

ticino

N° 055  
SETTEMBRE / NOVEMBRE 2017

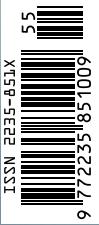
MAGAZINE DI  
**PERSONE, EVENTI, AZIENDE, FATTI E NOTIZIE**

# welcome



**MARIO BOTTA**  
UNO STILE IRREVOCABILE

EDIZIONE PUBLIGOOD © Svizzera CHF \$,00 / Italia € 6,80



**PRIMO PIANO**

**CERN**

Promuovere l'innovazione

**DOSSIER**

**FONDAZIONI**

Impariamo a conoscerle

**SCUOLA**

**SUPSI**

Cresce l'offerta formativa

**INCHIESTA**

**ATT**

Il turismo accelera

## IL LUSSO È DI CASA IN TICINO



**UELI SCHNORF E PHILIPP PETER.**  
TITOLARI DI WETAG CONSULTING,  
SPIEGANO IL CONCETTO DI LUSSO  
NEL SETTORE IMMOBILIARE  
E PERCHÉ IL TICINO CONTINUA  
AD ESSERE UNA DELLE DESTINAZIONI  
PIÙ AMBITI AL MONDO.

**WETAGCONSULTING**

Riva Antonio Caccia 3, CH-6900 Lugano  
Via della Pace 1a, CH-6601 Locarno  
Via Beato Berno 10, CH-6612 Ascona

www.wetag.ch  
www.journal.wetag.ch  
info@wetag.ch  
+41 (0) 91 751 31 06



142

**P**ossiamo iniziare analizzando nel dettaglio come è strutturata la domanda di immobili di lusso in Ticino...

«Dobbiamo parlare di tre differenti tipi di mercato. Esiste un mercato primario che comprende le abitazioni collocate nelle grandi città dove la gente vive e lavora. Pensiamo alle principali città del mondo... Parigi, Londra, New York, dove ci sono quartieri residenziali con appartamenti o ville di particolare pregio. Il secondo mercato, invece, è il cosiddetto resort market e comprende le abitazioni collocate in zone tipicamente destinate alle vacanze. È il caso delle isole caraibiche, dove si acquistano dimore di lusso per trascorrervi, durante tutti i mesi dell'anno, periodi di soggiorno più o meno lunghi. Infine esiste un mercato Life Style e Jet Set dove si collocano quelle destinazioni sempre alla moda (Côte d'Azur, Monaco, Costa Smeralda) dove la gente può risiedere, ma anche trascorrere periodi di vacanza».

**In questo panorama internazionale come si colloca il Ticino?**

«L'assoluto punto di forza del Ticino è rappresentato dal fatto che esso riassume insieme tutti questi diversi mercati. Vi sono persone che scelgono di risie-



dervi stabilmente durante tutto l'anno, altre che vi passano alcuni periodi soltanto, altre ancora che vi vengono per le loro vacanze. Questa situazione diversificata costituisce una straordinaria opportunità perché è possibile indirizzare le proprie proposte immobiliari ad un pubblico più vasto ed eterogeneo; dall'altro canto implica una maggiore professionalizzazione, in quanto occorre elaborare un preciso profilo dei potenziali acquirenti, analizzando in profondità quali sono le loro reali esigenze, disponibilità e aspettative».

**Accanto agli immobili di lusso ed extraluasso per residenti esiste in Ticino anche una richiesta di abitazioni secondarie. Quali sono le caratteristiche di questo mercato?**

«Gli acquirenti locali, ovvero i clienti che vivono e lavorano in Ticino, di solito, acquistano proprietà di un valore compreso tra 1 e 3 milioni di CHF. Per quanto riguarda il settore che comprende immobili di valore superiore a 3 milioni di CHF gli acquirenti, molto spesso, sono clienti internazionali o provengono dalla regione della Svizzera tedesca. Infine, il mercato extraluasso in Ticino comprende attici e tenute di un valore superiore ai 10 milioni di CHF. Queste proprietà, spesso, sono situate in posizioni ottimali e con vista sul lago. Bisogna considerare anche

che quello delle residenze secondarie è il mercato che più soffre delle limitazioni e delle normative introdotte a livello federale e cantonale. Esistono infatti situazioni differenziate a seconda che una residenza sia collocata o meno in una zona turistica. Bisogna poi tenere conto delle limitazioni relative alla superficie acquisibile che non devono superare i 200 mq. Le residenze secondarie sono scelti soprattutto da quei clienti che guardano al Ticino per le ottime opportunità di vacanze, relax, sport all'aria aperta che offre».

**Da parte degli acquirenti si è registrata negli ultimi anni una crescente attenzione nei confronti del valore reale dell'immobile: quali sono gli elementi che devono concorrere alla determinazione del "giusto prezzo"?**

02

«Una tendenza specifica tra gli acquirenti nel mercato di lusso è rappresentata dalla grande attenzione al valore reale dell'immobile. Gli acquirenti di oggi, soprattutto se sono clienti che vengono dall'estero, sono sopravvissuti alla crisi degli ultimi anni. Essi si informano sui valori reali per non essere costretti a pagare più del necessario e correre il rischio di non riuscire a rivendere un immobile in futuro. Se una proprietà ha un prezzo esageratamente elevato non avrà nessuna possibilità di essere venduta a clienti di questo tipo. Le proprietà che dispongono di un buon rapporto tra posizione favorevole, qualità e prezzo realistico, normalmente vengono vendute in un periodo di tempo accettabile, che tuttavia si è allungato rispetto alla situazione degli ultimi anni e attualmente si aggira intorno ai 24 mesi. In ogni caso, risulta decisivo per il buon successo di una vendita, l'intervento di intermediari specializzati».

