

N° 071
SETTEMBRE / NOVEMBRE 2021

MAGAZINE DI
PERSONE, EVENTI, AZIENDE, FATTI E NOTIZIE

ticino

welcome



**EMILIO
MARTINENGI**
LA VOLONTÀ DI CAMBIARE

EDIZIONE TICCINO WELCOME SAGL © Svizzera CHF 8,00 / Italia € 6,80



PRIMO PIANO

RAFFAELE DE ROSA

Con la collaborazione
si vince tutti insieme

LEADER ALLO SPECCHIO

BOAS EREZ

Vivere senza contare

SPECIALE FISCALITÀ

**RAPPORTI
SVIZZERA-ITALIA**

A che punto siamo?

SPECIALE BIT 2021

SETTORE IMMOBILIARE

Protagonista del rilancio
economico

TURISTI IMMOBILIARI

01



Da sinistra: Philipp Peter e Ueli Schnorf

QUANDO LA RICERCA DI UNA CASA DIVENTA IL PRETESTO PER VISITARE PROPRIETÀ DA SOGNO IN TICINO

A chi non piacerebbe curiosare al di là di quei meravigliosi cancelli che a volte si intravedono lungo le strade che costeggiano il lago di Lugano e il lago Maggiore? Ma se la maggior parte delle persone si accontenta di immaginare e sognare stupende proprietà, c'è chi - senza troppi scrupoli e con la scusa di voler acquistare la villa - cerca di entrarci. Diventa quindi indispensabile individuare immediatamente questa tipologia di clienti e congedarli.

Ueli Schnorf, comproprietario Wetag: «Ricordo con un sorriso quella signora e quel suo cagnolino bianco, penso fosse un barboncino. Sono passati diversi anni e sinceramente credo che volesse realmente acquistare una casa, ma aveva le idee molto confuse e ha approfittato della mia gentilezza. Non so come avrei reagito oggi, ma allora mi sono ritrovato a farle da cicerone e taxista per diversi giorni. Andavo a prenderla al suo albergo, l'accompagnavo nelle location più esclusive, raccontandole aneddoti interessanti e affascinanti, anche a livello storico. È infatti molto im-



portante che un venditore conosca la storia del territorio in cui opera. Ma torniamo alla signora, che da un momento all'altro è sparita, lasciandomi un ricordo che è durato a lungo nella mia macchina: l'odore del cane, che durante la visita di una proprietà in Valle Maggia, era stato poco bene...».

Philipp Peter, comproprietario Wetag: «Ci sono diversi tipi di turisti immobiliari e possiamo riconoscerne tre tipo-

logie: il curioso, il presuntuoso e l'affascinante. Il primo, senz'altro il genere più comune, si indirizza ad un'agenzia perché interessato a vedere proprietà che non potrà mai permettersi. In poche parole nel suo tour vacanziero cerca di includere oggetti unici a livello architettonico, situati in posizioni altrimenti irraggiungibili e con viste mozzafiato. Il secondo, invece, cerca di far credere di avere grandi capitali e si serve di un'agenzia rinomata

02





per accrescere la sua credibilità e visibilità in società. Arriva al punto di firmare contratti di riservazione e riesce a procurarsi, illegalmente, certificati bancari firmati da direttori inesistenti. L'ultimo genere è normalmente legato ad una donna molto affascinante. L'uomo per far bella figura fa credere alla compagna di avere grandi disponibilità finanziarie, insieme visitano proprietà da sogno, ma al momento di concretizzare l'acquisto non si fa più sentire e non risponde al telefono. In poche parole, in tutti e tre i casi, questi personaggi spariscono nel nulla e se manca l'esperienza (incluso un buon senso) si rischia di investire molto tempo per niente. Per questa ragione, anche per la vendita, è consigliabile rivolgersi sempre ad agenzie serie, professionali e con conoscenze adeguate, proprio per evitare di imbattersi in questi imbrogliatori. Da parte nostra facciamo sempre delle verifiche: la prima, la più semplice, consiste nel mettere in nome del cliente in Google. Questo sistema è molto utile perché la maggior parte dei clienti fa-

coltosi fanno parte di grandi società. In ogni caso per le proprietà superiori agli 8 milioni richiediamo degli attestati di solvibilità (proof of funds). Ma bisogna anche stare attenti perché le apparenze possono sempre ingannare, ricordo un uomo molto semplice: scarpe da ginnastica, jeans, maglietta e cappellino da baseball... il cui nome non appariva in nessun motore di ricerca; la prima impressione poteva essere di un tipico turista immobiliare ma poi, parlandoci assieme, ascoltando la sua vita e la sua carriera, si è dimostrato essere un multimilionario che ha sempre vissuto con un profilo basso. Questo per farci capire la complessità di un lavoro come quello dell'agente immobiliare».

Ueli Schnorf: «Effettivamente non è sempre facile capire chi ci si trova davanti. Diversi anni fa sono arrivati due tedeschi che volevano visitare due meravigliose ville, si sono presentati con un vecchissimo Ford Taunus e sembravano usciti da un film gangster. Dopo un primo controllo risultava che l'indi-

rizzo al quale avevamo spedito le informazioni era quello di una prigione in Germania e quando li contattavamo telefonicamente ci dicevano che non potevano darci troppe informazioni... ecco in questo caso siamo rimasti molto cauti, perché tutto, assolutamente tutto, faceva presagire il peggio!».

01

Modernità e lusso con zona fitness, spa, squash e simulatore di golf
Carona, Lago di Lugano — rif. 88518

02

Vita esclusiva tra il lago e la natura
Montagnola, Lago di Lugano — rif. 88438

03

Proprietà di lusso con dependance ospiti, piscina e molto spazio
Orselina, Lago Maggiore — rif. 88424



WETAG CONSULTING

Riva Antonio Caccia 3
CH-6900 Lugano

Via Antonio Ciseri 13A
CH-6600 Locarno

Via Beato Berno 10
CH-6612 Ascona

www.wetag.ch
www.journal.wetag.ch
info@wetag.ch
+41 (0)91 601 04 40



Gentilino,
rif. LUG1061



SWISS MEDITERRANEAN

the finest real estate since 1973

WETAGCONSULTING



Ascona,
rif. 88611



Morcote,
rif. LUG1060



Castagnola,
rif. LUG1058



Fosano,
rif. LOC1055

PER SAPERNE DI PIÙ

Scansioni il codice QR con la fotocamera del suo cellulare oppure ci visiti su www.wetag.ch

Contatti

+41 91 601 04 40
info@wetag.ch



La nostra rete internazionale

CHRISTIE'S
INTERNATIONAL REAL ESTATE

FOUNDING MEMBER
EREN
TRUST REAL ESTATE



LUXURY
PORTFOLIO
INTERNATIONAL

Leading
REAL ESTATE
COMPANIES
IN THE WORLD