



Esame professionale di commercializzazione immobiliare 2019

PROPOSTE DI SOLUZIONE

Questo documento è una proposta di soluzione approvata dalla commissione d'esame. Altre formulazioni di soluzione sono possibili a condizione che rispondano alla domanda e che siano corrette nel contenuto.

Per domande che richiedono un numero specifico di risposte, nel senso di una visione d'insieme, ci possono essere più risposte elencate. Tuttavia la soluzione viene giudicata in base al punto 5 delle «indicazioni per i candidati» (vedi pagina 2 delle singole parti dell'esame).

Contenuto

1 Diritto

- Codice Civile
- CO / CPC
- Imposte

2 Conoscenze edili

3 Marketing immobiliare

4 Vendita di immobili

- Vendita
- Imposte
- Finanziamenti



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **Diritto; Codice Civile**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Gruppo di domande con risposte vero / falso	8 punti
Soluzione A1	Concetti giuridici, principi giuridici, struttura dell'ordinamento giuridico	2 punti
Soluzione A2	Diritto delle persone	2 punti
Soluzione A3	Principi dei diritti reali	2 punti
Soluzione A4	Possesso e registro fondiario	2 punti
Parte B	Casi di diritti reali	27 punti
Soluzione B1	Diritti reali	5 punti
Soluzione B2	Diritti reali	7 punti
Soluzione B3	Diritti reali	7 punti
Soluzione B4	Diritti reali	2 punti
Soluzione B5	Diritti reali	6 punti
Parte C	Domande generali	5 punti
Soluzione C1	Diritti reali, registro fondiario	5 punti

Parte A Gruppo di domande con risposte vero / falso

8 punti

Soluzione A1 Concetti giuridici, principi giuridici, struttura dell'ordinamento giuridico

2 punti

- Quando un ciclista viene multato perché non ha osservato un divieto generale di circolazione, si tratta di diritto pubblico. vero falso
- Il cosiddetto diritto imperativo può essere modificato stipulando un accordo con lo Stato. vero falso
- Se l'interpretazione del testo di legge tedesco differisce dall'interpretazione di quello francese, è determinante il testo di legge francese perché il Tribunale federale ha sede a Losanna. vero falso
- I legislatori cantonali hanno la competenza per emanare norme proprie in materia di proprietà per piani per il loro territorio cantonale. vero falso

Soluzione A2 Diritto delle persone

2 punti

- È possibile che un bambino di 4 anni abbia debiti. vero falso
- L'esercizio dei diritti civili presuppone la maggiore età. vero falso
- Una persona fisica inizia a godere dei diritti civili, vale a dire acquista la capacità giuridica, con l'iscrizione nel registro delle nascite presso l'ufficio dello stato civile. vero falso
- Una società anonima acquista la capacità giuridica solo con l'iscrizione nel registro di commercio. vero falso

Soluzione A3 Principi dei diritti reali

2 punti

Se è possibile dimostrare di aver esercitato un diritto di passo per 20 anni, l'iscrizione di una servitù nel registro fondiario non è necessaria. In altre parole, la servitù è stata acquisita per via extra-tabulare.

vero falso

Marco Rutz ha appena ottenuto dal proprietario del fondo vicino il diritto d'uso esclusivo tramite servitù sul parcheggio del fondo vicino (dietro pagamento di un'indennità al proprietario del fondo serviente). Il titolare dell'usufrutto sul fondo vicino ora si rifiuta di consentire a Marco Rutz l'esercizio del suo diritto di servitù poiché l'usufrutto è iscritto nel registro fondiario da cinque anni. L'usufruttario ha ragione.

vero falso

La proprietà di un veicolo viene trasferita solo dopo l'avvenuto cambiamento del detentore presso la Sezione della circolazione.

vero falso

Finché una casa edificata su un fondo non è iscritta nel registro fondiario, la casa può avere un altro proprietario.

vero falso

Soluzione A4 Possesso e registro fondiario

2 punti

Tutte le iscrizioni nel registro fondiario sono pubbliche e possono essere consultate senza riserve.

vero falso

Si presume che il possessore di una cosa mobile ne sia il proprietario.

vero falso

In caso di vendita di un bene mobile, il trapasso di proprietà avviene di principio con il trasferimento del possesso.

vero falso

Le iscrizioni nel registro fondiario possono essere fatte anche in inglese.

vero falso

Soluzione B1 Diritti reali

5 punti

1. Un diritto reale, limitato
2. Dal proprietario si esige un comportamento passivo (1 punto), egli deve tollerare o astenersi dal fare qualcosa. (1 punto)
3. Servitù personali (1 punto) e servitù prediali (1 punto)

Soluzione B2 Diritti reali

7 punti

1. No (0,5 punti), il contratto richiede l'atto pubblico (0,5 punti)
Art. 657 CC oppure art. 216 CO (1 punto, è sufficiente l'indicazione di un articolo)
2. È necessaria anche la firma della moglie poiché si tratta dell'abitazione familiare (1 punto)
Art. 169 CC (1 punto)
3. Con l'iscrizione nel registro fondiario
4. Contratto di compravendita (0,5 punti) e notificazione per l'iscrizione a registro fondiario (ovvero richiesta scritta di cambiamento di proprietà) (0,5 punti) all'ufficio del registro fondiario competente (1 punto)

Soluzione B3 Diritti reali

7 punti

Domanda 1:

Il diritto di abitazione è una **servitù personale**; in quanto **strettamente personale (diritto ed esercizio)** non è cedibile e si estingue con la morte del titolare del diritto. Il beneficiario ha il diritto di **abitare in un edificio o in una parte di esso** e, in linea di massima, solo lui può esercitare tale diritto. Tuttavia, ove il diritto non sia espressamente limitato alla sua persona, può **tenere presso di sé i membri della propria famiglia e le persone con lui conviventi**. Il beneficiario del diritto di abitazione **non può dare in locazione** il suo appartamento. Il beneficiario del diritto di abitazione sopporta gli **oneri della manutenzione ordinaria** e deve **dichiarare il valore locativo** ai fini fiscali, mentre tutte **le altre imposte e gli interessi ipotecari vanno a carico del proprietario del fondo gravato.** 4 punti

Domanda 2:

Thomas non può acquistare i fondi (senza autorizzazione). 1 punto

I fondi agricoli e le aziende agricole sottostanno ad una limitazione, ai sensi della legge federale sul diritto fondiario rurale (LDFR). 2 punti

Soluzione B4 Diritti reali

2 punti

Sì (1 punto), in qualità di usufruttuaria può dare in locazione il bene (1 punto).

Soluzione B5 Diritti reali

6 punti

Domanda 1: convenzione di divisione ereditaria

1 punto

Domanda 2: forma scritta (semplice)

1 punto

Domanda 3: atto pubblico

1 punto

Domanda 4: il diritto di prelazione può essere fatto valere solo qualora si verifichi un caso di prelazione (ossia vendita del fondo o qualsiasi altro negozio giuridico che equivale economicamente a una vendita).

L'attribuzione dell'abitazione alla moglie nell'ambito della liquidazione del regime dei beni non costituisce un caso di prelazione, pertanto il diritto di prelazione non può essere fatto valere.

Il diritto di prelazione rimane valido fino alla scadenza dei 25 anni pattuiti.

3 punti

Parte C Domande generali

5 punti

Soluzione C1 Diritti reali, registro fondiario

5 punti

Domanda 1:

Servitù reali (Grund-Dienstbarkeiten) (1 punto)

Domanda 2:

Diritti di passo pedonale, diritti di passaggio veicolare, diritti di transito, diritti di (co)utilizzo per sistemi di contenitori e cassette per le lettere, diritti di (co)utilizzo per parcheggi / parcheggi per i visitatori, diritti di (co)utilizzo per il riscaldamento, colore comune della facciata (2 punti)

Domanda 3:

Per la variante di lottizzazione (parcellizzazione):

1 punto

No, il diritto di prelazione è possibile solo per un periodo limitato di 25 anni (art. 216a CO).

Per la variante proprietà per piani:

1 punto

Sì, un diritto di prelazione può essere concordato tra i comproprietari (Art. 712c cpv. 1 ZGB).



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **Diritto; CO/CPC**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Parte generale CO	30 punti
	Soluzione A1	2 punti
	Soluzione A2	2 punti
	Soluzione A3	8 punti
	Soluzione A4	8 punti
	Soluzione A5	10 punti
Parte B	Parte speciale CO	20 punti
	Soluzione B1	2 punti
	Soluzione B2	2 punti
	Soluzione B3	8 punti
	Soluzione B4	8 punti
Parte C	Prescrizione e CPC	10 punti
	Soluzione C1	2 punti
	Soluzione C2	2 punti
	Soluzione C3	2 punti
	Soluzione C4	4 punti

Soluzione A1

2 punti

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Il Codice delle obbligazioni contiene solo disposizioni imperative. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il Codice delle obbligazioni è una legge federale. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Ogni Cantone può emanare in aggiunta un proprio Codice delle obbligazioni. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Se entrambe le parti contraenti sono d'accordo, possono derogare anche alle disposizioni imperative del Codice delle obbligazioni. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione A2

2 punti

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Un'obbligazione può nascere solo da un contratto. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Un'obbligazione coinvolge almeno due soggetti. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Le obbligazioni nascono solo se le parti pattuiscono qualcosa per iscritto. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Le obbligazioni nascono solo se le persone coinvolte hanno l'esercizio dei diritti civili. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione A3

8 punti

- | | | |
|----|---|-----------|
| a. | Sì | 1 punto |
| b. | Responsabilità del proprietario di un'opera, art. 58 CO | 1,5 punti |
| c. | Condizioni: | |
| | Danni = spese mediche | 1 punto |
| | Illiceità = lesione personale | 1 punto |
| | Nesso causale adeguato tra opera e lesione personale | 1 punto |
| | Responsabilità del proprietario di un'opera come responsabilità causale indipendentemente dalla colpa | 1 punto |
| d. | Regresso, art. 58 cpv. 2 CO | 1,5 punti |

Soluzione A4

8 punti

- a. No. 1 punto
- b. Il debitore è costituito in mora mediante l'interpellazione del creditore (diffida),
art. 102 CO, art. 102 CO 2 punti
- c. Diritto di opzione secondo l'art. 107 ss. CO, fissazione di un termine
e mantenimento del contratto o minaccia di recesso. 3 punti
- d. No, non si tratta di un risarcimento danni. 2 punti

Soluzione A5

10 punti

1. Sì 1 punto
2. Errore ai sensi dell'art. 24 CO (0,5 punti). L'errore deve essere essenziale (2 punti)
e riconoscibile dalla controparte (1 punto). 3,5 punti
3. La parte in errore deve impugnare il contratto entro un anno da
quando ha scoperto l'errore (2 punti), art. 31 CO (0,5 punti). 2,5 punti
4. Contratti nulli (impossibili, contrari ai buoni costumi, illeciti),
impugnabili (dolo, lesione, minaccia) 3 punti

Parte B Parte speciale CO

20 punti

Soluzione B1

2 punti

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Per legge, il mandato deve essere concluso per iscritto. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il mandato deve essere eseguito personalmente solo se l'oggetto del
mandato dipende dalla persona del mandatario. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il mandato è eseguito quando viene raggiunto il risultato pattuito. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Salvo diverso accordo tra le parti, il mandato può essere disdetto con un
preavviso di 3 mesi. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione B2

2 punti

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Il contratto di compravendita è concluso validamente solo con la firma del contratto di compravendita scritto. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Con la firma del contratto, Miklos Szerky è diventato proprietario della casa plurifamiliare. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Se Miklos Szerky scopre eventuali difetti dell'immobile, deve avvisare Thomas e Irene Kufer entro un anno. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Qualora Miklos Szerky scopra eventuali difetti dopo che sono trascorsi 5 anni, Thomas e Irene Kufer non sono più tenuti a risponderne. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione B3

8 punti

- a. Contratto d'appalto *1 punto*
- b. I difetti devono essere notificati subito (*2 punti*) per poter far valere in seguito i diritti di garanzia per difetti ovvero riparazione dell'opera (*1 punto*) o riduzione del prezzo (*1 punto*), art. 367 cpv. 1 (*0,5 punti*) e art. 368 cpv. 2 CO (*0,5 punti*). *5 punti*
- c. No, i difetti non sono così ingenti da giustificare un recesso. L'appaltatore ha diritto a richiedere di poter riparare l'opera. *2 punti*

Soluzione B4

8 punti

- a. Contratto di mediazione (mediazione d'indicazione) secondo l'art. 412 CO *2 punti*
- b. Nessuno, il contratto non richiede una forma speciale. *1 punto*
- c. Sì. Il contratto di mediazione può essere disdetto in qualsiasi momento. Occorre comunicare la revoca al mediatore. *2 punti*
- d. A affermerà che il contratto di mediazione è stato revocato intempestivamente e pretenderà il risarcimento (art. 404 cpv. 2 CO). *3 punti*

Soluzione C1

2 punti

- | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Il CPC disciplina i principi di procedura dei tribunali per tutti i cantoni. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il CPC disciplina la procedura per i casi civili e penali. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il CPC distingue tra procedura ordinaria, procedura semplificata e procedura sommaria. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il CPC non tratta l'organizzazione dei tribunali, questa è di competenza di ogni cantone. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione C2

2 punti

- | | | |
|--|--------------------------|-------------------------------------|
| L'autorità di conciliazione deve decidere ogni caso, in cui il valore litigioso è inferiore ai CHF 2'000. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Viene deciso a sorte se gli uffici di conciliazione in materia di locazione sono organizzati in modo paritetico. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| L'autorità di conciliazione competente è quella della sede dell'amministrazione immobiliare. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il locatore può farsi rappresentare in tutte le controversie fino a CHF 10'000. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione C3

2 punti

- | | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| La prescrizione inizia a decorrere dal momento in cui il credito è esigibile. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Se il termine di prescrizione è sospeso, ricomincia a decorrere dall'inizio. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Il giudice verifica d'ufficio se un credito è prescritto. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| La prescrizione è interrotta mediante riconoscimento del debito da parte del debitore. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione C4

4 punti

Credito derivante da atto illecito.

Credito relativo a prestazioni periodiche quali le pigioni.

Credito per lavori di artigiani.

Credito per difetti in caso di compravendita di un immobile.

Credito derivante da indebito arricchimento.

Credito per difetti derivanti dal contratto d'appalto per immobili.

Crediti per difetti in caso di acquisto di cose mobili.

Credito salariale derivante dal diritto del lavoro.

