

I vantaggi di una visione sincronica

L'alternativa all'immobiliare 'fai-da-te', per chi desidera un servizio di qualità o per chi vuole portare a buon termine operazioni complesse che richiedono il coordinamento programmato di competenze multidisciplinari.

La moderna tecnologia avvicina la compravendita immobiliare all'utente, rendendola apparentemente più semplice. Basta scattare delle fotografie digitali dell'oggetto in questione e pubblicarle, accompagnate alle informazioni del caso, su uno dei diversi portali specializzati; dopodiché, aspettare i riscontri da parte dei potenziali interessati e cominciare a trattare. «In realtà non è così semplice; i rischi e le insidie, per ambo le parti, sono dietro l'angolo; il venditore può metterci molto tempo, anche degli anni, a trovare un acquirente al prezzo desiderato, e quest'ultimo può ritrovarsi con un oggetto che magari si rivela non essere proprio quello dei suoi sogni», afferma Salvatore Bellomo, direttore esecutivo di New Trends, studio fiduciario immobiliare con sede a Lugano, che si posiziona in maniera diametralmente opposta rispetto alla tendenza appena descritta: «New Trends non si limita a proporre un servizio di intermediazione, ma offre consulenza ed assistenza globali, facendosi carico di tutti i vari aspetti che entrano in gioco, con un intervento sinergico delle diverse competenze». Ciò è reso possibile da un team interdisciplinare composto da nove dipendenti che coprono diverse competenze, cui sono da aggiungere

una cinquantina di collaboratori esterni (segnalatori, artigiani, legali, grafici, ecc...). «La risorsa umana per noi è molto importante; è quella che fa la differenza, che dà valore al prodotto», commenta Salvatore Bellomo, direttore di una società nata nel 1991 e che conta attualmente quattro membri della famiglia nel team. «I ruoli sono assegnati ovviamente in base a competenze specifiche: mio fratello Gaetano ha alle spalle quasi trent'anni di esperienza nel settore edile come disegnatore e direttore lavori, mio figlio Andrea - responsabile marketing - sta terminando il Master in Marketing presso la Facoltà di Scienze della Co-

municazione all'Usi di Lugano, mia moglie Ewa, diplomata nel 2000 in Comunicazione d'Impresa, è responsabile delle pubbliche relazioni ed eventi, mentre io stesso, benché di formazione umanistica (laurea in Lettere a Ginevra) sono attivo nel settore immobiliare da 22 anni ed ho il diploma di Fiduciario Immobiliare dal 1998», precisa Salvatore Bellomo, «l'integrazione di queste diverse competenze e la stretta collaborazione tra i membri del team sono il nostro punto di forza». L'importanza accordata alle persone non è soltanto una forza centripeta, ma pure centrifuga, nel senso che fin dai suoi esordi la società ha scelto

di privilegiare il rapporto con la propria clientela, anziché focalizzarsi su un target predefinito. «La selezione è fatta in base alla serietà del rapporto, non all'entità dell'affare; un criterio che comunque vale per ambo le parti: noi ci impegniamo a trattare le proprietà affidateci dai nostri mandanti come se fossero nostre, occupandoci e facendoci carico, anche per quanto riguarda i costi, di tutti gli aspetti che ci consentono di raggiungere gli obiettivi; d'altra parte chiediamo al nostro mandante l'esclusività del rapporto. La scelta di privilegiare i rapporti con la clientela ci ha portato ad offrire sempre più servizi, migliorandone costantemente la qualità». Così, nel tempo, New Trends, membro Svit Ticino ed azienda formatrice, è cresciuta unitamente al ventaglio di servizi offerti fino ad arrivare alla situazione odierna, che comprende: l'intermediazione di beni immobiliari di qualsiasi natura, la progettazione e direzione lavori per conto terzi (privati, investitori o imprese generali), le realizzazioni 'chiavi in mano' (servizio che garantisce un prodotto finito ad un prezzo predeterminato e per il quale è stata creata



