

PARTY

Mode

Da Manhattan arriva a Milano l'Open House. Per vendere le case con una festa aperta a tutti, curiosi compresi

NEL LOFT Open house in una casa messa in vendita e, sotto, il cartello che annuncia l'iniziativa (Foto Mantero)



immobiliare



La domenica mattina, a Manhattan, le case in vendita si mettono in vetrina. Grandi cartelli di fronte all'uscio informano che la casa è aperta e chiunque, senza appuntamento, può andare a vederla. Entrano tutti: interessati, vicini, amici, passanti. All'ingresso, due tavolini: sul primo le piantine della casa e il biglietto da visita del broker immobiliare, nell'altro tartine e bevande. Ed è subito «party». Che rende: nel 30 per cento dei casi a fine giornata qualcuno stacca un assegno. Da noi, invece, vige la riservatezza. Si mette l'annuncio sul giornale, appena si può si evita il cartello appeso al portone. Per l'open house, questo il nome dato all'innovativo sistema americano di vendita, sembrava non esserci spazio. E invece nelle riviste di settore compaiono i primi annunci. «I clienti interessati a visitare la porzione di una villa alla Magliolina, sono invitati all'Open House che si terrà il giorno X, dalle 12 alle 15. Saremo lieti di offrirvi un rinfresco. Vi attendiamo numerosi». Ecco come ha pubblicizzato l'evento, due settimane fa, Ileana Manenti, dell'agenzia I.M. Immobiliare. Racconta: «Non ci aspettavamo un'affluenza così forte, e non è la prima volta. Siamo affiliati alla RE/MAX, network d'oltreoceano che vuole importare il sistema sul mercato italiano». E si lascia sfuggire che dai vicini di casa, accorsi per lo spumantino, ha ricevuto un nuovo incarico.

Luca Santoro della House & Loft, lanciata quasi esclusivamente sulle open house, è convinto che sia il futuro. «Un anno e almeno metà delle agenzie milanesi inizierà a proporlo», afferma. Il perché lo spiegano Marco e Mara, che si sono presentati all'open house di un grande loft con giardino interno in viale Stelvio. «Ti senti subito più libero», dice lui. Aggiunge lei: «Non

pensi al venditore, che magari ha una scaletta di appuntamenti subito dopo il tuo». Con loro un'altra coppia, che abita al secondo piano. Sono venuti per «vedere come è organizzato lo spazio». «È lo spirito dell'open house», ribatte Santoro, che ha passato una settimana a New York fingendosi acquirente per studiare i colleghi americani. «Non ci rivolgiamo solo a chi vuole comprare, apriamo le porte anche ad architetti, studenti... La voce gira». Fra i visitatori, giorni fa, anche un calciatore dell'Inter.

La formula meneghina dell'open house non è solo per una clientela elitaria né si limita alle zone centrali. L'agenzia Studio 3D, sempre della rete RE/MAX, è in viale Legioni Romane, e negli ultimi mesi ha organizzato opening in via Zu-

grigo e via Novara. Case periferiche, di medie metrature. L'affluenza è stata buona. «Trenta presenze in una sola giornata», conferma il titolare Giovanni De Flammineis.

Ma cosa succede quando più persone vogliono lo stesso appartamento? «Scatta l'attacco compulsivo all'acquisto», risponde Luca Benesperi, consulente della RE/MAX Magenta di via Ariosto. «A me è successo. Un immobile di prestigio, con affreschi, dietro la Statale. Lo stavano visitando sei persone, quando è arrivata una nuova coppia. La signora si è guardata in giro, ha visto quella che a lei è sembrata una folla, e senza aver girato la casa ha urlato al marito "compralo compralo compralo se no va via"».

Marta Ghezzi

GLI SCETTICI

«In Italia il rogito resta un rito»

Entusiasmi, ma anche perplessità per questo nuovo modo di vendere le case. Sono già nove le agenzie immobiliari che propongono l'open house in città (prossimi appuntamenti martedì 10, via Maestri 2 e via Cornaglia 2, ore 12-15; mercoledì 11, via Cavaglia 3, 12-15; giovedì 12 via Tortona 18, 14.30-16; altre date sui siti www.houseloft.com e www.remax.it), ma il fronte dei no è ancora alto. «Va bene in America», dice Alessandro Ghisolfi della Gabetti, «con le villette indipendenti, ma nei nostri condomini, dove bisogna rispettare orari e privacy, è una formula quasi

inapplicabile. E il rischio è perdere tempo con persone più interessate all'evento che all'acquisto». «In Italia», aggiunge Davide Lucianò della Grimaldi Immobiliare, «la casa è ancora il primo bene, da lasciare ai figli, e al momento del rogito ci si mette la cravatta, perché è un momento importante della vita, quasi al pari del matrimonio. Come si può quindi pensare, vista l'importanza che l'italiano medio dà all'evento, di non dedicare a ciascun potenziale cliente il tempo e l'attenzione di un appuntamento privato?». (m.gh.)