1	2	5
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **Diritto; imposte**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Il sistema fiscale svizzero	4 punti
	Soluzione A1	4 punti
Parte B	Imposta sul valore aggiunto	16 punti
	Soluzione B1	3 punti
	Soluzione B2	3 punti
	Soluzione B3	6 punti
	Soluzione B4	2 punti
	Soluzione B5	2 punti

Soluzione A1

4 punti

Le imposte sono tasse senza una controprestazione diretta dello Stato.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	vero	falso
Ogni imposta vincolata a un determinato scopo è destinata al finanziamento dei compiti generali.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	vero	falso
Una tassa causale è il corrispettivo pagato per una prestazione dello Stato, non imputabile all'individuo.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	vero	falso
Le imposte generali servono a coprire il fabbisogno finanziario generale.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	vero	falso
La sovranità fiscale è la competenza di riscuotere le imposte.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	vero	falso
Il diritto fiscale è una parte del diritto privato.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	vero	falso
Il soggetto fiscale è la persona tenuta al pagamento delle imposte.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	vero	falso
Le tasse di bollo sono riscosse dalla Confederazione.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	vero	falso

Parte B Imposta sul valore aggiunto

16 punti

Soluzione B1

3 punti

È assoggettato all'imposta chiunque esercita un'impresa.

vero falso

L'imposta sul valore aggiunto è un'imposta diretta.

vero falso

L'imposta sul valore aggiunto è un'imposta che grava sul consumo di beni e servizi.

vero falso

L'opzione consente di assoggettare volontariamente all'imposta sul valore aggiunto prestazioni che ne sono escluse.

vero falso

Nel quadro dell'IVA, il termine di prescrizione assoluta della tassazione è di dieci anni dalla fine del periodo fiscale.

vero falso

La prescrizione è sospesa finché è in corso un procedimento penale in materia fiscale.

vero falso

Soluzione B2

3 punti

Rendiconto secondo le controprestazioni convenute (senza richiesta / applicazione di principio)

2 punti

Rendiconto secondo le controprestazioni ricevute

1 punto

Soluzione B3

6 punti

a) **Sgravio fiscale successivo** secondo l'**art. 32** LIVA.

1 punto

b) Imposta precedente non dedotta all'acquisto nel 2019

CHF **2400.00**

1 punto

- **20%** ammortamento per il 2019

CHF -480.00

1 punto

- 20% ammortamento per il 2020

CHF **-480.00**

1 punto

- 20% ammortamento per il 2021 (**3 anni**)

CHF -480.00

1 punto

Lo sgravio fiscale successivo ammonta a:

CHF **960.00**

1 punto

Soluzione B4

2 punti

a) Secondo i principi del diritto commerciale

1 punto

b) Art. 70 LIVA

1 punto

Soluzione B5

2 punti

CHF 240'000 x 7,7% = CHF **18'480**

1 punto

CHF 18'480 – CHF 3'820 = CHF **14'640**

1 punto



Esame professionale in Commercializzazione Immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **conoscenze edili**

Proposte di soluzione

Indice dei contenuti

Parte A	Diritto della costruzione	16 punti
Soluzione A1	Pianificazione del territorio	5 punti
Soluzione A2	Siti contaminati	5 punti
Soluzione A3		0.5 punti
Soluzione A4		0.5 punti
Soluzione A5		0.5 punti
Soluzione A6		0.5 punti
Soluzione A7		0.5 punti
Soluzione A8		0.5 punti
Parte B	Esempio pratico: nuovo edificio	37 punti
Soluzione B1	Procedura di autorizzazione per la casa unifamiliare	5 punti
Soluzione B2		8 punti
Soluzione B3		5 punti
Soluzione B4	Struttura della facciata	6 punti
Soluzione B5	Riscaldamento	8 punti
Soluzione B6		5 punti
Parte C	Esempio pratico - risanamento	37 punti
Soluzione C1		6 punti
Soluzione C2		5 punti
Soluzione C3		3 punti
Soluzione C4		6 punti
Soluzione C5	Elettricità	5 punti
Soluzione C6	Isolamento acustico	10 punti
Soluzione C7		2 punti

Soluzione A1 Pianificazione del territorio 5 punti

- a) Cantone 1 punto
- b) No 2 punti
 Motivazione: Solo gli agricoltori possono acquistare terreni nella zona agricola
- c) Si tratta di una legge federale.
 Questa legge limita l'acquisto di fondi da parte di persone all'estero per evitare l'eccessivo dominio straniero sul suolo svizzero (Art. 1 LAFE) 2 punti

Soluzione A2 Siti contaminati 5 punti

- a) Ordinanza sui siti contaminati (OSiti)
 Ordinanza sul risanamento dei siti inquinati 2 punti
- b) Questa ordinanza ha come scopo di garantire che i siti inquinati verranno risanati se sono all'origine di effetti dannosi o molesti, o se esiste il pericolo concreto che detti effetti si producano 1 punto
- c) Catasto dei siti contaminati 1 punto
- d) Proprietario del fondo 1 punto

Soluzione A3 Distanze, altezze e lunghezze degli edifici sono disciplinate dalla LPT vero falso

Soluzione A4 Il registro fondiario disciplina i rapporti di proprietà. vero falso

Soluzione A5 Le norme tecniche servono a regolamentare la densità di sfruttamento. vero falso

Soluzione A6 I piani direttori sono varati dalla Confederazione. vero falso

Soluzione A7 I piani edilizi e di zona regolamentano le forme dei tetti vero falso

Soluzione A8 Una linea di edificazione può costituire una misura di conservazione del territorio. vero falso

Parte B Esempio pratico: nuovo edificio 37 punti

Soluzione B1 Procedura di autorizzazione per la casa unifamiliare 5 punti

- a) 1. Inoltro della domanda di costruzione da parte dell'istante 2.5 punti
2. Verifica della domanda di costruzione da parte delle autorità competenti
3. Pubblicazione della domanda di costruzione
4. Eventuale procedura di ricorso
5. Rilascio dell'autorizzazione a costruire (lic. ed.) dall'autorità competente
- b) Autorità edilizie comunali 1 punto
- c) Privati che abbiano interessi degni di protezione 1.5 punti
Persone giuridiche (come ad esempio associazioni) che abbiano interessi degni di protezione
Autorità e uffici il cui campo di attività è di competenza

Soluzione B2 8 punti

- a) Indice di sfruttamento 2 punti
superficie utile lorda (SUL) / superficie edificabile del fondo (SEF) = indice di sfruttamento (is)
 $158 \text{ m}^2 / 260 \text{ m}^2 = 0.6$
- b) Indice di occupazione 2 punti
superficie edificabile lorda (SEL) / superficie edificabile del fondo (SEF) = indice di occupazione (io)
 $58 \text{ m}^2 / 260 \text{ m}^2 \times 100 = 22.3\%$
- c) Indice delle aree verdi 2 punti
superficie verde / superficie edificabile del fondo (SEF) = indice delle aree verdi
 $94 \text{ m}^2 / 260 \text{ m}^2 = 0.36$
- d) Indice di edificabilità 2 punti
volume fuori terra / superficie edificabile del fondo (SEF) = indice di edificabilità (ie)
 $549 \text{ m}^3 / 260 \text{ m}^2 = 2.11 \text{ m}^3/\text{m}^2$

Soluzione B3 5 punti

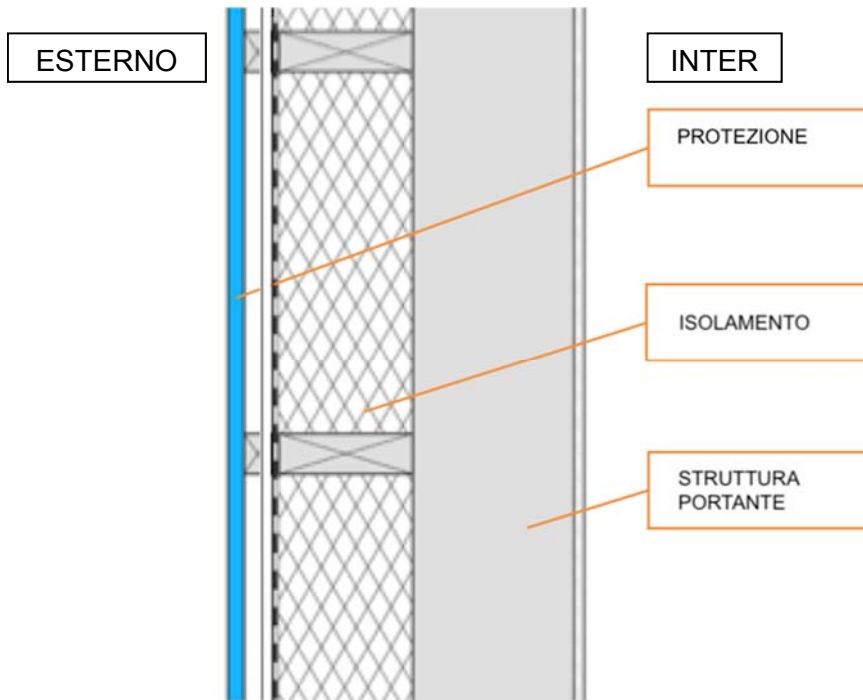
- a) Piano catastale 0.5 punti
- b) 1:500 0.5 punti
- c) 1. Limite di confine 1.5 punti
2. Numero delle particelle
3. Contorni degli edifici, fuori terra e interrati (anche: Numero dell'edificio)
- d) Piano di progetto (1:100) o piano da allegare alla domanda di costruzione 0.5 punti
- e) Tetto a due falde 0.5 punti
- f) Abbaino o lucernario („finestra del tetto“ non è una risposta valida) 0.5 punti

- g) Legno, rivestimento verticale, posa sovrapposta a coperture die giunti 0.5 punti
- h) Calcestruzzo a vista o lavato (è indico sul piano) 0.5 punti

Soluzione B4 Struttura della facciata

6 punti

- a) Facciata ventilata con isolamento esterno 1 punto
- b)



Nota:

0.5 punti se il materiale die 3 strati è corretto (rivestimento in legno / isolamento termico / mattoni o struttura in legno)

0.5 punti per ogni funzione corretta (protezione / isolamento / struttura portante)

2 punti se il disegno è coretto, con intercapedine ventilata

Soluzione B5 Riscaldamento

8 punti

- a) Riscaldamento a distanza (teleriscaldamento) o centrale di riscaldamento nell'edificio adiacente 1 punto
- b) Riscaldamento a pavimento in quanto non sono disegnati radiatori 1 punto
- c) 1. Energia solare termica 3 punti
 Vantaggio: Energia inesauribile e non inquinante
 Svantaggio: Energia intermittente (fornibile solo quando c'è il sole)
2. Pompa di calore AA (aria-aria)
 Vantaggio: Pompa di calore reversibile (caldo/freddo)
 Svantaggio: Fonte di rumore (inquinamento fonico)
- (Anche: trucioli/pellet, pompa calore con sonda geotermica, pompa calore aria/acqua)

- d) 1. Riscaldamento a gas 3 punti
Vantaggio: Apparecchio di produzione (caldaia) poco ingombrante
Svantaggio: Riserva di gas naturale limitata
2. Riscaldamento a nafta
Vantaggio: Nessun abbonamento con fornitore unico
Svantaggio: Spazio necessario per la posa di una cisterna per lo stoccaggio

Soluzione B6

5 punti

Nota:

Titolo:

0.5 punti *Titolo accattivante*

Immobile:

0.5 punti *Casa individuale unifamiliare*

0.5 punti *Superficie del fondo 260 m²*

0.5 punti *Con grande garage*

0.5 punti *e giardino 94 m²*

Casa:

0.5 punti *Distribuita su diversi piani*

0.5 punti *Numero dei locali*

0.5 punti *Superficie abitabile 130 m²*

Stile generale:

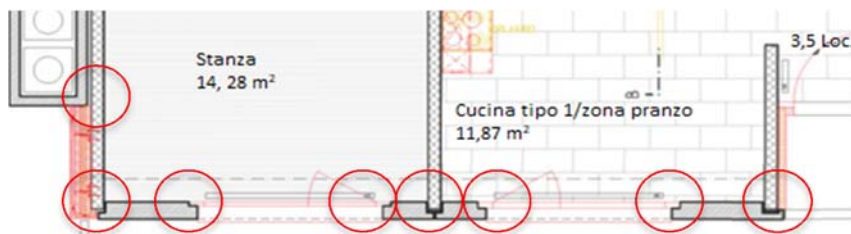
1 punto *Chiarezza, finiture e materiali, tipologia di costruzione, arredi*

Parte C Esempio pratico - risanamento 37 punti

Soluzione C1

6 punti

- a) 1. Isolamento termico mancante 1 punto
2. Ponti termici o ventilazione insufficiente
- b) L'umidità presente nell'aria si condensa sulle superfici fredde in caso d'isolamento termico insufficiente o di scarsa circolazione di aria calda e secca. L'umidità provocata dalla condensa favorisce lo sviluppo di muffa 2 punti
- c) Si tratta del fenomeno provocato dalla trasmissione di calore dall'interno verso l'esterno della costruzione, dovuto all'interruzione o alla mancanza dell'isolamento termico o a causa dell'impiego di elementi costruttivi con poca inerzia termica. 2 punti
- d) 1 punto



Soluzione C2

5 punti

- a) Cucina e bagno con relativi vani tecnici 1 punto
- b) Isolamento termico e sostituzione dei serramenti 1 punto
- c) Sì, perché gli interventi in facciata (posa isolamento termico) modificano aspetto e dimensione dell'edificio 1 punto
- d) Rosso nuovo 1.5 punti
Giallo demolito
Nero esistente
- e) Indicano posizione e descrizione delle sezioni 0.5 punti

Soluzione C3

3 punti

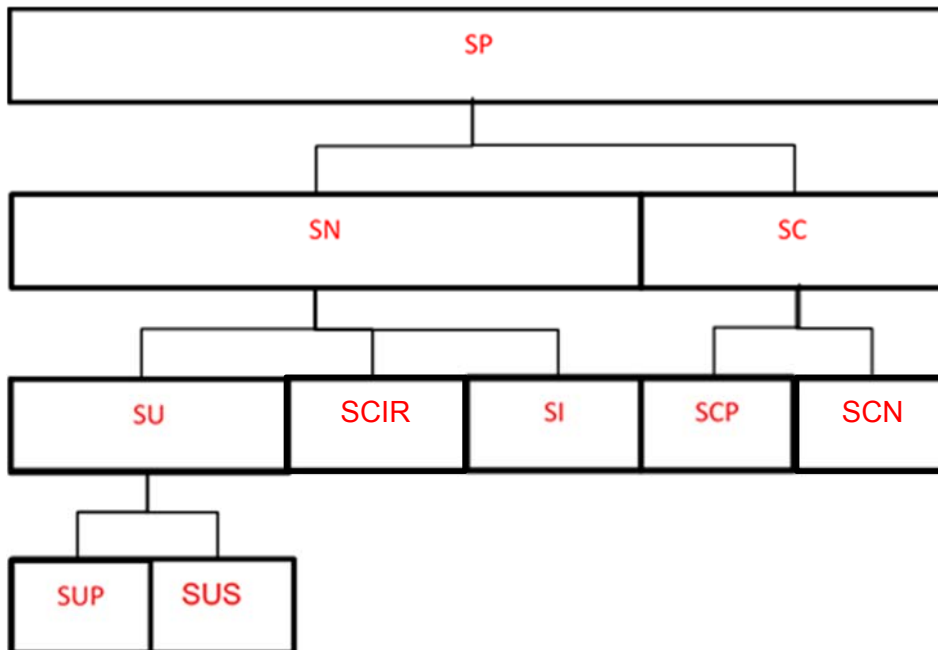
- a) Vetro isolante triplo 0.5 punti
- b) Coefficiente di trasmissione termica, dispersione di calore dei vetri e dei telai 0.5 punti
- c) Coefficiente di trasmissione dell'energia totale, diffusione del calore attraverso il vetro 0.5 punti
- d) Indice di abbattimento fonico isolamento o protezione acustica 0.5 punti
- e) Classe di resistenza (Resistance Class) protezione contro l'effrazione 0.5 punti
- f) Resistenza al fuoco EI30, isolamento termico al fuoco per 30 minuti 0.5 punti