Salvatore Bellomo, direttore esecutivo di New Trends, studio fiduciario immobiliare con sede a Lugano.

un'apposita società, la Edil Trend Sa), lo studio e la realizzazione di promozioni immobiliari (l'operazione più complessa) e l'amministrazione di immobili (servizio riservato ai clienti che hanno acquistato tramite New Trends). A ciò si aggiungono le perizie tecnico-commerciali e gli studi di fattibilità. «Molta enfasi è messa sulla comunicazione, che non equivale a fare unicamente un'inserzione su un giornale, ma prevede la creazione di un'identità aziendale attraverso un'immagine coordinata ed una chiara strategia di posizionamento», commenta Andrea Bellomo, responsabile marketing di New Trends. Quale che sia l'esigenza del cliente, essa viene affrontata da tutti i punti di vista contemporaneamente. «Il team si compone di professionisti forma-

tisi in ambito commerciale, amministrativo, architettonico, pubblicitario e legale (in questo caso si tratta di una collaborazione esterna, ma costante e programmata), le cui competenze specifiche vengono messe in comune da frequenti brainstorming dove l'intelligenza del singolo diventa intelligenza collettiva; ciononostante, per il cliente, il referente resta uno solo», precisa Salvatore Bellomo. Una visione sincronica che consente una riduzione di rischi ed imprevisti, un'ottimizzazione dei tempi e una velocità di reazione; elementi importanti in un mercato, come quello attuale, che si muove sempre più velocemente. «Il mercato immobiliare, che nella nostra regione come altrove ha conosciuto negli ultimi tempi una forte crescita, comincia a mostrare i primi se-

gnali di 'stabilizzazione'. Osservando la grande richiesta di immobili come investimento diretto ed indiretto, che proviene principalmente dal Nord Italia ma anche da altri parti del mondo, non penso però che a breve termine assisteremo ad una flessione consistente del trend positivo; se a ciò si aggiunge poi il fatto che il tasso di proprietari sul totale delle abitazioni nel nostro Cantone si situa, malgrado il notevole incremento degli ultimi anni, tuttora attorno al 40%, si può dedurre che il barometro segnerà ancora bel tempo per gli operatori del settore, che è bene comunque abbiano le risorse per dare un buon servizio anche in periodi più 'difficili'», commenta il direttore di una società che con il suo nome fa proprio riferimento al fatto di essere pronti a reagire alle nuove ten-

denze del mercato. «Sulla piazza immobiliare sono sempre più presenti network internazionali che per loro natura sono aperti al mercato globale, facilitati dalle nuove tecnologie di comunicazione che consentono di mettere in relazione in tempi ridottissimi domanda ed offerta in tutto il mondo», continua Salvatore Bellomo, «di conseguenza, per essere pronti a confrontarci con competitor internazionali, stiamo lavorando alla creazione di un network con colleghi ticinesi, italiani e di altre nazioni, partendo però dal Ticino e mantenendo quindi le peculiarità connesse al nostro territorio».

«Si tratta cioè di mettere in pratica il detto "think local, act global" offrendo ai nostri acquirenti e mandanti non solo i nostri oggetti ed i nostri acquirenti, ma anche quelli



BIAGI
SERVIZIO **TECNOLOGIA** CONSULENZA

BIAGI & C. S.r.l.
IMPIANTI TERMICI GENOVA

IMPRESA SISTEMA DI QUALITÀ
VISION 2000 REPERIBILITÀ 24 ORE
SU 24 INSTALLAZIONE BRUCIATORI
MANUTENZIONI INCARICHI DI
TERZA RESPONSABILITÀ
TELEGESTIONE IMPIANTI

Via Romana di Quarto 5
GENOVA
Tel. +39 010.386.742
www.biagi-genova.it
biagi@biagiimpianti.it

