

MOD

ANALISI PRELIMINARE - DICEMBRE 2025

Indice dei *contenuti*

LOCATION
MERCATO IMMOBILIARE ATTUALE
LA PROPOSTA IMMOBILIARE
PUNTI DI VALORE DELLA PROPOSTA
TARGET DI RIFERIMENTO
CHIAVI DI COMUNICAZIONE E POSIZIONAMENTO

LOCATION

Castelnuovo del Garda: equilibrio perfetto tra *residenza, servizi e qualità della vita.*

FOCUS

Castelnuovo del Garda è una delle realtà residenziali più consolidate dell'area gardesana veronese. Non è un comune turistico "mordi e fuggi", ma un territorio vissuto quotidianamente da famiglie, professionisti e nuclei stabili che cercano servizi, scuole e collegamenti efficienti.

Via Carlo Marx si inserisce in un tessuto residenziale ordinato e tranquillo, lontano dalle congestionate direttrici turistiche ma strategicamente vicino ai principali poli di interesse: Lago di Garda, Peschiera, Verona e rete autostradale. Questa posizione garantisce vivibilità quotidiana, sicurezza e facilità di spostamento, elementi fondamentali per chi acquista una prima casa definitiva.

KEY POINTS

Contesto	Residenziale consolidato
Servizi	Scuole, sport, commercio
Distanza dal Lago di Garda	5 minuti
Distanza da Verona	20 Km
Accessibilità	A4-SR11

MERCATO IMMOBILIARE ATTUALE

Domanda *familiare reale* e carenza sul mercato di *NUOVE* soluzioni abitative.

FOCUS

Il mercato immobiliare di Castelnuovo del Garda è sostenuto principalmente da domanda locale, composta da famiglie che cercano un miglioramento delle condizioni abitative: più spazio, giardino, efficienza energetica e minori costi di gestione. In questo scenario, il prodotto più richiesto è rappresentato da villette di nuova costruzione, ma l'offerta è limitata e spesso frammentata.

Gli interventi realmente competitivi sono quelli che uniscono progetto unitario, classe energetica elevata e layout funzionali, elementi che oggi fanno la differenza nelle scelte d'acquisto. La classe A4, la presenza di spazi esterni privati e l'organizzazione su due livelli rendono *Eterra Ville* perfettamente allineato alla domanda attuale.

KEY POINTS

Prezzo nuovo	3.200 - 3.800 €/mq.
Domanda	Familiare, locale
Offerta villette	Limitata
Sensibilità energetica	Molto alta
Assorbimento	Medio-rapido

LA PROPOSTA IMMOBILIARE

Villette progettate per la vita quotidiana delle famiglie.

FOCUS

Eterra Ville è un intervento residenziale composto da 14 villette su due livelli, pensate come **prime case definitive** e non come soluzioni temporanee. Ogni unità è progettata con una chiara separazione tra zona giorno e zona notte, favorendo comfort, privacy e funzionalità.

Al piano terra trovano spazio un soggiorno di circa 43 mq, il bagno, uno o due box auto coperti (carport) direttamente al piano e il giardino privato, vero elemento distintivo della proposta. Al piano primo la zona notte è organizzata in modo razionale: camera matrimoniale di circa 17 mq con balcone, due camere singole da circa 10 mq e bagno.

Il tutto è inserito in un progetto unitario, coerente e ordinato, sviluppato e venduto direttamente da FB Capital, a garanzia di controllo, qualità e affidabilità.

KEY POINTS

Terra	Carport, soggiorno, wc, giardino
Primo	Zona notte, balcone, wc
Tipologia	Villetta su due livelli
Vendita	FB Capital

PUNTI DI VALORE DELLA PROPOSTA

Classe A4, *comfort abitativo* e costi di gestione ridotti.

FOCUS

Il valore di *Eterra Ville* è fortemente ancorato alla qualità tecnica dell'intervento, come certificato dal capitolato delle finiture fornito. La classe energetica **A4**, l'impianto a pompa di calore aria-acqua, il riscaldamento a pavimento, l'impianto fotovoltaico da 3,4 kW e l'attenzione ai ponti termici garantiscono elevato comfort e bassi consumi.

La struttura in calcestruzzo armato con cappotto, i serramenti performanti in PVC con tapparelle motorizzate, le predisposizioni per raffrescamento, VMC e impianto d'allarme rendono l'abitazione attuale oggi e pronta per il futuro. Un aspetto molto rilevante per famiglie che cercano stabilità e controllo dei costi nel lungo periodo.

KEY POINTS

Classe energetica A4	Consumi ridotti e miglior qualità di abitare
Fotovoltaico	Autonomia energetica
Giardino privato	Qualità della vita
Box al piano	Comodità quotidiana
Capitolato completo	Nessun costo nascosto

TARGET DI RIFERIMENTO

Famiglie del
territorio che
cercano un vero
salto di *qualità*.



FOCUS

Il target di *Eterra Ville* è composto da famiglie residenti a Castelnuovo del Garda e comuni limitrofi, spesso già proprietarie di un appartamento che non risponde più alle esigenze attuali. Si tratta di nuclei con figli o in previsione, con un approccio razionale all'acquisto ma fortemente orientati alla qualità della vita.