Soluzione C4

6 punti

a)

5 punti



SI	Superficie delle installazioni
SP	Superficie di piano
SUP	Superficie utile principale
SC	Superficie della costruzione
SCN	superficie di costruzione non portante
SCP	superficie di costruzione portante
SU	Superficie utile
SN	Superficie netta del piano
SUS	Superficie utile secondaria
SCIR	Superficie di circolazione

0.5 punti per ogni sigla correttamente riportata (totale 5 punti)

b) Società Svizzera degli Ingegneri e degli Architetti

0.5 punti

c) Con la creazione di norme (attività di regolamentazione)

0.5 punti

Soluzione C5 Eletttricità

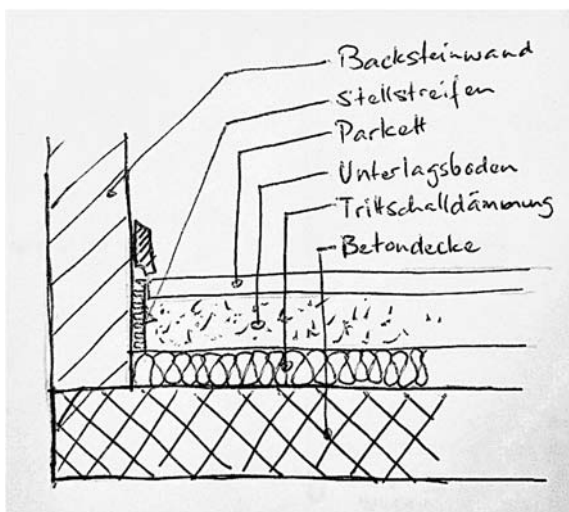
5 punti

- a) Corrente che trasporta l'energia, tensione > 50 Volt 0.5 punti
- b)
 1. Luce, riscaldamento
 2. Apparecchi elettrodomestici0.5 punti
- c) Corrente che trasporta l'informazione, tensione < 50 Volt 0.5 punti
- d)
 1. Telefono, internet
 2. TV via cavo0.5 punti
- e)
 1. Energia idroelettrica
 2. Energia eolica
 3. Energia solare1.5 punti
- f)
 1. Accensione tramite interruttore luce
 2. Accensione tramite rilevatore di movimento
 3. Accensione tramite programmazione (minuterie, rilevatori di movimento, sensori luminosi)1.5 punti

Soluzione C6 Isolamento acustico

10 punti

- a)
 1. Finestre di migliore qualità
 2. Porte di migliore qualità, isolamento acustico1 punto
- b) Isolamento acustico contro il calpestio (esempio: moquette, parquet con lato inferiore morbido) 1 punto
- c) Doppio muro: in caso di rumore per via aerea o via solida le vibrazioni acustiche (il suono) non vengono trasmesse all'appartamento adiacente grazie al fenomeno delle due pareti dissociate (staccate tra di loro) 3 punti
- d) Suono: Il suono è una sensazione acustica determinata dalle onde sonore emesse da una sorgente, che propagandosi in aria o in un qualunque mezzo elastico giungono all'orecchio e vengono trasmesse al timpano
Rumore: Il rumore è un suono molesto o fastidioso 2 punti
- e) 3 punti



Parete in mattoni
Striscia per bordi
Parquet
Massetto di sottofondo
Fonoisolamento contro il calpestio
Solaio in calcestruzzo

Soluzione C7

2 punti

- a) Certificato Energetico Cantonale degli Edifici *0.5 punti*
- b) Ingegneri, consulenti energetici, architetti o ingegneri edili accreditati *0.5 punti*
- c) Efficienza energetica dell'involucro *1 punto*
Consumo di energia (impiantistica) dell'edificio in caso di utilizzo standard



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **marketing immobiliare**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Introduzione al marketing e ricerca di mercato	50 punti
	Soluzione A1	10 punti
	Soluzione A2	6 punti
	Soluzione A3	3 punti
	Soluzione A4	6 punti
	Soluzione A5	6 punti
	Soluzione A6	7 punti
	Soluzione A7	4 punti
	Soluzione A8	8 punti
Parte B	Marketing d'acquisizione	30 punti
	Soluzione B1	10 punti
	Soluzione B2	12 punti
	Soluzione B3	5 punti
	Soluzione B4	3 punti
Parte C	Marketing di vendita: piano di commercializzazione	80 punti
	Soluzione C1 Mandato	80 punti
Parte D	Marketing di vendita: attività di commercializzazione	50 punti
	Soluzione D1 1	punto
	Soluzione D2	12 punti
	Soluzione D3	8 punti
	Soluzione D4	2 punti
	Soluzione D5	7 punti
	Soluzione D6	12 punti
	Soluzione D7	8 punti
Parte E	Tecnica di presentazione e comunicazione	30 punti
	Soluzione E1	8 punti
	Soluzione E2	4,5 punti
	Soluzione E3	4,5 punti
	Soluzione E4	10 punti
	Soluzione E5	3 punti

Parte A Introduzione al marketing e ricerca di mercato

50 punti

Soluzione A1

10 punti

Le quattro P designano i seguenti strumenti di marketing: Product (Prodotto), Price (Prezzo), Promotion (Comunicazione), Place (Distribuzione).

vero

falso

Correzione:

La quota di mercato indica il rapporto tra le vendite o il fatturato di un'impresa e il potenziale di mercato.

vero

falso

Correzione: volume di mercato

Gli obiettivi di marketing strategici sono, al contrario di quelli tattici e operativi, obiettivi di marketing di lungo termine.

vero

falso

Correzione:

I sondaggi omnibus sono associati alla ricerca di mercato secondaria, perché vengono esaminati diversi temi.

vero

falso

Correzione: ricerca di mercato primaria

Tipicamente un segmento designa un gruppo di clienti eterogeneo in un mercato omogeneo.

vero

falso

Correzione: gruppo di clienti omogeneo

Le caratteristiche psicografiche descrivono il gruppo target in base a criteri quali età, sesso, professione e reddito.

vero

falso

Correzione: caratteristiche sociodemografiche

Una possibile definizione di marketing: «Il marketing è quel processo di pianificazione ed esecuzione delle attività di ideazione, attribuzione di prezzo, promozione e distribuzione di idee, prodotti e servizi allo scopo di generare processi di scambio che soddisfino gli obiettivi di individui e organizzazioni».

vero

falso

Correzione:

Customer Relationship Management (CRM) e orientamento alla vendita sono sinonimi perché entrambi mirano ad approfondire la conoscenza della clientela.

vero

falso

Correzione: l'orientamento alla vendita indica di regola solo la realizzazione di molte vendite. Il CRM mira a creare relazioni di lungo termine con la clientela.

Quando la standardizzazione dei sondaggi risulta impossibile, si ricorre a metodi di sondaggio quantitativi. vero falso

Correzione: i metodi di sondaggio quantitativi puntano soprattutto su domande chiuse e a scelta multipla.

Sviluppare vantaggi concorrenziali significa accordarsi con i concorrenti per suddividersi la clientela. vero falso

Correzione: significa distinguersi dalla concorrenza.

Soluzione A2

6 punti

Quando si definisce come obiettivo l'aumento della soddisfazione dei clienti e un aumento della loro fidelizzazione, si parla di:

- x **armonia di obiettivo.**
- x **Congruenza di obiettivo.**

Gli influenzatori esterni possono essere:

- x **il giornalista del quotidiano regionale.**
- x **il medico di famiglia**

La ricerca di mercato qualitativa si occupa in particolare di...

- x **contesti di fondo, opinioni e atteggiamenti.**
- x **esigenze e desideri dei clienti.**

Il potenziale di mercato indica...

- x **le vendite realizzabili di tutti i fornitori tenendo conto del potere d'acquisto.**
- x **le vendite realizzabili di tutti i fornitori con l'impiego del miglior marketing mix possibile.**

Nel marketing il mercato di venditori viene definito come il mercato in cui...

- x **la domanda è superiore all'offerta e il venditore si trova così in una migliore posizione di negoziazione.**
- x **i prezzi tendono ad aumentare.**

Il marketing d'acquisizione nel settore immobiliare comprende di norma le seguenti attività:

- x **osservazione sistematica della situazione concorrenziale**
- x **posizionamento dell'impresa**

Soluzione A3

3 punti

- 1 Allestimento di un'analisi
- 3 Definizione delle strategie di marketing
- 5 Determinazione del budget
- 6 Esecuzione dei controlli
- 4 Elaborazione degli strumenti di marketing
- 2 Definizione degli obiettivi di marketing

Soluzione A4

6 punti

1. Per prelevare un campione rappresentativo, ogni elemento dell'insieme di base deve avere la stessa possibilità di essere rilevato dal campione.
2. Le persone o gli oggetti con caratteristiche simili vengono riuniti in gruppi in modo da poter riconoscere delle strutture (per es. tipologie di clienti).
3. Un sondaggio tra gli elettori in merito al loro voto dopo che sono usciti dal locale elettorale (se nessun intervistato rifiuta di rispondere).
4. Nel campionamento per quota, le persone o gli elementi vengono consapevolmente selezionati, in modo che il campione presenti determinate caratteristiche (età, sesso, ecc.), i cui valori sono noti nell'insieme di base.
5. Piano per le quote: su 100 persone intervistate, 45 devono essere uomini sportivi, 5 uomini non sportivi, 45 donne con doti musicali, 5 donne senza doti musicali, perché questo mix riproduce l'insieme di base. Seguono quindi le istruzioni sulle quote, ovvero a ogni intervistatore vengono consegnate le relative istruzioni.
6. All'inizio del sondaggio vengono poste delle domande introduttive che assicurano che l'intervistato presenti le caratteristiche predefinite e possa quindi partecipare alla campionatura per quote.

Soluzione A5

6 punti

- | | | |
|----|---|-----|
| a) | Punti di forza (Strengths) | 0,5 |
| | Punti di debolezza (Weaknesses) | 0,5 |
| | Opportunità (Opportunities) | 0,5 |
| | Rischi (Threats) | 0,5 |
| b) | I fattori interni possono influenzare e guidare attivamente le imprese, che possono quindi agire. | 0,5 |
| | I fattori esterni riguardano l'ambiente dell'impresa. I fattori ambientali non sono influenzabili dalle imprese o lo sono solo in parte. Possono quindi solo reagire. | 0,5 |
| c) | Politica | 0,5 |
| | Economica | 0,5 |
| | Sociale | 0,5 |
| | Ecologica (ambiente = 0 punti) | 0,5 |
| | Tecnica/tecnologica | 0,5 |
| | Giuridica/legale | 0,5 |

Soluzione A6

7 punti

- | | | |
|----|--|-----|
| a) | Lo scopo è l'allestimento di basi decisionali che consentano di ridurre al minimo il rischio di adottare decisioni sbagliate. | 1 |
| b) | Nella ricerca di mercato viene esaminato l'intero sistema di mercato (mercati di vendita e di approvvigionamento, incl. sfere ambientali). | 0,5 |
| | Nella ricerca di marketing vengono messe in primo piano le informazioni che riguardano l'impresa e la sua posizione attuale e futura nel mercato di vendita. | 0,5 |
| c) | Ricerca di mercato primaria (field research) e ricerca di mercato secondaria (desk research) | 0,5 |
| | Nella ricerca di mercato primaria vengono rilevati/acquisiti nuovi dati. | 0,5 |
| | Se si opera con dati esistenti si parla di ricerca di mercato secondaria. | |
| d) | 1. I dati non sono perfettamente adatti alla problematica. I dati sono stati raccolti per uno scopo diverso. | 0,5 |
| | 2. Non si conosce sempre la qualità dei dati specifici. I dati potrebbero essere contraddittori o approssimativi. | 0,5 |
| | 3. I dati sono perlopiù vecchi. | 0,5 |
| | 4. I dati sono spesso accessibili anche ad altri. | 0,5 |
| e) | La ricerca di mercato qualitativa è costituita da sondaggi su un numero di persone non statisticamente rappresentativo. L'oggetto principale è in primo luogo l'analisi del comportamento dei consumatori e l'indagine dei motivi. | 0,5 |
| | Si chiede il «perché» e si vogliono scoprire i motivi che spingono a una determinata scelta. | 0,5 |
| | «Perché le persone acquistano i prodotti bio? Quali sono i motivi che li spingono a farlo?» | |
| f) | Un intervistatore si presenta come cliente e non rivela la propria identità di intervistatore. In questo modo è possibile ottenere importanti informazioni a scopi di politica di marketing, per es. relative al comportamento del personale nei confronti dei clienti, alle prestazioni e condizioni della concorrenza ecc. | 0,5 |
| | | 0,5 |

Soluzione A7

4 punti

- a) In un censimento si conosce l'insieme di base ed è quindi possibile analizzare tutti gli elementi (soggetti interessati) di tale insieme. Per motivi organizzativi e finanziari, è spesso possibile solo per insiemi di base con pochi soggetti interessati. 0,5
- b) Nel censimento parziale viene analizzata solo una parte (campione, sample, componente) dell'insieme di base. 0,5
- c) Gli studi multi-client sono studi eseguiti da una società di ricerca di mercato e commissionati congiuntamente ad hoc (vengono eseguiti un'unica volta e per uno scopo specifico) da più imprese. Si tratta di sondaggi in ambiti relativamente generali (per es. Business Reflector su www.gfk.ch, che misura la notorietà delle imprese). 1
- d) Nel sondaggio omnibus, diversi committenti partecipano a un sondaggio su diversi temi (rami). 1
- e) Nel panel, vengono rilevati regolarmente gli stessi dati sullo stesso tema, con la stessa quantità di campioni e le stesse persone. 1