CORFIDA CORFIDA CORFIDA CORFIDA

IL MEGLIO DEL MERCATO IMMOBILIARE
A VOSTRA DISPOSIZIONE



CORFIDA Immobiliare
Real Estate

CORFIDA SA via P. Peri 9,
6901 Lugano,
Tel. 091 922 80 81
www.corfida.com
info@corfida.com



UBS presenta le prime micro compact home ticinesi

Si tratta di 'micro case', studiate nei minimi particolari e dotate del necessario per ospitare una o due persone; il tutto su una superficie di 6,8 metri quadri. La più piccola casa al mondo è stata progettata dal professore britannico Richard Horden (che ne abita una dal novembre 2005), in collaborazione con gli studenti dell'Università tecnica di Monaco; essa è prodotta a Uttendorf, in Austria, dalla m-ch micro compact home production gmbh; da qui le 'micro case' possono essere distribuite in tutta Europa e rifinite interiormente secondo i propri gusti. Dal suo lancio alla fine del 2005, questo prodotto di una nuova concezione dell'architettura ha riscosso grandi consensi, dapprima in Gran Bretagna, ora in tutta Europa.

Le case compatte prendono ispirazione dalle case da tè giapponesi e dal design aeronautico e automobilistico e rispondono all'esigenza di soggiorni di breve durata, sia professionali che 'leisure'. Un'alternativa interessante a camper e roulotte per chi tiene al design. Abitare in una 'micro casa' significa focalizzarsi sull'essenziale; all'interno vi trovano infatti spazio un angolo per il lavoro e per i pasti, un bagno, una cucina, un letto matrimoniale e uno spazio sufficiente per riporre i propri oggetti; il tutto distribuito su due livelli e contraddistinto dalla qualità del design e dall'attenzione per i materiali.

Le casette sono costruite a partire da una struttura a telaio formata da travi di legno con un rivestimento esterno d'alluminio anodizzato, isolata con poliuretano e rifinita da finestre con doppi vetri e porta d'entrata a doppia serratura di sicurezza, larga soltanto 60 centimetri.



Le dimensioni minimaliste (266 centimetri per lato, 198 di altezza) permettono l'installazione in ogni luogo, anche tra alberi ed arbusti, e rendono la micro compact home perfetta come unità singola, per esempio piazzata nel giardino di casa come 'casetta degli ospiti' oppure in campagna per il weekend, ma anche come elemento costitutivo di un complesso residenziale. Infatti, esse possono venir raggruppate in orizzontale o in verticale, fino a creare un villaggio che metta in contatto le diverse unità attraverso lo spazio esterno condiviso.

Nel corso del mese di maggio, UBS presenta questo innovativo concetto architettonico in 3 diverse località ticinesi: a Locarno, in Piazza Grande, dal 2 al 5 maggio, a Lugano, in Piazza Dante, dall'8 al 12 maggio, e a Mendrisio, al Piazzale alla Valle, dal 15 al 19 maggio.

Per informazioni:
www.ubs.com/casapropria

di altri colleghi in altre nazioni; un'apertura al mercato esterno dettata da regole interne», spiega Andrea Bello, «dalla nostra gioca co-

munque il fatto che siamo sempre stati attenti alle nuove tecnologie di comunicazione. Basti pensare che siamo una delle prime società immobi-

liari in Ticino ad essersi dotata di un sito in tre lingue, concepito già dal 1998 come vero e proprio 'strumento' di lavoro, un catalogo on-line che

mostra la documentazione completa di ogni singolo oggetto consentendo un notevole risparmio di tempo a colleghi ed acquirenti.