Questi acquirenti cercano spazio, indipendenza, efficienza energetica e un contesto sicuro, senza allontanarsi dal proprio territorio di riferimento. La presenza del giardino, delle camere separate e dei box al piano risponde perfettamente a queste esigenze, rendendo la proposta immediatamente comprensibile e desiderabile.

KEY POINTS

Età	dai 30 ai 50 anni
Tipologia	Famiglie, giovani coppie
Provenienza	Castelnuovo e paesi limitrofi
Esigenza	Upgrade abitativo
Orizzonte	Lungo periodo

TARGET DI RIFERIMENTO

Spazi, comfort, territorio e costi di gestione ridotti.



Il target di *Eterra Ville* è composto prevalentemente da famiglie residenti a Castelnuovo del Garda e nei comuni limitrofi, che vivono una fase di passaggio importante del proprio ciclo abitativo. Spesso si tratta di coppie tra i 30 e i 50 anni, con uno o due figli (o in previsione), attualmente residenti in appartamenti che non rispondono più alle esigenze di spazio, comfort e qualità della vita.

Questi acquirenti non cercano una casa “di rappresentanza”, ma una soluzione funzionale, solida e duratura, dove poter costruire il proprio futuro familiare. La decisione d’acquisto è guidata da elementi razionali come efficienza energetica, costi di gestione, distribuzione degli spazi ma anche da fattori emotivi: il desiderio di indipendenza, di uno spazio esterno privato, di un contesto sicuro e ordinato per crescere i figli.

Un aspetto chiave è la forte connessione territoriale: il cliente target vuole restare nella zona, vicino a scuola, lavoro, rete familiare e servizi. Questo rende particolarmente attrattiva una proposta che consenta un reale “salto di qualità” senza dover cambiare stile di vita o contesto sociale.

Dal punto di vista economico, si tratta di famiglie con una capacità di spesa consapevole, spesso supportata dalla vendita di un immobile esistente. Sono molto attente al rapporto valore/prezzo e diffidenti verso soluzioni percepite come speculative o poco trasparenti. La presenza di un developer strutturato come FB Capital, che vende direttamente, rappresenta un forte elemento di fiducia.

NB. La presente analisi si basa su dati di mercato disponibili e sull'esperienza professionale maturata nel settore immobiliare; le valutazioni espresse hanno carattere indicativo e potrebbero non rappresentare la totalità dei casi o l'evoluzione futura del mercato.

CHIAVI DI COMUNICAZIONE E POSIZIONAMENTO

Eterra Ville: una *casa* progettata per *restare.*



FOCUS

La comunicazione di *Eterra Ville* dovrà essere **concreta, rassicurante e orientata alla vita reale**, evitando toni eccessivamente aspirazionali o luxury. Il messaggio chiave è chiaro: **una casa nuova, efficiente e spaziosa pensata per le famiglie del territorio.**

Il progetto andrà posizionato come nuovo quartiere residenziale, non come singolo prodotto immobiliare. Visual, render e materiali dovranno raccontare luce, ordine, verde, quotidianità e solidità costruttiva. In questo percorso, MOD avrà un ruolo centrale nella costruzione di brand identity, materiali di vendita, render emozionali e piattaforme digitali.

LINEE GUIDA DI POSIZIONAMENTO

Messaggio	Prima casa definitiva
Tono	Affidabile e concreto
Valori	Famiglia, efficienza, futuro
Visual	Luminosi, realistici
Vendita	Diretta da FB Capital

CHIAVI DI COMUNICAZIONE E POSIZIONAMENTO

Eterra Ville: una *casa* progettata per *restare.*



La comunicazione di *Eterra Ville* deve essere costruita su un principio fondamentale: credibilità. Il progetto va raccontato come una risposta concreta a bisogni reali, non come un prodotto immobiliare da vetrina.

1. Centralità della vita quotidiana

Il messaggio deve partire dalla quotidianità: vivere meglio, avere più spazio, ridurre i costi, semplificare la gestione della casa. Il giardino, il soggiorno ampio, i box al piano e la distribuzione razionale diventano strumenti per raccontare scene di vita reale, non semplici caratteristiche tecniche.

2. Prima casa definitiva, non compromesso

Eterra Ville va posizionato come scelta definitiva, non come passaggio intermedio. Questo significa sottolineare la qualità costruttiva, la classe energetica A4, le predisposizioni future e la solidità dell'intervento.

3. Affidabilità del developer

La vendita diretta da parte di FB Capital deve emergere come valore: controllo del processo, chiarezza, interlocutore unico. In un mercato dove molti acquirenti temono sorprese e mancanza di trasparenza, questo è un elemento di forte rassicurazione.

4. Linguaggio semplice, tecnico ma comprensibile

La comunicazione deve tradurre il capitolato tecnico in benefici comprensibili: meno dispersioni, consumi più bassi, comfort termico, silenzio, qualità dell'aria. La tecnica non va nascosta, ma semplificata e resa utile.

5. Posizionamento come "nuovo quartiere"

Eterra Ville non è solo un insieme di villette, ma un micro-contesto residenziale coerente, ordinato e riconoscibile. Questo concetto va rafforzato attraverso naming, render, planimetrie e storytelling, creando l'idea di comunità e stabilità.

MATTER OF DESIGN

MOD SRL
Corso Cavour, 44 Verona
info@matterofdesign.it
matterofdesign.it

P. Iva 05029700233
T. +39 045 24 56 311