Soluzione A8

8 punti

- a) Rappresentatività significa che il campione riproduce l'insieme di base nel modo più realistico possibile (lo rappresenta). Le persone intervistate devono rappresentare l'insieme di base. 1
- Esempio: si chiede a 500 persone, selezionate casualmente con campionamento per quote, come voteranno domenica prossima. 1
- b) L'attendibilità fa riferimento all'affidabilità di una misurazione, ovvero indica se il risultato di una misurazione resterà stabile in occasione della prova o del sondaggio successivo, sempre che le condizioni non varino. 1
- Esempio: una domanda attendibile è «Quanti collaboratori ha la vostra azienda?». La domanda «Quanti collaboratori affidabili ha la vostra azienda?» ha invece un'attendibilità ridotta, perché non è chiaro quale sia la definizione di «affidabile» e di conseguenza potranno essere formulate valutazioni diverse. 1
- c) La validità indica l'adeguatezza del procedimento di misurazione o della domanda rispetto all'obiettivo. Una misurazione o una domanda è valida quando i valori rilevati forniscono indicatori adatti per la domanda oggetto di analisi. 1
- Esempio: il numero di assenze in un'impresa è un valido indicatore della salute dei collaboratori, ma non della loro soddisfazione. Infatti, la loro presenza non deve essere equiparata alla loro soddisfazione. 1
- d) Le domande o il processo di misurazione sono obiettivi quando le risposte o i valori delle misurazioni non dipendono dall'intervistatore o dall'esaminatore o dalla piattaforma. 1
- Esempio: in diversi sistemi aziendali, browser, impostazioni di base, ecc. le domande e le scale possono essere presentate e visualizzate in modi molto diversi, e ciò può influire sull'obiettività del risultato. 1

Soluzione B1

10 punti

- | | | | |
|----|----|---|---|
| a) | 1. | Contatto diretto con clienti e potenziali clienti. I clienti ci contattano, non dobbiamo contattarli noi. | 1 |
| | 2. | Valutazione della situazione di mercato e della concorrenza. | 1 |
| | 3. | Presentazione della gamma completa di prodotti. | 1 |
| | 4. | Feedback diretto sull'offerta di prodotti e servizi. | 1 |
| | 5. | Una fiera può promuovere l'immagine. | 1 |
| b) | 1. | La presenza a una fiera richiede molto tempo e impegna molte risorse. | 1 |
| | 2. | La partecipazione a una fiera è molto costosa. Affitto e montaggio dello stand, costi del personale. | 1 |
| | 3. | I concorrenti scoprono i nostri prodotti. Possono fare «spionaggio». | 1 |
| | 4. | Le fiere sono fuori moda. I visitatori si informano su Internet. | 1 |
| | 5. | Le fiere gratuite attirano anche visitatori «indesiderati», che vogliono solo campioni gratuiti. | 1 |

Soluzione B2

12 punti

Canali e strumenti di acquisizione	Spiegazione	
Pubblicità	La pubblicità offre numerose possibilità di contattare nuovi clienti senza conoscerli. Una pubblicità creativa consente di aumentare la visibilità dell'azienda e dei suoi servizi.	1 1
Sito web	Una vetrina professionale di facile fruibilità, con immagini, referenze, contatti, ecc. che offre alla clientela un valore aggiunto e sostiene l'acquisizione.	1 1
Pubbliche relazioni	Le PR e le operazioni di visibilità presso il pubblico sono strumenti di acquisizione molto credibili. Se un'azienda immobiliare viene nominata nei media con regolarità e in un contesto positivo, ciò contribuirà efficacemente all'acquisizione dei mandati. Occasioni adatte al lavoro di pubbliche relazioni possono essere i festeggiamenti per un progetto di sviluppo riuscito, l'inizio di uno scavo o la posa della prima pietra, la pubblicazione di una relazione di ricerca oppure una giornata porte aperte.	1 1
Marketing diretto (direct marketing)	Le misure di marketing diretto possono essere sia di carattere impersonale, sia di carattere personale. L'invio di mailing personali a destinatari selezionati è di regola più efficace per l'acquisizione di mandati.	1 1
Networking	Lo strumento di acquisizione più personale per un'azienda immobiliare è il networking. Gli agenti immobiliari nel settore business-to-business possono ricorrere ad associazioni di settore ben organizzate. Anche eventi quali presentazioni, forum, dibattiti ecc. offrono buone occasioni per ampliare le proprie reti.	1 1

SEM /SEO	Search Engine Marketing (marketing applicato ai motori di ricerca) e Search Engine Optimization (ottimizzazione dei motori di ricerca) tramite Google Ads, affiliate marketing, parole chiave, tag, backlink, ecc.	1 1
Social media	Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter, blog consentono di attirare attenzione e di interagire con (potenziali) clienti.	1 1
<i>Opuscoli aziendali, newsletter, l'insegnamento, la partecipazione a una rete di agenti immobiliari (associazione di valutatori immobiliari o Camera di mediatori immobiliari)</i>		

Soluzione B3

5 punti

Corporate Design	
Corporate Sound	0,5
Scritte sulle automobili	0,5
Colori	0,5
Corporate Communication	
Investor Relations	0,5
Public Affairs	0,5
Comunicazione in caso di crisi	0,5
Sustainability reporting	0,5
Corporate Behaviour	
Gestione dei collaboratori	0,5
Gestione dei mezzi finanziari	0,5
Comportamento nei confronti degli stakeholder	0,5

Soluzione B4

3 punti

Rete formale Spiegazione	Rete formale Esempio	
Dietro le reti formali si trovano spesso le organizzazioni. In questo caso lo scambio ha perlopiù una struttura fissa con incontri regionali o serate di conferenze.	Alumni (ex studenti), reti per fondatori di nuove imprese, per scienziati, per giovani dirigenti, per donne, ecc. Kiwanis, Lions Club, ecc.	1 0,5
Rete informale Spiegazione	Rete informale Esempio	
Una rete informale è composta da contatti personali direttamente sviluppati e che possono essere messi in contatto tra loro in modo informale.	Indirizzario personale, Facebook, Xing, LinkedIn	1 0,5

Parte C Marketing di vendita: piano di commercializzazione

80 punti

Soluzione C1 Mandato

80 punti

a.

	Caratteristica	Descrizione	
1	Posizione: distanza dalle scuole, dai negozi	Posizione: lontano dal paese, bisogna prendere la funicolare, gli ascensori non sono in funzione la notte, i bambini devono prendere la funicolare per arrivare in paese, scuola elementare e media in paese, scuola cantonale solo a Sargans. Piccoli negozi nel paese, nessun negozio nel quartiere.	1
2	Collegamenti con mezzi pubblici	Autobus per la stazione di Mels	1
3	Aree ricreative	Parchi, area per il barbecue, sopra la città, vicino alla natura (valle di Weisstannen), piste da sci	1
4	Vicino a impianti fastidiosi	Non tutti apprezzano il fatto di vivere vicino a una centrale elettrica.	1
5	Vista	Vista panoramica, ubicato su una collina sopra il paese Vista ostruita dalla filanda	1
6	Immissioni	Tranquillo, si trova su una collina, nessun rumore proveniente da aerei o auto, le auto non circolano	1
7	Strutture culturali e per il tempo libero	Presenti nel quartiere, piscina, sala comune, ristorante, sauna	1

b.

	Caratteristica	Descrizione	
1	Regione, collegamento ai centri urbani	Situato in posizione decentrata, occorre avere un'auto, elevato volume di traffico sulla A13, Zurigo e San Gallo a più di un'ora di treno, sopra la città, vicino alla natura (valle di Weisstannen), piste da sci	1
2	Infrastruttura regionale	Grandi centri commerciali, collegamento autostradale	1
3	Offerta culturale (nei dintorni)	Vita di paese vivace, poche istituzioni culturali (musei, ecc.)	1
4	Opportunità di lavoro del territorio	Poco lavoro, il numero di imprese commerciali ristagna, serve un'auto o un AG	1
5	Imposte	Sopra la media nazionale, imposte ecclesiastiche elevate	1
6	Posti di lavoro	I posti di lavoro sono rari, l'industria non cresce	1
7	Domanda di immobili	Tasso di sfitti superiore (regionale) Abbassamento dei prezzi tranne che nel Sarganserland (-1,4%)	1

c.

La microposizione è favorevole. Il quartiere ha poche immissioni, molte strutture per il tempo libero ed è vicino alle scuole.

2

- d.**
La macroposizione è subottimale, perché servono un'auto o due se si lavora in un agglomerato urbano. 2
- e.**
In generale vale il principio secondo cui una microposizione favorevole non riesce a compensare completamente una macroposizione sfavorevole. Ciò dipende anche dal fatto che la cerchia di potenziali acquirenti per i fondi in macroposizioni sfavorevoli è nettamente più ridotta. Invece, una macroposizione favorevole è in grado di far migliorare la valutazione complessiva di una microposizione sfavorevole. 1
1
- f.**
- 1) Il carattere paesano potrebbe non essere gradito dalle persone che amano la vita urbana. 1
 - 2) Pericolo che il quartiere non si animi se le vendite/gli affitti non decollano. 1
 - 3) Il crescente livello dei prezzi per la proprietà immobiliare in Svizzera richiede un capitale proprio e un reddito elevati. 1
 - 4) Requisiti normativi 1
 - 5) Invecchiamento demografico (i babyboomer sono troppo «vecchi») 1
- g.**
Prezzi al m² superiori a CHF 6'000 per questa zona sono molto elevati, soprattutto se raffrontati ai prezzi del grafico «Prezzi delle transazioni». 2
- h.**
- 1 Prima locazione 1
 - 2 Ottima microposizione (dintorni) 1
 - 3 Magnifica architettura 1
 - 4 Qualità delle finiture 1
 - 5 Servizi supplementari (piscina, ristoranti) 1

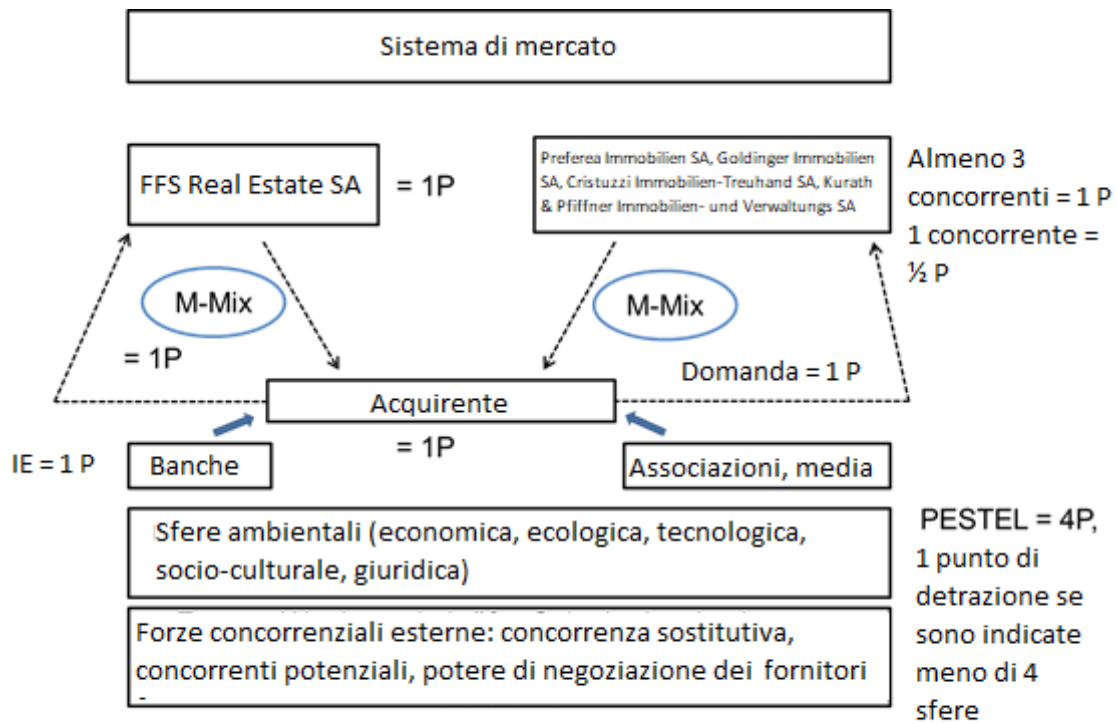
i.

	Criteri	Sottocriteri	
1	Costi	I costi di costruzione, il margine, i costi di commercializzazione e i costi del personale devono essere presi in considerazione.	3
2	Domanda	Rilevamento della domanda in base alla situazione economica, alla posizione e ai dintorni dell'oggetto, delle offerte della concorrenza, della percentuale di abitazioni sfitte.	3
3	Offerte della concorrenza	Numero di concorrenti sul mercato Promozioni della concorrenza Nuovi potenziali concorrenti Accordi con la concorrenza	3

Nota: 1 punto per criterio, 0,5 punti per sottocriterio. Max. 9 punti.

j.

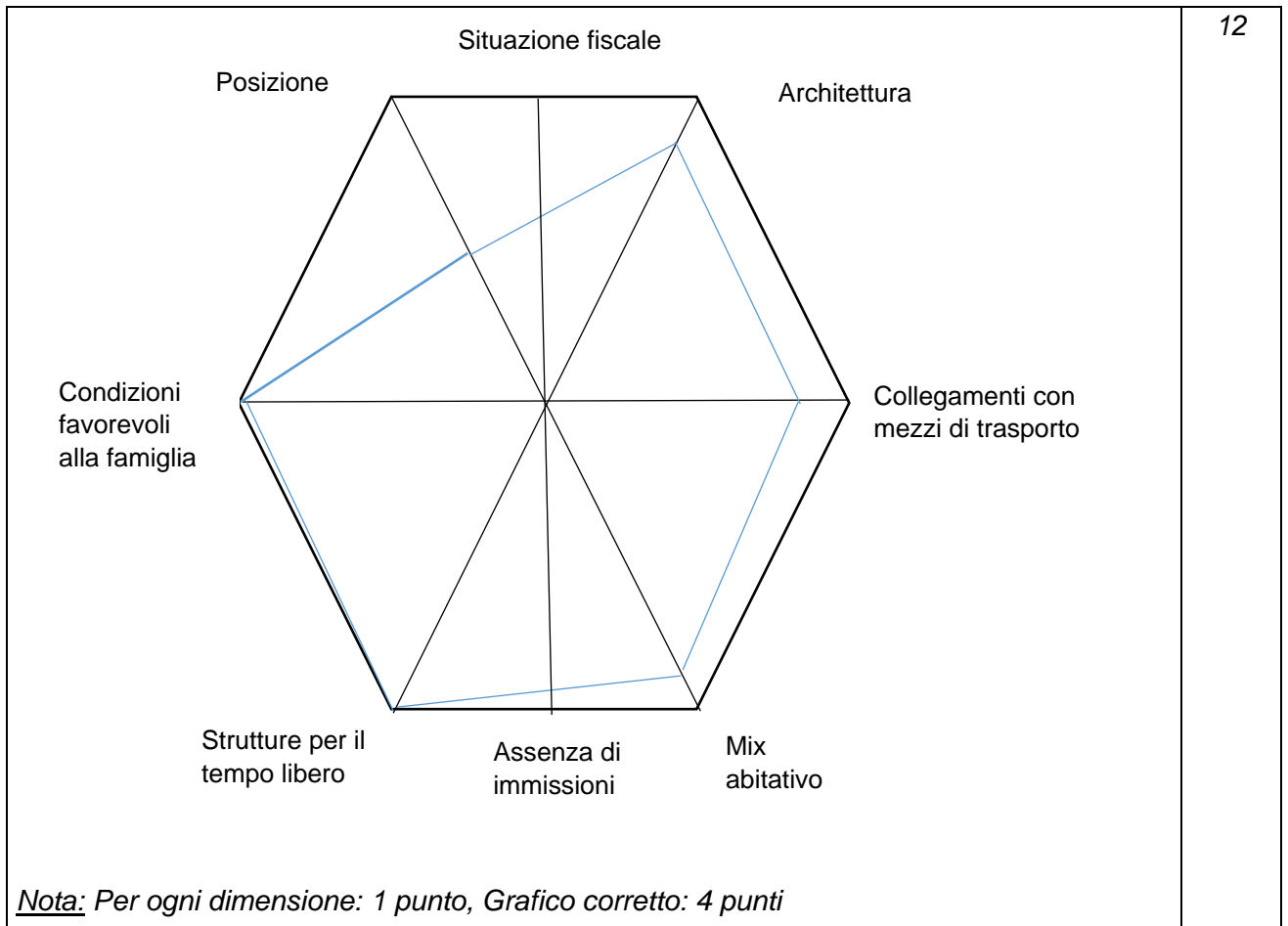
10



Punto aggiuntivo se vengono citate le forze concorrenziali esterne

k.