**Nella compravendita di un immobile di lusso diventa sempre più importante la consulenza qualificata di un operatore che sia un profondo conoscitore di tutte le problematiche e dinamiche del mercato. Qual è il valore aggiunto offerto da una società come la vostra nell'accompagnare un cliente in tutte le fasi di un acquisto?**

«La nostra appartenenza a quattro grandi network di primario livello internazionale, il nostro pluriennale radicamento nel territorio ticinese e l'esperienza maturata

in tanti anni di lavoro nel mercato degli immobili di lusso ci consente di conoscere fin nei minimi dettagli l'evoluzione di ogni singolo segmento di mercato, le trasformazioni in atto e le prospettive future. Ciò ci permette di avere una visione costantemente aggiornata della situazione, supportata da una elevata mole di dati statistici, e una specifica competenza che abbraccia tutti i possibili aspetti legali, fiscali, tecnici... Si tratta evidentemente di un grande vantaggio competitivo direttamente derivante dall'appartenere a diversi network seri che propongono ville e residenze di lusso in tutte le più prestigiose località del mondo».

**Da ultimo, come possiamo sintetizzare le tante buone ragioni per cui clienti di tutto il mondo scelgono di risiedere in Ticino?**

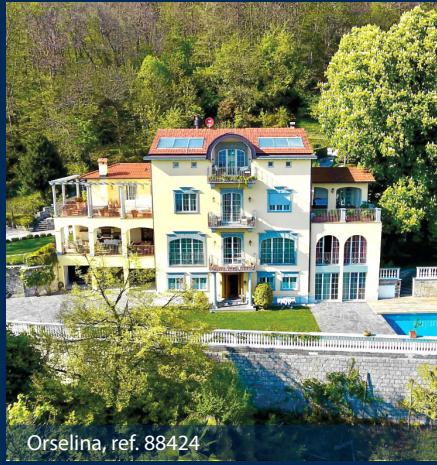
«Chi viene in Ticino sceglie di usufruire di quelli che sono i tradizionali vantaggi offerti da questa regione, che rappresenta un connubio ideale tra stabilità politica ed economico-finanziaria e lo stile italiano della "dolce vita". Il gradevole clima mediterraneo, la natura verde e rigogliosa, i laghi, Ceresio e Maggiore, insieme alle montagne circostanti, hanno reso quest'area, da decenni, la meta principale per turisti e acquirenti provenienti dal Nord Europa. Inoltre, se consideriamo anche il basso livello di criminalità, l'eccellente sistema sanitario, le strutture e i servizi scolastici e pubblici di alto livello, il Ticino risulta essere davvero un posto ideale in cui vivere». ☉



01  
Caslano, Lago di Lugano, Svizzera - REF. 88474  
"Villa Mainini": splendida proprietà storica sul lago

02  
Carona, Lago di Lugano, Svizzera - REF. 88461  
Spaziosa villa con piscina e grande terreno in posizione spettacolare

03  
Brione sopra Minusio, Lago Maggiore, Svizzera  
REF. 88480  
Villa ecologica con bosco privato & piscine



Orselina, ref. 88424



Minusio, ref. 88468



Brione sopra Minusio, ref. 88480



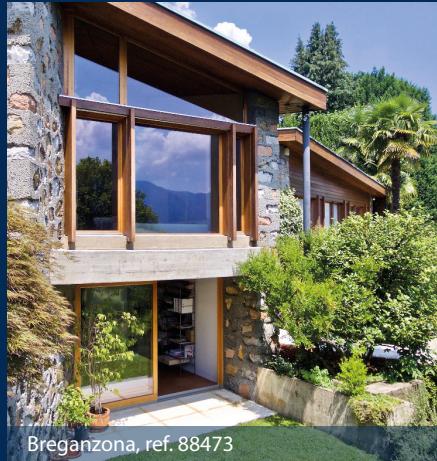
Mendrisio, ref. 88475



Montagnola, ref. 88471



Caslano, ref. 88474



Breganzona, ref. 88473



Ronco sopra Ascona, ref. 88481



Carona, ref. 88461

*Scegliete tra più di  
190 proprietà esclusive!*

Visitateci su [wetag.ch](http://wetag.ch) oppure scoprite lo stile di vita mediterraneo su [journal.wetag.ch](http://journal.wetag.ch).

La nostra rete internazionale

CHRISTIE'S  
INTERNATIONAL REAL ESTATE

*Leading* REAL ESTATE COMPANIES OF THE WORLD™

LUXURY PORTFOLIO INTERNATIONAL™

EREN  
FINEST REAL ESTATE

Possiamo aiutarvi nella ricerca della vostra casa dei sogni?

Contattateci  
+41 91 751 31 06 • [info@wetag.ch](mailto:info@wetag.ch)

 WETAGCONSULTING