perché sono tantissimi gli spazi pubblici e privati, oggi inutilizzati, che potrebbero riacquistare valore, abilitare le relazioni, contribuire a migliorare la qualità della nostra vita quotidiana e portare dei vantaggi economici". E comporterebbe un risparmio di circa 36 miliardi di euro, solo riferendosi agli uffici della Pubblica amministrazione, e aumenterebbe sostanzialmente l'engagement dei lavoratori - quel piacere naturale di vivere quello spazio, quel lavoro. "Se riuscissimo a trascinare questo indicatore dal nostro 5% al 10% (che è la media europea) - il sistema Italia genererebbe circa altri 40 miliardi di euro in più. Perché generare engagement significa migliorare la nostra vita sociale, generare valore, economia, e seguire la strada immaginata e disegnata dai criteri esg. Eliminando, infatti, la necessità continua di spostarsi per raggiungere l'headquarter e,

quindi la città, contestualmente si riuscirebbe a diminuire l'inquinamento, a riscoprire la bellezza delle relazioni e della vita di quartiere, e ad arricchire il territorio in cui viviamo". Un win-win che potrebbe diventare realtà sulla base dell'applicazione del Piano nazionale di ripresa e resilienza preparato dall'Italia per rilanciare la fase post pandemia. "Anche se le difficoltà di implementazione sono tante e diverse, è innegabile che abbiamo a disposizione un'opportunità gigantesca che potrebbe rivoluzionare il sistema Italia e far emergere una nuova classe dirigente che sia capace di collaborare e di esaltare le nostre qualità in quanto Paese", chiosa il numero uno di eFm che, guardando al futuro della società, mira a chiudere il 2021 con un fatturato di 35 milioni di euro. Sogna, al contempo, la quotazione in Borsa. "Oltre a diventare un punto di riferimento nel proptech e nell'hrtech, vorremmo sbarcare nel mondo dell'alta finanza nel 2024, quotandoci a Milano e a Parigi, che è la patria del tech real estate. Inoltre, abbiamo l'obiettivo di continuare a crescere in Europa, sia organicamente che attraverso delle acquisizioni, e di migliorare ed evolvere sempre di più la nostra piattaforma. Continuando, quindi, a rispecchiare i tre pilastri fondanti della nostra filosofia: bene comune digitale, sostenibilità ed engaging place. Così da vivere meglio noi e il nostro pianeta", conclude Di Fausto. **F**