12



I.

- 1 In generale, in Svizzera le case unifamiliari sono ancora maggiormente richieste degli appartamenti di proprietà perché, evidentemente, si apprezza molto il maggior grado di libertà, soprattutto in presenza di bambini. 1
- 2 Solo a circa 33 anni è possibile permettersi la proprietà abitativa. Prima spesso mancano capitale proprio e reddito. 1
- 3 L'appartamento di proprietà è apprezzato anche dalle famiglie più giovani, ma acquista importanza soprattutto per le fasce di età a partire da 45 anni, che all'inizio del periodo di 5 anni avevano almeno 40 anni. Si potrebbe quindi trattare di economie domestiche urbane che sono riuscite ad accedere alla proprietà abitativa solo tardi, di coppie senza figli e di quelle che si trasferiscono in un appartamento di proprietà quando i figli se ne vanno di casa, nonché di economie domestiche per le quali l'inadeguatezza alle esigenze della terza età e la manutenzione della casa unifamiliare diventano gravose. 1
- 4 A partire dai 70 anni il numero di proprietari si abbassa a causa dei decessi e dei trasferimenti in forme abitative più adatte alla terza età: l'aumento e la domanda di proprietà abitativa risultano quindi negativi. La casa unifamiliare è la forma abitativa maggiormente interessata dal fenomeno. Invece, l'appartamento di proprietà assume importanza ancora fino alla fascia di età da 70 a 74 anni. 1
- 5 Le famiglie giovani sono spesso le acquirenti delle case unifamiliari diventate disponibili. Tra le fasce d'età giovani, è la casa unifamiliare a registrare la maggior crescita. A prima vista ciò può sorprendere perché le case unifamiliari nuove, data la maggior parte di terreno occupata, sono normalmente molto più costose. Ma le case unifamiliari più vecchie, per le quali il valore dell'edificio è stato ampiamente ammortizzato, possono essere accessibili anche alle famiglie più giovani, in particolare se si trovano all'esterno degli agglomerati urbani. 1

m.

	Criterio	Caratteristiche	
1	Sociodemografico	Soprattutto coppie. Il livello d'istruzione, la posizione professionale e il reddito sono superiori alla media. Vogliono andarsene dalla città ma vivere, ciononostante, in un quartiere vivace. Sono ultraquarantenni ed entrambi professionisti. Non hanno figli oppure hanno figli che vanno alla scuola elementare o media.	4
2	Psicografico	Post-materialisti, pragmatisti adattivi e performer moderni, persone creative, tolleranti, con interessi culturali, rappresentanti della borghesia media, ovvero persone che amano i bambini, equilibrate e affabili, che considerano importante avere una bella casa.	4
3	Comportamento	Sono disposti a pagare prezzi elevati per la bella posizione, la tranquillità e l'architettura interessante. Accettano di fare i pendolari, mentre la sera e il fine settimana partecipano alla vita sociale di quartiere, oppure svolgono attività nella natura. Sfruttano le infrastrutture. Una presentazione allettante degli appartamenti ha un peso importante sulla decisione.	4

Parte D Marketing di vendita: attività di commercializzazione

50 punti

Soluzione D1

1 punto

	CHF 10'000 – 30'000	
	CHF 120'000 – 150'000	
	CHF 400'000 – 450'000	
	CHF 1 – 1.1 mio.	
Motivazione	Motivazione individuale. Deve essere logica ed essere correlata alla domanda D2.	1

Soluzione D2

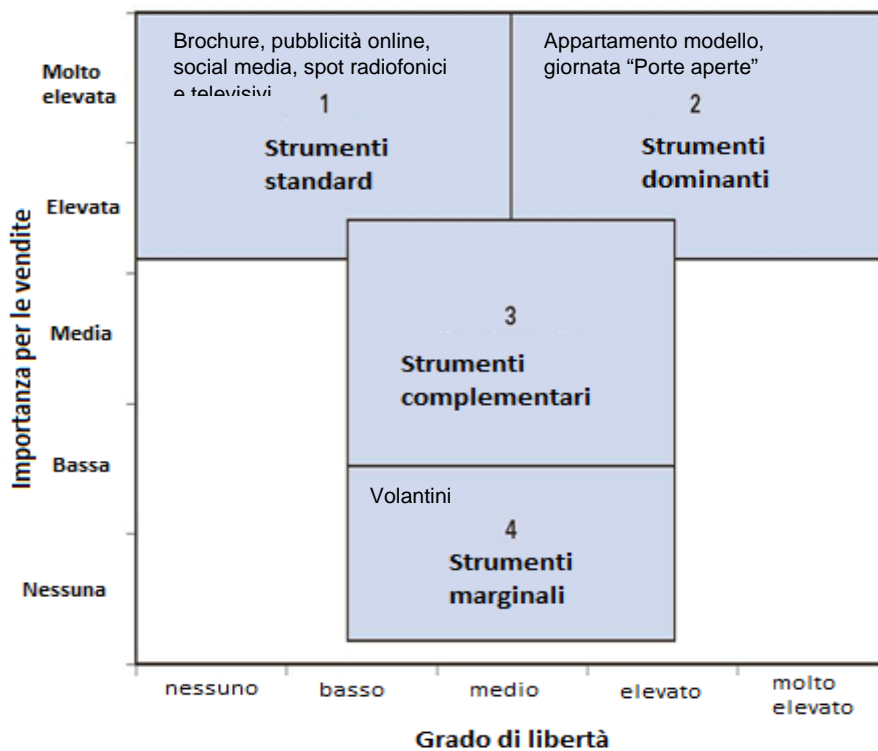
12 punti

	Misura	Motivazione	Costi	
1.	Allestimento di un appartamento modello	Molte persone hanno bisogno di vedere un appartamento modello per farsi un'idea dell'oggetto immobiliare.	14'000	1,5
2.	SEO e SEA (Search Engine Optimization) / (Search Engine Advertising)	Oggi giorno la maggior parte delle ricerche viene effettuata su Google e simili. Per essere trovati prima della concorrenza si rendono assolutamente necessari validi SEO e SEA.	12'000 incl. i costi per l'agenzia esterna	1,5
3.	Volantini	Da distribuire in occasione di eventi, da esporre nelle agenzie, presso i clienti, gli esercizi commerciali, i partner, per incentivare il passaparola.	1'000	1,5
4.	Social media	Per condividere le informazioni, rispondere pubblicamente a domande sul progetto, eventi per acquisire potenziali acquirenti, presentare l'oggetto in webcam, rafforzare il brand.	10'000 incl. i costi per l'agenzia esterna	1,5
5.	Annunci stampa	Stampa quotidiana regionale, riviste specializzate, giornali economici, event. anche nell'area di Coira e Zurigo, per i nativi di Mels che provano nostalgia. Non valutare risposte come 20min nazionale, troppa dispersione (a meno che non venga menzionato «regionale»). 15 inserzioni, ¼ di pagina con un costo medio di CHF 3'000	45'000	1,5
6.	Spot televisivi e radiofonici nei media regionali	Spot animati in TV e radio sulle stazioni locali 4 spot al giorno da 25 secondi	15'000	1,5

7.	Documentazione / brochure (carta extra lucida)	Sfruttare a fondo le immagini al fine di suscitare emozioni. Tiratura: 1000 pezzi.	7'000	1,5
8.	Giornata "Porte aperte"	Programma generale per evidenziare tutti i pregi del quartiere e per mostrare come si presenta il quartiere quando è «animato».	5'000	1,5

Soluzione D3

8 punti



Motivazione

4

Grazie ad appartamenti di lusso arredati con gusto e a una giornata delle porte aperte, l'appartamento e il quartiere possono essere «sperimentati» dal potenziale cliente. È possibile creare un'atmosfera originale con cui differenziarsi. Esperienza straordinariamente importante per la vendita.

I volantini hanno solo un'importanza marginale, perché non sono adatti alla differenziazione e non sono determinanti per la vendita.

Soluzione D4

2 punti

- | | | |
|----|---|-----|
| a) | Riduce il pericolo che i clienti passino alla concorrenza. | 0,5 |
| b) | Favorisce la ripetizione dell'acquisto. | 0,5 |
| c) | Di norma determina una maggiore fidelizzazione del cliente. | 0,5 |
| d) | Riduce la sensibilità al prezzo. | 0,5 |

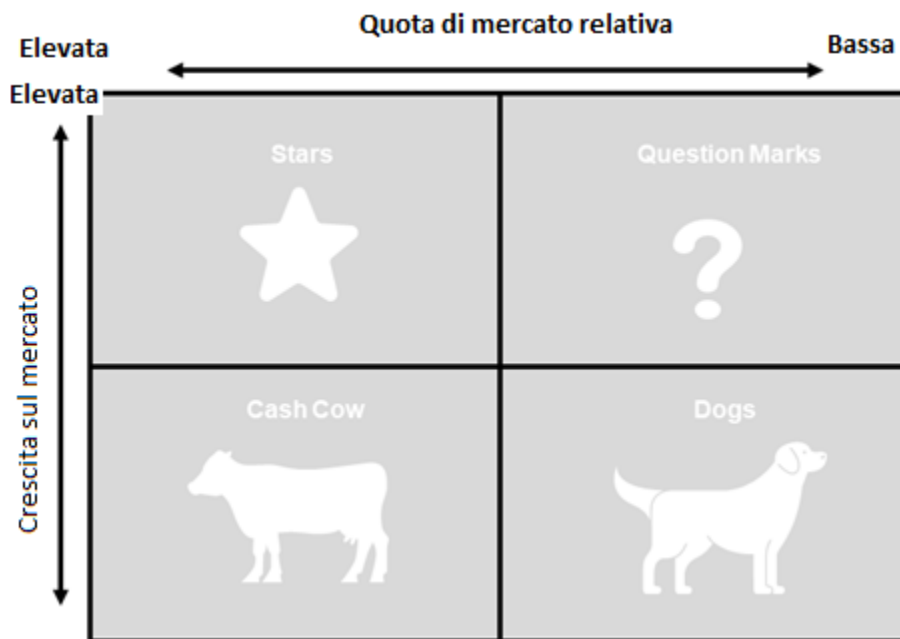
Soluzione D5

7 punti

a) Matrice BCG, portafoglio Boston Consulting Group

1

b)

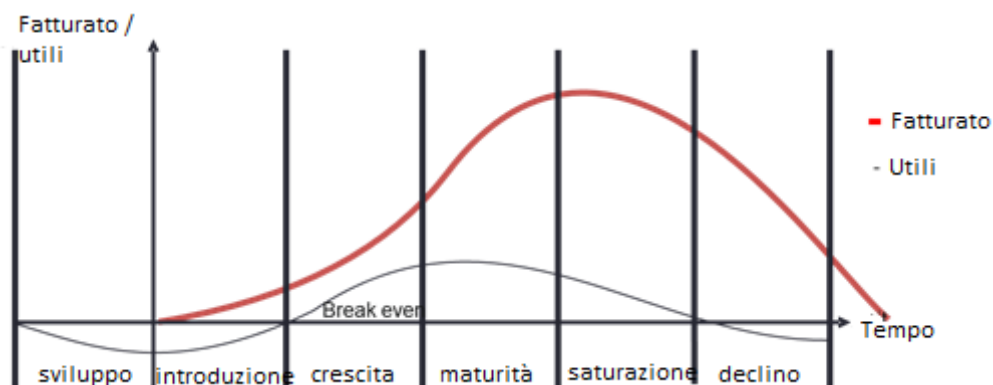


6

Soluzione D6

12 punti

a)



5

b) La vita di un prodotto tipico segue le fasi Question Mark, Star, Cash Cow e Poor Dog.

4

Ciò corrisponde al ciclo del prodotto, secondo cui il prodotto deve prima essere sviluppato per poi essere introdotto sul mercato. In questa fase occorre investire nel marketing. Il prodotto deve essere reso noto tramite pubblicità e PR. La fase d'introduzione termina quando si raggiunge il break-even point, ovvero quando i ricavi coprono i costi sostenuti.

La fase di crescita inizia quando si ottengono per la prima volta degli utili, anche se le spese di promozione e comunicazione continuano a essere alte. Questa fase è

caratterizzata da una forte crescita, che viene accelerata mediante la pubblicità. Assume importanza la politica relativa al prezzo e alle condizioni. Anche i concorrenti notano il prodotto (free-rider problem). Se il prodotto si sviluppa positivamente, ovvero se la crescita sul mercato è elevata e la quota di mercato relativa aumenta, passa dalla fase Question Mark alla fase Star.

Maturità

La fase di maturità è normalmente la fase di mercato più lunga, oltre a essere la più redditizia. A causa della crescente concorrenza, alla fine di questa fase gli utili si riducono. I tassi di crescita diminuiscono ma le imprese continuano a godere di quote di mercato consistenti, che possono essere assicurate o ulteriormente ampliate mediante il marketing di mantenimento e le variazioni del prodotto. La Star diventa così una Cash Cow, con una crescita ridotta ma una quota di mercato relativa ancora elevata.

