

# Soluzioni “market-oriented” per investimenti immobiliari

**SALVATORE BELLOMO, presidente di New Trends SA, affronta le problematiche che occorre tener ben presente se si vuole approcciare in modo corretto e conveniente un mercato difficile e competitivo come quello immobiliare.**



SALVATORE BELLOMO, PRESIDENTE DI NEW TRENDS SA  
E ANDREA BELLOMO, RESPONSABILE MARKETING DI NEW TRENDS SA

**Prima di tutto, cosa significa investire in un'ottica di mercato e cosa comporta?**

«Investire orientati al mercato, o “market oriented”, significa capovolgere il modo di vedere e di vendere un prodotto: cambiare completamente prospettiva da “top-down” (e cioè realizzando un progetto a partire dall'alto, da un desiderio o una visione astratta personale) a “bottom-up” (costruire un progetto o prodotto partendo dagli input e feedback del mercato reale). Ciò comporta una complessa analisi di svariati fattori (commerciali e finanziari, tecnico-architettonici, legali e di marketing)».

**Per capire meglio il concetto, si può fare un esempio concreto?**

«Mettiamo che un investitore desideri realizzare un'operazione immobiliare a partire dall'acquisto del terreno. Prima di tutto bisogna valutare, tra le altre cose, la posizione del terreno (vista, pendenza, distanza dal centro città, insolazione), le possibilità di lottizzazione, gli spazi realizzabili, i vincoli costruttivi

e legali. In base a questo studio che determina i limiti intrinseci del terreno è fondamentale passare ad un'analisi accurata del mercato potenziale, in modo da potere avere una chiara idea delle caratteristiche del cliente finale: è sensibile ai trend (ecologici, dei materiali, architettonici, ecc.)? Qual'è la sua disponibilità finanziaria? Quanto conta l'immagine e l'aspetto estetico rispetto a quello funzionale? Questi sono, per esempio, alcuni dei quesiti a cui bisogna rispondere in una prima fase.

Una volta chiaro a chi bisogna rivolgersi, si passerà al cosa realizzare e come (studio di fattibilità, business plan, architettura finanziaria, tipologia immobile), non viceversa».

**Quali sono i vantaggi dell'applicazione di questa strategia, per l'investitore?**

«Per l'investitore operare con questa visione di marketing si traduce in una riduzione dei rischi (ad esempio, di essere costretti a ridurre i prezzi rispetto al previsto), uno sforzo di vendita nettamente inferiore, una riduzione dei

tempi (e quindi dei costi). Per usare una metafora, se il mercato è un fiume, è la differenza tra andare nel senso della corrente (e quindi essere trasportati da essa) rispetto a cercare di sforzarsi di andare controcorrente».

**E per il cliente finale (acquirente)?**

«Il valore aggiunto per il cliente è avere un prodotto che sia conforme ai propri bisogni e desideri. In questo caso avremo una situazione “win-win”, ovvero un vantaggio per entrambe le parti, sia per il venditore che per l'acquirente.

Questo si traduce in una strategia di vendita “pull” e non “push” (e quindi meno intrusiva) verso il cliente finale: il cliente compra ciò che effettivamente sta cercando in modo attivo, un prodotto conforme alle sue esigenze reali ed attuali».

**Dal punto di vista teorico sembra un ottimo modo di procedere. Ma quali strutture sono in grado effettivamente di mettere in pratica questa visione?**

«Sicuramente non tutti gli operatori immobiliari. Per mettere in pratica questo modello operativo, un investitore deve affidarsi ad una struttura operante nel settore che abbia esperienza, competenza e multidisciplinarietà al suo interno. Questo anche per potere affrontare eventuali imprevisti ed ostacoli (che spesso si presentano nelle operazioni immobiliari) in modo dinamico ed efficace e poter mantenere dei tempi di realizzazione ottimali.

È essenziale che chi riceve il mandato abbia una “visione sincronica” dell'operazione (finanziaria, architettonica, legale e di marketing, possibilmente sotto lo stesso tetto), per garantirne il successo ed il pieno raggiungimento degli obiettivi dell'investitore».

# Residenza Maraini, Savosa

Realizziamo 2 palazzine di 12 appartamenti di standing superiore.



Appartamenti in vendita da 3.5 a 6.5 locali (da 94 a 160 m<sup>2</sup>) con consegna per primavera 2009.

## Cura dei dettagli e della qualità di vita.

Ambienti molto luminosi, vista aperta, lavanderia privata, grandi terrazze, giardini ad uso riservato al pianterreno, parco condominiale di ca 1000 m<sup>2</sup>. Possibilità di personalizzare gli spazi con modifiche progettuali e scelta finiture (pavimenti, bagni, cucine).

## Tranquillità nel verde a pochi passi dal centro di Lugano.

Il piacere ed il privilegio di vivere in una zona residenziale e tranquilla in vicinanza di aree verdeggianti (parco giochi, prati, boschi) site a pochi metri da casa senza rinunciare alle comodità del centro cittadino e ad i vantaggi di tutti i servizi ad esso connessi.

## Prossimità di tutte le scuole (dalla scuola materna al Liceo).

La sicurezza e la praticità di poter raggiungere in pochi minuti a piedi le scuole di tutti i livelli sono un grande vantaggio, soprattutto per i vostri figli: la scuola materna, quella elementare, le medie ed il liceo si trovano infatti nel raggio di 800 m.

## Servizi e vie di comunicazione nel raggio di 300 metri.

La comodità di avere praticamente sotto casa tutti i servizi principali: supermercati, negozi, piscina comunale, centro sportivo, banche, stazioni di benzina, posta, farmacia, ristoranti, fermata mezzi pubblici, imbocchi autostrade nord e sud.

**newtrends**<sup>SA</sup>  
studio fiduciario immobiliare

Intermediazione e Promozione  
Progettazione e Direzione Lavori  
Amministrazione e Consulenza

Via Pretorio 11  
6900 Lugano - CH

t.: 091 921 00 31  
f.: 091 923 14 94  
info@new-trends.ch

➔ [www.new-trends.ch](http://www.new-trends.ch)