Facendo un passo indietro nel discorso, e tornando alla 'visione sincronica' che caratterizza il modo di operare di New Trends, va detto che essa si rivela particolarmente utile quando si intraprende lo studio e la realizzazione di una promozione immobiliare di una certa entità: «La capacità di vedere le varie problematiche da più punti di vista contemporaneamente è tanto più importante quanto il gioco diventa più grande», spiega

A fianco, il team interdisciplinare di New Trends.



il direttore di New Trends, «e questo è sicuramente il caso delle operazioni più complesse che richiedono, oltre alle competenze interdisciplinari, una profonda conoscenza del mercato, acquisita, come nel nostro caso, in oltre vent'anni di esperienza». Tra le operazioni di questo tipo ideate da New Trends figurano: un villaggio residenziale a Grancia, composto da 21 case mono e bifamiliari che sta per essere ultimato, la Residenza Maraini, una realizzazione di 24 appartamenti a Sa-

vosa, attualmente in fase di decollo, ed una promozione di quattro palazzine a Montagnola, che è in fase di ottenimento della licenza di costruzione. «Il percorso di promoter è oramai collaudato: dopo aver individuato un terreno che riteniamo interessante promuovere, realizziamo un approfondito studio di fattibilità, elaboriamo il progetto architettonico, superiamo le eventuali opposizioni allo stesso, reperiamo i partner finanziari ed operativi, ed infine elaboriamo la campa-

gna di comunicazione», afferma Salvatore Bellomo. La residenza Maraini di Savosa, per esempio, prevede l'edificazione di due palazzine simmetriche su tre piani, con 12 appartamenti ciascuna, di standing medio-superiore, che assicurano una grande indipendenza, in linea con le tendenze del mercato. Un'indipendenza che si traduce, per esempio, nel fatto che ogni appartamento - o 'unità abitativa' - dispone di un'entrata propria dall'autorimessa e di una lavanderia al piano.

«Abbiamo deciso di offrire una grande terrazza con vista aperta ad ogni appartamento, che è praticamente un locale in più e, inoltre, identifica l'unità abitativa anche per il proprietario; un concetto che si riallaccia all' 'Immeublevilla' di Le Corbusier», commenta l'architetto Paolo Gandola, laureato al Politecnico di Milano, membro Sia Otia e direttore progettazione di New Trends, «ogni unità abitativa è poi 'traversante', si affaccia cioè almeno su due fronti; una scelta che porta anche ad offrire viste il più possibile diversificate». Il terreno su cui sorgerà la Residenza Maraini era occupato da depositi di ditte di costruzione. «Si tratta anche di un risanamento del territorio all'interno di una zona residenziale», continua l'architetto, che vanta un'esperienza ultra-decennale, «volevamo creare un'architettura di valore in un rapporto armonioso con il terreno circostante e per farlo abbiamo accentuato gli spazi liberi concentrando l'edificazione nella zona a monte, così da creare a valle un ampio parco condominiale di circa mille metri quadri». Gli appartamenti sono principalmente di 3 e 4 locali, ma la disposizione delle stanze e dei servizi rende possibile aumentare o diminuire le dimensioni. «Questi elementi, unitamente alla possibilità di personalizzare le finiture, permettono l'armonizzazione del progetto alle reali esigenze degli acquirenti in una sintesi dinamica tra mercato ed architettura», dice ancora l'architetto Gandola. «Un'applicazione coerente», conclude Salvatore Bellomo, «della filosofia di New Trends, che è quella di raggiungere un giusto equilibrio tra profitto ed etica, in una visione umanistica che mette sempre l'uomo al centro dei rapporti».



HOTEL MANIN



L'Hotel Manin è situato in una posizione tranquilla di fronte ai giardini pubblici, in pieno centro cittadino. A pochi passi da Piazza della Scala, da Piazza del Duomo e dalla Stazione Centrale, è circondato dalle più belle strade per lo shopping, via della Spiga, via Montenapoleone, via Manzoni. L'Hotel Manin, diretto personalmente da Bruno Colombo, è di proprietà della famiglia dal 1904.

Via Manin 7
20121 Milano - Italia
Tel. +3902.6596511
Fax +3902.6552160
www.hotel-manin.it
e-mail: info@hotel-manin.it