Saturazione

Di norma, a un certo punto subentra la fase di saturazione. Il prodotto non evidenzia più alcuna crescita sul mercato: i fatturati e gli utili scendono. Tramite varie modifiche, a questo punto è possibile provare ad acquisire più clienti. La fase di saturazione termina quando i ricavi scendono sotto la soglia del margine di contribuzione, ovvero quando non sono più generabili utili. In seguito alla lenta crescita sul mercato e alla contrazione della quota di mercato relativa, la Cash Cow si trasforma (lentamente) in Poor Dog.

Declino

La fase successiva è quella di declino (degeneration). Il mercato si contrae e la riduzione del fatturato non può essere arrestata con misure di marketing mirate. Il prodotto perde quote di mercato, esibisce una crescita negativa e gli utili scendono. Il portafoglio dovrebbe essere riorganizzato, a meno che non esistano vincoli con altri prodotti (economies of scope). Se non si interviene correttamente e tempestivamente, insorgeranno costi inutili per un prodotto che non genera più fatturato. Se non si provvede a un rilancio, la fase di declino termina con la cessazione delle vendite e l'abbassamento del fatturato a zero: la produzione viene sospesa. In questo modo il prodotto ha completato il suo ciclo di vita ed è, per così dire, deceduto.

- c) Il rilancio del prodotto. Il prodotto viene modificato e riposizionato. L'obiettivo di questa misura è far sì che il prodotto abbia un ulteriore ciclo di vita. 2
- d) Ne è un esempio il passaggio dalla Golf 7 alla Golf 8. 1

Soluzione D7

8 punti

- a) Se si incentra il marketing sulla relazione con il cliente (**il cliente ha un ruolo centrale**), quest'ultima non si limita solo a un'unica transazione, ma **si estende invece al lungo termine**. Non si parte quindi dal presupposto di un'unica transazione e la conclusione del processo di acquisto viene invece considerata come il punto d'inizio di **ulteriori processi di acquisto** (acquisti successivi, cross-selling, pacchetti di servizi ecc.). 1
- b) Acquisizione del cliente, sviluppo del cliente, recupero
Fase di avvio / fase attiva / fase passiva 3
- c) L'up-selling è il tentativo del fornitore di offrire al cliente un prodotto o un servizio di maggior valore invece della variante più economica. 1
- d) Il cliente vuole acquistare una casa ed è disposto a pagare al massimo 1 milione di franchi. L'agente immobiliare gli mostra una casa da sogno del valore di 1.5 milioni di franchi e durante la visita dell'immobile lo convince che, in considerazione dei pregi dell'immobile, il maggiore investimento vale la pena. 1
- e) Nel marketing designa la vendita di prodotti o servizi complementari, con conseguente aumento del fatturato per transazione. 1
- f) L'agente immobiliare aiuta il cliente non solo ad acquistare un appartamento ma anche a vendere la sua casa vecchia. 1

Parte E Tecnica di presentazione e comunicazione

30 punti

Soluzione E1

8 punti

1. Chi è/sono il/i mio/miei partner nella negoziazione? Con quale argomento particolare posso iniziare il colloquio (prossimo compleanno, interessi che non rientrano nella sfera professionale, hobby o altro)? Quali sono i punti di forza e di debolezza del mio cliente? Le ricerche in Google sono di supporto. Conosco qualcuno che mi può aiutare ulteriormente? 1
2. Come avvio il colloquio? 1
3. Qual è l'obiettivo del colloquio? Quali sono i sotto-obiettivi? 1
4. Qual è l'obiettivo del colloquio? Qual è la modalità di svolgimento che devo prevedere? Qual è la sua motivazione a negoziare con me? 1
5. Quali sono i miei punti di forza e di debolezza riguardanti la posizione di negoziazione? 1
6. Quali sono i suoi punti di forza e di debolezza riguardanti la posizione di negoziazione? 1
7. Quali sono le domande principali che devo porre / le argomentazioni che devo presentare per raggiungere il mio obiettivo? 1
8. Esiste del materiale in grado di sostenere la mia posizione di negoziazione? Sono possibili delle visualizzazioni? 1

Soluzione E2

4,5 punti

	Fase	Contenuto	Obiettivo	
a)	Fase di apertura / introduzione	Saluto di benvenuto	Comunicazione a livello personale	0,5
		Small Talk	Creare un'atmosfera positiva	0,5
		Avvio del colloquio	Creare fiducia	0,5
b)	Fase di offerta/argomentazione / fase di negoziazione	Analisi delle esigenze del cliente e del cliente stesso	Comprendere la problematica	0,5
			Consigliare il cliente con competenza	0,5
			Valutazione della situazione	0,5
c)	Fase conclusiva / congedo	Percezione della disponibilità a collaborare	Conclusione	0,5
				0,5
				0,5
		Ringraziamento		
		Appuntamento successivo		

Soluzione E3

4,5 punti

- a) Mentre le obiezioni sono logiche e chiare, i pretesti sono affermazioni che non hanno per lo più alcun fondamento. Di solito non si riferiscono quindi all'offerta o ad argomenti concreti ma sono invece affermazioni piuttosto generiche. 0,5
0,5
0,5

b)

1.	Ignorare il pretesto. Se il venditore non dà ascolto al pretesto e si comporta come se non l'avesse sentito, è possibile scoprire se l'affermazione è stata espressa con serietà. Se si tratta di un'obiezione che sta davvero a cuore all'interlocutore, quest'ultimo la ripeterà.	1
2.	Analizzare il pretesto. Naturalmente il venditore può anche chiedere all'interlocutore di descrivere in maniera concreta il pretesto. In questa situazione si richiede però un po' di sensibilità, perché l'interlocutore potrebbe sentirsi spinto in una posizione spiacevole e reagire con il rifiuto.	1
3.	Posticipare il pretesto. Il venditore può confermare brevemente di aver sentito il pretesto e accennare nel contempo che tornerà dopo sull'argomento. Se si tratta solo di un pretesto, il cliente non lo menzionerà più. In questo modo è possibile confutare anche le obiezioni, perché alcuni dubbi si chiariscono da soli nel corso del colloquio.	1

Soluzione E4

10 punti

10	<p>Bisogni di crescita</p> <p>Bisogni di sopravvivenza</p> <p>Autorealizzazione</p> <p>Bisogni di stima Riconoscimento/valore</p> <p>Bisogni sociali Amicizia, amore, appartenenza al gruppo</p> <p>Bisogno di sicurezza Sicurezza materiale e professionale (abitazione, lavoro)</p> <p>Bisogni di base Mangiare, bere, dormire</p> <p>Piramide dei bisogni secondo Abraham Harold Maslow (1908 – 1970)</p> <p>Esempi di autorealizzazione: corso di yoga in India, corso di pittura</p>
----	--

Soluzione E5

3 punti

1.	Ascoltare con attenzione, farsi coinvolgere dall'interlocutore e prestargli totale attenzione. Lo si può fare per es. con il contatto visivo, con la posizione corporea rivolta verso l'interlocutore o annuendo.	1
2.	Comprendere i contenuti. Parafrasare. Ripetere con parole proprie, riassumendo, quanto è stato udito. Dare la possibilità all'interlocutore di rettificare, precisare o integrare i fatti quando necessario.	1
3.	Verbalizzare i sentimenti. Comunicare verbalmente all'interlocutore i sentimenti percepiti, per fargli capire che lo si è compreso.	1



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **vendita di immobili**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Caso pratico	49 punti
	Soluzione A1	5 punti
	Soluzione A2	15 punti
	Soluzione A3	10 punti
	Soluzione A4	9 punti
	Soluzione A5	2 punti
	Soluzione A6	2 punti
	Soluzione A7	2 punti
	Soluzione A8	2 punti
	Soluzione A9	2 punti
Parte B	Proprietà per piani	11 punti
	Soluzione B1	4 punti
	Soluzione B2	1,5 punti
	Soluzione B3	3 punti
	Soluzione B4	2,5 punti
Parte C	Domande generali	30 punti
	Soluzione C1	4 punti
	Soluzione C2	3 punti
	Soluzione C3	3 punti
	Soluzione C4	3 punti
	Soluzione C5	3 punti
	Soluzione C6	4 punti
	Soluzione C7	3 punti
	Soluzione C8	3 punti
	Soluzione C9	4 punti

Soluzione A1

5 punti

- Rischio di accumulazione locali a uso artigianale/appartamento del titolare (1/2)
- Solvibilità della tipografia come conduttrice? Soluzione per la successione?
- Possibilità di rilocare la tipografia e il grande appartamento del titolare?
- Magazzino nel piano interrato senza ascensore: come è possibile utilizzare il magazzino in modo razionale?
- Tipografia: carico del suolo?
- Il reddito viene calcolato sulle entrate lorde da pigioni comprese le spese accessorie forfettarie.
- Tasso elevato di sfitti
- Orientamento a nord, struttura poco soleggiata
- Foresta a sud, a monte della particella
- Protezione delle acque/distanza dalle acque, linee di distanza dalle foreste
- A causa della protezione del patrimonio culturale e della protezione degli insediamenti, gli ampliamenti non sono consentiti (ad es. installazione di balconi).

Nota: 1 punto per ogni risposta diversa e adeguata, max. 5 punti

Soluzione A2

15 punti

Oggetto

- Estratto integrale del registro fondiario
- Stima attuale dell'assicurazione immobiliare
- Piano catastale
- Planimetrie
- Rendiconto dei lavori del 2002
- Valutazione del sistema d'informazione geografica (SIG), in particolare catasto dei siti inquinati
- Procedure pendenti di autorizzazione di diritto pubblico ?

Alienante

- Informazioni sulla solvibilità della tipografia e del titolare
- Informazioni sulla successione del titolare della tipografia/pianificazione aziendale
- Procedure pendenti di diritto pubblico in relazione all'immobile ?

Rendimento

- Tabella dello stato locativo
- Contratti di locazione
- Contratto di locazione con la tipografia e il titolare della tipografia
- Elenco delle spese accessorie degli ultimi due anni
- Costi di manutenzione degli ultimi due anni
- Superficie a uso artigianale: opzione per l'imposizione secondo l'art. 22 LIVA?

Transazione

- L'oggetto della vendita sarà DI SA (share deal) o l'immobile (asset deal)?
- In caso di asset deal, l'immobile viene venduto mediante la procedura di notifica in totale esclusione dell'IVA oppure si opta per l'imposizione di una sola parte dell'edificio?
- Le vecchie ipoteche devono essere rilevate? A quali condizioni?

- È prevista una provvigione del 2% a carico dell'acquirente? O come va altrimenti inteso il 2%?
- Come va versato l'acconto? (Contratto di compravendita concluso per atto pubblico, versamento su un conto bloccato ecc.)

Potenziale

- Valori di confronto (Wüest & Partner, banche cantonali, grandi banche, Comparis ecc.)
 - Livello medio CHF/m² per la locazione di abitazioni, locali a uso artigianale ecc.
 - Tasso medio degli sfitti
 - Situazione attuale annunci per abitazioni / locali a uso artigianale
- Piano regolatore / norme applicazione PR
- Normative zona protetta
- Ordinanza sui posteggi

Soluzione A3

10 punti

Locali a uso artigianale

- Magazzino nel piano interrato senza ascensore per la superficie a uso artigianale; notevole limitazione d'uso.
- Il numero molto limitato di parcheggi non permette di gestire un'attività con molti dipendenti.
- Il numero molto limitato di parcheggi non permette di gestire un'attività con una grande affluenza di pubblico.
- Verosimilmente è impossibile aumentare il numero dei parcheggi poiché sono direttamente adiacenti al Reno (anche per i parcheggi servono almeno 8 metri di distanza dal fondo dell'alveo).
- Vista la distanza dalla stazione di 10 minuti a piedi, la posizione non è ideale a visite spontanee del pubblico.
- Le modifiche architettoniche sono limitate dalla protezione del patrimonio culturale e dalla protezione degli insediamenti.

Appartamento del titolare

- Appartamento mansardato maisonette di ampia metratura senza balcone; difficilmente locabile a famiglie alla ricerca di abitazioni di segmento elevato
- L'orientamento a nord dell'immobile e la foresta a monte sul lato sud fanno sì che la struttura sia poco soleggiata, riducendo il potenziale di locazione
- Scarso potenziale per un'eventuale locazione a comunità di inquilini a causa della posizione periferica fuori da città universitarie.
- RenRE non è interessata all'uso proprio, perciò il grande appartamento del titolare non rappresenta un'opportunità.
- La rilocazione della superficie a uso artigianale e quella dell'appartamento del titolare avvengono in tempi diversi – l'ideale sarebbe un successore con un profilo analogo, tuttavia l'appartamento del titolare si libera prima, per cui serve un utilizzo temporaneo, altrimenti il potenziale di locazione della superficie a uso artigianale è limitato.

Soluzione A4

9 punti

Vendita esclusa dall'imposta IVA (art. 21 cpv. 2 cifra 20 LIVA)

- In seguito all'alienazione, DI SA deve conteggiare l'uso proprio per la superficie per la quale ha optato per l'imposizione parziale, effettuando la correzione della deduzione dell'imposta precedente (art. 31 LIVA),
- Nessuna condizione, tipo di trasferimento legale

Trasferimento mediante procedura di notifica (art. 38 LIVA event. in combinato disposto con l'art. 104 lett. a OIVA)

- Nessun uso proprio, l'acquirente riprende i valori residui (base di calcolo) e il coefficiente di utilizzazione.
- Condizione; l'IVA secondo l'aliquota legale sarebbe di CHF 10'000, alienazione di attività commerciale, l'acquirente è/diventa contribuente IVA, nessuna indicazione dell'IVA tuttavia procedura di notifica; se l'imposta non raggiunge CHF10'000: applicazione facoltativa della procedura di notifica secondo l'art. 104 lett. a OIVA.

Trasferimento con opzione parziale (art. 22 LIVA, punto 5.2.2 Info IVA 17 «Opzione per parti dell'edificio»)

- Indicazione esplicita dell'IVA nel contratto di compravendita limitatamente all'edificio della parte a uso artigianale e ai locali del piano interrato utilizzati a scopo artigianale.
- Vendita della parte rimanente in esclusione dall'IVA, con conteggio del uso proprio da parte di DI SA.
- Con l'opzione per l'imposizione della parte dell'edificio a uso artigianale e dei locali nel piano interrato, si rinnova l'aggravio dell'imposta precedente sull'attuale prezzo di vendita di tale edificio a carico dell'acquirente (indipendentemente dalla precedente durata di utilizzo da parte di DI SA) con conteggio del uso proprio in caso di modifica dell'utilizzazione, ovvero futura IVA, locazione esclusa.

Soluzione A5

2 punti

- Successione fiscale secondo l'art. 16 cpv. 2 LIVA: chi assume un'impresa subentra nei diritti e obblighi fiscali del dante causa.
- Poiché DI SA detiene l'immobile quale unico attivo, nella prassi l'applicabilità in questo caso della nozione di impresa (trasferimento dell'impresa, vendita dell'unico attivo) è controversa (DTF, DTAF in merito ancora da chiarire). Il rischio non dipende dall'applicazione obbligatoria della procedura di notifica secondo l'art. 38 cpv. 1 lett. b LIVA; sarebbe al massimo un indizio.

Soluzione A6

2 punti

(Art. 413 CO)

La doppia mediazione è ammessa solo in caso mediazione per indicazione. Se un mediatore promuove un immobile, l'interessato può presumere che questi stia fornendo una prestazione per il venditore. Per poter pretendere una provvigione dall'acquirente, il mediatore deve averlo informato chiaramente in merito all'obbligo di corrispondere la provvigione.

No, manca un riferimento chiaro al fatto che l'interessato sia tenuto a corrispondere una provvigione.

Soluzione A7

2 punti

Entrate nette da pigioni target: CHF 208'800 – spese access. 20'800 = CHF 188'000

$\text{CHF } 188'000 / \text{CHF } 4'100'000 \times 100 = 4,58\%$ reddito lordo (ante imposte, finanziamento, ammortamento, manutenzione)

Tenendo conto del rischio di sfitti, il reddito lordo potrebbe essere basso e non rispondere alle aspettative di RenRE, ossia alla funzione di una cassa pensioni personale con entrate costanti e un onere amministrativo ridotto.

Soluzione A8

2 punti

Il reddito lordo è un indicatore per misurare il cash flow (flusso di cassa) di un immobile ed è dato dal rapporto percentuale tra il reddito locativo (senza spese accessorie) e i costi d'investimento complessivi.

Reddito netto: rapporto percentuale tra il reddito netto, ossia l'importo che rimane al locatore delle entrate da pigioni dopo che sono stati pagati tutti i costi di manutenzione, d'esercizio, amministrativi e gli oneri finanziari (interessi ipotecari), e i costi d'investimento complessivi.

Soluzione A9

2 punti

Il reddito lordo ai sensi dell'art. 269a lett. c CO non è abusivo purché non superi il tasso d'interesse di riferimento di oltre 2 punti percentuali.

Il reddito netto ai sensi dell'art. 269 CO è ammissibile secondo la giurisprudenza del Tribunale federale purché non superi il tasso per le prime ipoteche di oltre lo 0,5% (v. DTF 123 III 171 consid. 6a). Dal 1° gennaio 2008 si applica in tutta la Svizzera un tasso d'interesse di riferimento unico stabilito trimestralmente dal Dipartimento federale dell'economia (art. 12a OLAL). Aggiungendo lo 0,5% al tasso d'interesse di riferimento si ottiene il reddito netto massimo ammissibile.

Parte B Proprietà per piani

11 punti

Soluzione B1

4 punti

- Estratto integrale del registro fondiario con le servitù
- Regolamento dei comproprietari
- Atto costitutivo e piani di ripartizione
- Conteggi delle spese accessorie e budget
- Verbali delle precedenti assemblee dei comproprietari
- Mappa dell'edificio e polizza dell'assicurazione immobiliare
- Descrizione della costruzione
- Stima del valore venale e dati sul valore locativo proprio
- ecc.

Soluzione B2

1,5 punti

- Art. 60 ss. sul diritto in materia di associazioni
- Art. 646 ss. sulla comproprietà
- Art. 712a ss. sulla proprietà per piani

Soluzione B3

3 punti

- I parcheggi appartenenti alle singole unità di PPP sono generalmente riportati nel regolamento per l'uso e l'amministrazione.
- Qui vengono indicati come «diritti d'uso preclusivi» (o attribuzione per regolamento dei parcheggi in uso preclusivo).
- Il diritto d'uso preclusivo comporta la rinuncia da parte della comunione dei comproprietari all'utilizzo di una parte comune dell'edificio o del fondo e l'attribuzione di tale parte comune in uso preclusivo (vale a dire riservato) a un comproprietario. I diritti e gli obblighi, inclusa la relativa facoltà di trasferimento, modifica e revoca sono desumibili dal regolamento per l'uso e l'amministrazione.

Soluzione B4

2,5 punti

La signora Meier assume la condizione giuridica dell'alienante.

La comunione ha diritto alla costituzione di un'ipoteca per i contributi non pagati.

Parte C Domande generali

30 punti

Soluzione C1

4 punti

- **Comproprietà, artt. 646 – 651 CC**
Più persone che abbiano per frazioni la proprietà di una cosa, senza segni apparenti di divisione, sono comproprietarie in parti eguali, ove non sia diversamente stabilito. La comproprietà è priva di condizioni e le quote possono essere alienate e costituite in pegno.
- **Proprietà comune, artt. 652 – 654 CC**
Se più persone, vincolate ad una comunione per disposizione di legge o per contratto, hanno in comune la proprietà di una cosa, il diritto di ciascuna si estende a tutta la cosa. Non è possibile disporre liberamente delle quote e, per essere costituita, la proprietà comune richiede di una norma di legge o un contratto (= non priva di condizioni).

Soluzione C2

3 punti

- Assicurare alle parti la totale chiarezza sul negozio giuridico da concludere.
- Impedire alle parti di prendere decisioni avventate.
- Creare una base affidabile per l'iscrizione nel registro (fondiario, di commercio) eventualmente necessaria.

Soluzione C3

3 punti

Questa formulazione significa che il fondo suddiviso in proprietà per piani, e quindi l'unità di PPP con la sua quota, ha il diritto di coutilizzare il parco giochi per bambini, ovvero che il vicino deve tollerare il coutilizzo del proprio parco giochi. Il diritto è collegato a un obbligo di fornire prestazioni accessorie, che rimanda a un'assunzione di costi (manutenzione, riparazioni, rinnovamento) per il coutilizzo del parco giochi.

Soluzione C4

3 punti

Le basi legali sono l'art. 647 in combinato disposto con l'art. 712g cpv. 3 CC.

I comproprietari possono convenire un regolamento per l'uso e l'amministrazione derogante alle disposizioni legali che preveda la maggioranza qualificata come quorum deliberativo.

Soluzione C5

3 punti

Le basi legali sono gli artt. 682 ss. in combinato disposto con l'art. 681a + b CC.

I comproprietari hanno un diritto di prelazione verso qualunque terzo non comproprietario (art. 682 CC). Per quanto riguarda i garage sotterranei, solitamente il diritto di prelazione viene revocato alla costituzione della comproprietà; in caso contrario, al momento della vendita del proprio posto auto il venditore dovrebbe ottenere da tutti gli altri comproprietari una dichiarazione in cui attestano che non intendono esercitare il diritto di prelazione legale. L'autorizzazione preventiva richiede inoltre l'atto pubblico ai fini della sua validità.

Soluzione C6

4 punti

Con il trasferimento della proprietà viene trasferita la proprietà con tutti i diritti ad essa direttamente associati, ossia anche i diritti reali limitati (= diritti parziali sulla cosa quali servitù, oneri fondiari e diritti di pegno immobiliare) = potere di disporre della cosa sul piano giuridico.

Con l'immissione in possesso vengono trasferiti solo i diritti di disporre effettivamente della cosa, ovvero di abitare o locare un immobile, di apportare modifiche architettoniche ecc. = potere di disporre della cosa in modo effettivo.

Soluzione C7

3 punti

Le basi legali sono l'art. 842 cpv. 1 CC.

La cartella ipotecaria costituisce un credito personale garantito da pegno immobiliare.

Soluzione C8

3 punti

Le basi legali sono l'art. 865 cpv. 3 CC in combinato disposto con l'art. 971 e l'art. 981 CO.

Sì, è corretto. Il debitore può, nello stesso modo, chiedere l'annullamento di un titolo pagato che è stato smarrito.

Soluzione C9

4 punti

Chi è proprietario di una cosa, è proprietario soltanto di tutte le sue parti costitutive (art. 642 + 643 CC).	<input type="checkbox"/> vero	<input checked="" type="checkbox"/> falso
Le costruzioni ed altre opere sporgenti da un fondo sopra un altro diventano parte costitutiva dell'altro fondo (art. 674 CC).	<input type="checkbox"/> vero	<input checked="" type="checkbox"/> falso
La proprietà per piani è costituita con l'iscrizione nel registro fondiario (art. 712d cpv. 1 CC).	<input checked="" type="checkbox"/> vero	<input type="checkbox"/> falso
L'assemblea dei comproprietari è convocata e presieduta dall'amministratore, salvo che essa non disponga altrimenti (art. 712n CC).	<input checked="" type="checkbox"/> vero	<input type="checkbox"/> falso
L'usufrutto può essere costituito sopra beni mobili, fondi, diritti o un'intera sostanza (art. 745 CC).	<input checked="" type="checkbox"/> vero	<input type="checkbox"/> falso
Il diritto di superficie, come diritto per sé stante, può essere costituito per 99 anni al massimo (art. 779l CC); corretto = 100 anni.	<input type="checkbox"/> vero	<input checked="" type="checkbox"/> falso
Il pegno immobiliare può essere costituito come ipoteca o come cartella ipotecaria (art. 793 CC).	<input checked="" type="checkbox"/> vero	<input type="checkbox"/> falso
La cartella ipotecaria è costituita come cartella ipotecaria documentale (art. 843 CC); corretto = come cartella ipotecaria registrata o come cartella ipotecaria documentale.	<input type="checkbox"/> vero	<input checked="" type="checkbox"/> falso



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **vendita di immobili; imposte**

Proposte di soluzione

Indice

Parte A	Gruppi di domande con risposte vero / falso	12 punti
	Soluzione A1	2 punti
	Soluzione A2	2 punti
	Soluzione A3	2 punti
	Soluzione A4	2 punti
	Soluzione A5	2 punti
	Soluzione A6	2 punti
Parte B	Questioni fiscali riguardanti la vendita di immobili, successioni e donazioni	33 punti
	Soluzione B1	2 punti
	Soluzione B2	2 punti
	Soluzione B3	3 punti
	Soluzione B4	3 punti
	Soluzione B5	7 punti
	Soluzione B6	3 punti
	Soluzione B7	3 punti
	Soluzione B8	2 punti
	Soluzione B9	2 punti
	Soluzione B10	2 punti
	Soluzione B11	4 punti

Parte A Gruppi di domande con risposte vero / falso

12 punti

Soluzione A1

2 punti

Sono assoggettate all'imposta sul trapasso di proprietà sia le persone fisiche che le persone giuridiche.

vero falso

Solo le persone giuridiche sono assoggettate all'imposta sugli utili immobiliari.

vero falso

L'imposta di donazione è dovuta dalla persona che riceve la donazione.

vero falso

L'imposta sulla sostanza è dovuta dalle persone giuridiche.

vero falso

Soluzione A2

2 punti

L'imposta sul valore aggiunto viene riscossa dai cantoni.

vero falso

L'imposta sugli utili immobiliari viene riscossa dai cantoni e in parte dai comuni.

vero falso

L'imposta di donazione viene riscossa dalla Confederazione, dai cantoni e dai comuni.

vero falso

L'imposta sul trapasso di proprietà viene riscossa dalla Confederazione.

vero falso

Soluzione A3

2 punti

Le imposte corrisposte sul trapasso di proprietà non sono deducibili nella determinazione del reddito imponibile.

vero falso

Gli investimenti volti al mantenimento del valore possono essere dedotti nella determinazione del reddito imponibile.

vero falso

Una persona fisica possiede un appartamento in PPP che viene locato a condizioni di mercato (CHF 24'000 all'anno). Per questo appartamento il proprietario deve pagare l'imposta sul reddito sul valore locativo proprio (CHF 10'000).

vero falso

Il concetto di «commercio professionale di immobili» influisce sulla tassazione degli utili conseguiti con l'alienazione di immobili dalle persone fisiche nel quadro dell'imposta federale diretta.

vero falso

Soluzione A4

2 punti

Tutti i cantoni applicano in modo uniforme una tariffa lineare per la determinazione della TUI.

vero falso

In caso di breve durata del possesso (di norma inferiore a 5 anni), alcuni cantoni prevedono un supplemento di speculazione nel calcolo della TUI.

vero falso

Secondo il principio della congruenza, il calcolo dell'utile deve basarsi su situazioni comparabili.

vero falso

Il trasferimento di un fondo dalla sostanza privata alla sostanza commerciale può comportare il pagamento della TUI.

vero falso

Soluzione A5

2 punti

- | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Un trapasso di proprietà di carattere economico non può comportare il pagamento dell'imposta sul trapasso di proprietà. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Tutti i cantoni riscuotono un'imposta sul trapasso di proprietà. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| L'imposta sugli utili immobiliari è un'imposta diretta. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| In alcuni cantoni l'imposta sul trapasso di proprietà è ridotta o non viene affatto prelevata in caso di uso proprio. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Soluzione A6

2 punti

- | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Generalmente, le donazioni fino a un valore di CHF 50'000 non sono soggette all'imposta di donazione e successione. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Nella maggior parte dei cantoni, la tariffa dell'imposta di successione è decrescente in funzione dell'incremento patrimoniale. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Di norma gli eredi rispondono solidalmente per l'intera imposta di successione, sino a concorrenza della loro quota ereditaria. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | vero | falso |
| Generalmente le donazioni tra fratelli non sono soggette all'imposta di donazione. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | vero | falso |

Parte B Questioni fiscali riguardanti la vendita di immobili, successioni e donazioni 33 punti

Soluzione B1 2 punti

- a) Sistema fiscale monistico e dualistico 1 punto
- b) Nel sistema fiscale dualistico 1 punto

Soluzione B2 2 punti

Successione
Donazione
Trapasso della proprietà tra coniugi
Ricomposizione particellare
Acquisto di un'abitazione sostitutiva (a uso proprio e durevole)
Ristrutturazioni

Soluzione B3 3 punti

- a) Sì 1 punto
- b) Il potere di disporre di un fondo viene trasferito 2 punti
senza che il compratore acquisti la proprietà di diritto civile.
Esempio: trasferimento di una partecipazione di maggioranza a una società immobiliare; negozi a catena mediante clausola sostitutiva nei contratti di compravendita o costitutivi del diritto di compera.

Soluzione B4 3 punti

CHF 9'000'000	Prezzo di acquisto come da contratto di compravendita
CHF 120'000	TUI a carico dell'acquirente
CHF 24'000	Diritto di utilizzare gratuitamente 4 posti auto per 5 anni (4 x 5 x CHF 1'200)
<u>CHF 21'000</u>	Diritto di utilizzare gratuitamente il locale per hobby per 5 anni (5 x CHF 4'200)
CHF 9'165'000	Totale per il calcolo dell'imposta sul trapasso di proprietà
CHF 114'562.50 dell'acquirente	1,25% (1/2 di 2,5%) imposta sul trapasso di proprietà a carico dell'acquirente

Soluzione B5

7 punti

CHF 7'500'000	Prezzo di acquisto
CHF 40'000	Costi in relazione all'acquisto dell'immobile
<u>CHF 180'000</u>	Imposta sul trapasso di proprietà pagata all'acquisto
CHF 7'720'000	Spese d'acquisto totali

CHF 130'000	2010, riattazione balconi sui giardini d'inverno (investimenti di valorizzazione)
CHF 30'000	2013, recinto piazzale (investimenti di valorizzazione)
<u>CHF 360'000</u>	2014, risanamento cucine (60% investimenti di valorizzazione)
CHF 520'000	Tot. investimenti di valorizzazione durante il possesso

CHF 8'240'000 **Prezzo di costo totale (CHF 7'720'000 + CHF 520'000)**

CHF 8'800'000	Prezzo di vendita
-CHF 115'000	Costi di mediazione
-CHF 30'000	Altri costi di vendita
-CHF 35'000	Indennità per estinzione anticipata ipoteca
<u>-CHF 220'000</u>	Imposta sul trapasso di proprietà
CHF 8'400'000	Prezzo di vendita netto

CHF 160'000 **Utile soggetto alla TUI (CHF 8'400'000 Prezzo di vendita netto ./.**
CHF 8'240'000 Prezzo di costo totale)

Sì, è dovuta una TUI.

L'imposta sugli utili immobiliari dovuta è di CHF 8'000.- (5% di CHF 160'000)

Anche CHF 6'500.- è considerato corretto come risultato (CHF 160'000 meno CHF 30'000 valore esente da imposta = CHF 130'000 su cui è applicata la TUI del 5%)

Soluzione B6

3 punti

- a) Acquisizione sostitutiva con reinvestimento parziale *1 punto*
- b) Utile immobiliare effettivo derivante dalla vendita della casa a schiera
CHF 350'000 (CHF 1'000'000 – CHF 650'000) di cui
CHF 250'000 sono reinvestiti in una nuova casa unifamiliare con
differimento dell'imposta sugli utili immobiliari *2 punti*
- Rimangono **CHF 100'000** (CHF 350'000 – CHF 250'000) sui quali
viene riscossa l'imposta sugli utili immobiliari del 5% che è quindi
pari a **CHF 5'000**.

Soluzione B7

3 punti

TI: CHF 900'000 (appartamento in PPP)
FR: CHF 150'000 (deposito titoli)
CHF 80'000 (2 conti di risparmio)

Soluzione B8

2 punti

Donazioni a discendenti diretti

Donazione al coniuge

Donazioni ai genitori

Donazioni all'ente pubblico

Donazioni a istituzioni che perseguono unicamente scopi pubblici, di beneficenza o di utilità pubblica.

Donazioni di entità marginale (entro l'importo esente)

Soluzione B9

2 punti

a) Bianca Ferrari viene considerata dall'autorità fiscale come «commerciante professionale di immobili»

1 punto

b) Le perdite dalla vendita di immobili possono essere compensate con gli utili (fino a 7 anni)

1 punto

Soluzione B10

2 punti

Sì

L'alienante è tenuto a rimborsare proporzionalmente la deduzione dell'imposta precedente fatta valere in passato **sui costi d'investimento** all'Amministrazione federale delle contribuzioni. Sono considerati costi d'investimento ad es. i costi di costruzione o ristrutturazioni considerevoli e il periodo di retroattività è di 20 anni.

Soluzione B11

4 punti

Alla Grimaldi SA si consiglia di vendere l'immobile con opzione per l'imposizione.

1 punto

In questo modo, la Grimaldi SA può far valere in seguito una quota

1 punto

dell'IVA computata sui costi d'investimento (sgravio fiscale successivo)

Calcolo delle conseguenze finanziarie:

2012: CHF 800'000 IVA sul prezzo di costo

CHF 520'000 IVA imposta precedente rimborsabile (65%)

2 punti

2015: CHF 40'000 IVA sull'ampliamento dell'edificio

CHF 32'000 IVA imposta precedente rimborsabile (80%)

Tot. imposta precedente rimborsabile (sgravio fiscale successivo) sui costi d'investimento dal 2012 CHF 552'000 (CHF 520'000 + CHF 32'000)



Esame professionale in Commercializzazione immobiliare 2019

Esame scritto

Materia d'esame: **vendita di immobili; finanziamenti**

Proposte di soluzione

Indice dei contenuti

Parte A	Sistema bancario svizzero	4 punti
	Soluzione A1	1 punto
	Soluzione A2	2 punti
	Soluzione A3	1 punto
Parte B	Nozioni di base sulle operazioni di credito	5 punti
	Soluzione B1	1 punto
	Soluzione B2	1 punto
	Soluzione B3	2 punti
	Soluzione B4	1 punto
Parte C	Crediti ipotecari	5 punti
	Soluzione C1	1 punto
	Soluzione C2	2 punti
	Soluzione C3	2 punti
Parte D	Ipotecche	3 punti
	Soluzione D1	2 punti
	Soluzione D2	1 punto
Parte E	Verifica creditizia	6,5 punti
	Soluzione E1	1,5 punti
	Soluzione E2	2 punti
	Soluzione E3	1 punto
	Soluzione E4	1 punto
	Soluzione E5	1 punto
Parte F	Valutazione immobiliare	8 punti
	Soluzione F1	2 punti
	Soluzione F2	4 punti
	Soluzione F3	2 punti
Parte G	Esempi pratici	12,5 punti
	Soluzione G1	5 punti
	Soluzione G2	5 punti
	Soluzione G3	2,5 punti

Parte A Sistema bancario svizzero 4 punti

Soluzione A1 1 punto

L'Autorità federale di vigilanza sui mercati finanziari - FINMA

Soluzione A2 2 punti

- a. 1. Hypomat
 2. E-Hypo
- b. Moneypark
- c. Una banca online offre i propri servizi esclusivamente su internet, e non ha pertanto sedi fisiche. Oltre ai servizi di tipo digitale, le banche Retail forniscono anche consulenze di persona e dispongono di sedi fisiche.

Soluzione A3 1 punto

1. Penuria di investimenti
2. Tassi di interesse negativi

Parte B Nozioni di base sulle operazioni di credito 5 punti

Soluzione B1 1 punto

1. Rischi di perdita
2. Rischi di mercato
3. Rischi operativi
4. Rischi di liquidità

Soluzione B2 1 punto

- a. I crediti coperti sono quelli per i quali la banca ha ottenuto una garanzia. Il finanziamento è coperto anche da un pegno o da un terzo.
- b. Crediti liquidi ossia facilmente realizzabili – credito lombard

Soluzione B3 2 punti

- a. Ipoteca Libor
 Ipoteca a tasso fisso
 Ipoteca a tasso variabile
- b. Ipoteca a tasso variabile

Soluzione B4

1 punto

- a. Ammortamento (quota capitale costante, interessi decrescenti) oppure annualità (quota capitale crescente, interessi decrescenti)
- b. Ammortamento

Parte C Crediti ipotecari

5 punti

Soluzione C1

1 punto

Un credito ipotecario è un finanziamento concesso dietro ipoteca di un fondo.

Soluzione C2

2 punti

- a. Essenzialmente, in caso di inadempienza il pegno immobiliare dà al creditore il diritto di essere pagato con i proventi ottenuti dalla realizzazione del pegno, a seconda del grado del pegno ed escludendo i creditori non garantiti dal pegno immobiliare.
- b. Esecuzione in via di realizzazione del pegno

Soluzione C3

2 punti

- a. Cartella ipotecaria nominativa
Cartella ipotecaria al portatore
Cartella ipotecaria intestata al proprietario
Cartella ipotecaria registrale
- b. Cartella ipotecaria registrale

Parte D Ipoteche

3 punti

Soluzione D1

2 punti

Importo e responsabilità per il credito

vero falso

Arredamento previsto

vero falso

Riattazioni/investimenti previsti

vero falso

Dettagli della convenzione matrimoniale

vero falso

Soluzione D2

1 punto

- a. Rilasciando una conferma di finanziamento, la banca si limita a confermare che il finanziamento è conforme ai regolamenti bancari e in linea di massima concedibile (ciò però non equivale ad un impegno di pagamento irrevocabile). Quando rilascia un impegno di pagamento irrevocabile, la banca si impegna irrevocabilmente a corrispondere il prezzo di acquisto.
- b. Diritto di pegno del venditore

Parte E Verifica creditizia

6,5 punti

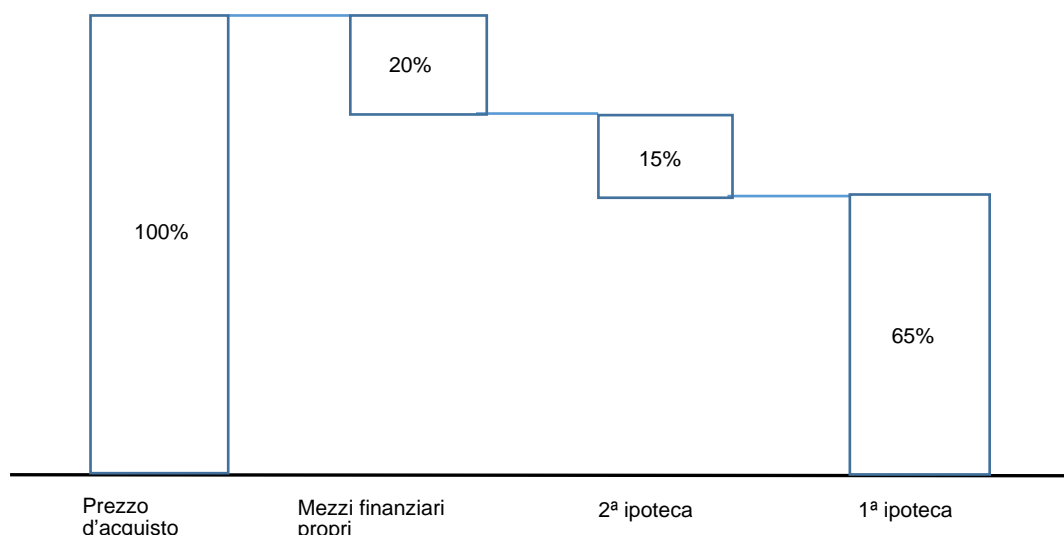
Soluzione E1

1,5 punti

1. Il beneficiario del credito è affidabile in termini di merito creditizio?
2. Il progetto di costruzione e il relativo finanziamento sono sufficientemente solidi da tutelare l'esposizione creditizia della banca in caso di un'eventuale realizzazione forzata?
3. Il beneficiario del credito soddisfa i requisiti di sostenibilità/capacità di credito?

Soluzione E2

2 punti



Soluzione E3

1 punto

- a. CHF 1'300'000 valore di reddito
- b. Principio del minor valore

Soluzione E4

1 punto

Le plusvalenze non ricorrenti da azioni sono computabili.

vero falso

Le somme regolarmente percepite come rendita vitalizia possono essere computate come reddito duraturo.

vero falso

Gli interessi previsti da un contratto di prestito familiare non incidono sul reddito duraturo.

vero falso

Normalmente, i bonus percepiti sono conteggiati al 100% come reddito duraturo da parte delle banche.

vero falso

Soluzione E5

1 punto

Nella dichiarazione d'imposta dell'acquirente compaiono CHF 1'000 di debiti ancora da pagare a saldo delle fatture della carta di credito.

vero falso

L'acquirente ha comprato la macchina in leasing.

vero falso

L'acquirente vive separato dalla moglie e dalla figlia di 2 anni. L'accordo prevede l'obbligo di mantenimento.

vero falso

Nella dichiarazione d'imposta dell'acquirente compaiono CHF 0,5 milioni di vincita alla lotteria.

vero falso

Parte F Valutazione immobiliare

8 punti

Soluzione F1

2 punti

- Metodo edonico o valore reale
- Metodo edonico o valore reale
- Metodo del valore reddituale o metodi dinamici (DCF)
- Il valore calcolato dalla banca corrisponde al valore di anticipo dell'immobile.

Soluzione F2

4 punti

- Calcolo prezzo al m²:
CHF 1'130'000 ./ . meno i posti auto = CHF 1'080'000
Superficie abitabile netta: superficie abitabile + metà del balcone = 108 m²
Prezzo al m² = CHF 1'080'000 / 108 m² = **CHF 10'000**

2. Calcolo dei mezzi propri

$$\text{CHF } 9'000 \times 108 + \text{CHF } 35'000 + \text{CHF } 15'000 = \text{CHF } 1'022'000$$

$$\text{Finanziamento massimo: } \text{CHF } 1'022'000 \times 80\% = \text{CHF } 817'600$$

$$\text{Mezzi propri necessari: } \text{CHF } 1'130'000 \text{ ./. } \text{CHF } 817'600 = \text{CHF } 312'400$$

Soluzione F3

2 punti

1. La situazione macroeconomica
2. Lo stato dell'immobile
3. Il valore locativo o il livello delle pigioni
4. Il valore locativo o il livello delle pigioni

Parte G Esempi pratici

12,5 punti

Soluzione G1

5 punti

1. Calcolo delle entrate nette da pigioni:

Entrate lorde da pigioni: CHF 150'000

./. Spese accessorie CHF 25'000

./. Spese di manutenzione CHF 15'000

./. Costi amministrativi CHF 10'000

Reddito netto da pigioni: CHF 100'000

Valore di reddito sulla base del metodo netto:

$$\text{CHF } 100'000 / 0,03 = \text{CHF } 3'333'333$$

2. Finanziamento massimo della banca

$$\text{CHF } 3'330'000.-- \times 0,8 = \text{CHF } 2'666'667$$

Soluzione G2

5 punti

a. Calcolo dei mezzi propri e di terzi

Mezzi propri:	CHF 650'000 x 0,35% =	CHF 227'500
Capitale di terzi:	CHF 650'000 x 0,50% = 1 ^a ipoteca	CHF 325'000
	CHF 650'000 x 0,15% = 2 ^a ipoteca	CHF 97'500

b. Sostenibilità calcolatoria

Interessi ipotecari:	CHF 422'500 x 0,05 =	CHF 21'125
Manutenzione:	CHF 650'000 x 0,01 =	CHF 6'500
Ammortamento:	CHF 97'500 / 15 anni =	CHF 6'500
Costi abitativi casa propria:		<u>CHF 50'000</u>
Totale uscite durature:		CHF 84'125

c. Sostenibilità

$$\frac{\text{CHF } 84'125 \times 100}{\text{CHF } 290'000} = 29 \%$$

CHF 290'000

Con una percentuale del 29%, la sostenibilità sarebbe teoricamente confermata. Tuttavia i mezzi propri non sono sufficienti. Dovrebbero infatti essere riscattati CHF 150'000 della cassa pensione, ma questa operazione non è ammessa per le proprietà abitative che non sono destinate a uso proprio. Non è pertanto possibile ottenere il finanziamento.

Soluzione G3

2,5 punti

1. Anticipo ereditario o donazione
2. Negoziare una riduzione del prezzo d'acquisto
3. Finanziamento infruttifero e non rimborsabile
4. Verificare un aumento dell'ipoteca sulla proprietà a uso proprio
5. Far iscrivere il diritto di prelazione