

di Stefano Filippi

## CAMERA DA LETTO

PRIMA



Ecco il primo esempio di home staging (www.fosca.de.luca.com) applicato a una camera da letto. Una stanza spoglia può essere trasformata per un annuncio di vendita o locazione. Le parole chiave sono ordine, pulizia e colore: così si rende più appetibile l'immobile sul mercato

DOPO



## SALA DA PRANZO

PRIMA



Il secondo caso ritrae un appartamento di 75 metri quadrati a Livorno, rimasto sul mercato 14 anni. In stato di abbandono, carico di mobili di diversi stili e in cattive condizioni. Dopo l'intervento di home staging è stato venduto nel giro di tre mesi e con uno sconto limitato al 6% rispetto al valore di mercato

DOPO



## SOGGIORNO

PRIMA



Di fianco e in basso, l'interno di un appartamento di 100 metri quadrati a Bologna, invenduto da oltre un anno, in stato di abbandono e con le pareti tinteggiate in modo approssimativo. Solo dopo la riqualificazione un cliente indeciso ha acquistato l'immobile con uno sconto del 4%

DOPO



## IL FATTORE TEMPO

Come calano i prezzi nel corso della compravendita di case



L'ESG

## LE NUOVE STRATEGIE IMMOBILIARI

# La casa diventa un set

282

I giorni di permanenza media di un immobile sul mercato (fonte Banca d'Italia)

76

I giorni di permanenza media sul mercato dopo che una casa è stata postata su un sito di home staging

*Un esperto e un fotografo rivoluzionano gli appartamenti. Colori, mobili, luce: tutto viene studiato per sedurre chi vuole comprare*

le o nuove costruzioni da impresa». Secondo l'ultimo sondaggio congiunturale sul mercato delle abitazioni in Italia pubblicato lo scorso novembre da Bankitalia, il tempo medio che intercorre tra l'affidamento del mandato a un'agenzia immobiliare e la vendita dell'immobile è di 9,4 mesi.

L'home staging giunge naturalmente dagli Stati Uniti. L'Italia l'ha scoperto soprattutto dopo le trasmissioni televisive di Real Time condotte da Paola Marella, oggi docente e testimonial dell'Home Staging School. All'inizio sembrava una delle tante cose stravaganti importate dagli States, una moda per chi può permetterselo. Poi è arrivata la crisi, innescata proprio dalla bolla immobiliare d'oltreoceano, e la musica è cambiata. Una parabola che Fosca de Luca ha vissuto in prima persona. «Vent'anni fa facevo anch'io l'agente immobiliare - racconta -. Eravamo tutti raccoglitori di proposte, i clienti

inserendo arredi temporanei che noleggiava al proprietario o all'impresa di costruzioni per il tempo necessario alla vendita. Il consulente non è un arredatore né un architetto, il suo gusto personale non deve prevalere ma orientare le scelte per valorizzare la casa e richiamare il target di riferimento: single, giovani coppie, famiglie, professionisti.

E poi c'è il fotografo. Le immagini sono fondamentali e gli homestager si affiancano a professionisti specializzati in interni. Senza un bravo fotografo, il lavoro di allestimento sarebbe inutile. Se però l'accoppiata funziona, il risultato è garantito. La statistica personale di Fosca de Luca è incoraggiante: «Dei 38 immobili che ho preparato nel 2015, è stato venduto il 93 per cento. Tempo medio di vendita: 78 giorni. Due mesi e mezzo. Qualche casa è andata via in meno di una settimana: il classico colpo di fulmine. Ci sono voluti 7-8 mesi per qualche caso particolare, tipo vil-

## I TRUCCHI

**PULIRE**  
Una casa sporca e ingombra darà l'impressione ai potenziali inquilini di essere stata trascurata anche nelle parti vitali (impiantistica, infissi, rivestimenti). Riordinate, pulite e gettate gli elementi non necessari per creare maggiore spazio e controllate prima di ogni visita che tutto sia in ordine

**AGGIUSTARE**  
Anche i piccoli difetti possono far preferire un altro immobile al vostro o far richiedere uno sconto sul prezzo: riparare una maniglia o cambiare una lampadina faranno apparire al meglio l'immobile

**ILLUMINARE**  
L'utilizzo di adeguati punti luce, preesistenti o con l'installazione di piantane a terra e lampade, contribuisce a creare una calda atmosfera, fondamentale per catturare l'attenzione del cliente e farlo sentire «a casa» già alla prima visita

**NEUTRALIZZARE**  
Togliete ogni oggetto o ricordo che riguarda la vostra famiglia: la casa deve essere il più possibile neutra per adattarsi al gusto di un maggior numero di persone. Largo alle tinte neutre su pareti, tessuti e biancheria

arrivavano e si vendeva facilmente. Oggi sono in pochi a cercare una casa nuova. E le leggi del marketing non lasciano scampo: o lavori sul prezzo e svendi, oppure lavori sul prodotto e lo presenti al meglio. A volte mi stupisco ancora di quante foto vedo su internet di locali con stendibiancheria pieni, asciugamani spiegazzati, giocattoli dei bambini in giro o scatoloni del trasloco imminente. Così il colpo di fulmine non scatterà mai».

**La regola d'oro: ciò che conta è la prima impressione**

Ai clienti bisogna fare capire che la casa in vendita non è più il luogo degli affetti, delle memorie di famiglia, delle proprie abitudini immutabili, ma un oggetto di cui qualcuno si deve innamorare e che va preparato anche in funzione dell'acquirente giusto. Per esempio, un loft dev'essere sistemato per una coppia giovane con complementi in stile industriale e colori a contrasto, mentre un appartamento con mansardina destinato a una famiglia con figli andrà «scaldato» con tonalità morbide e accoglienti. Una crescente nicchia di mercato per l'home staging è rappresentata dalla microcittività: bed&breakfast e appartamenti affittati temporaneamente con servizi tipo Airbnb e simili. L'idea di fondo è che la casa va spersonalizzata in modo che il compratore o l'affittuario non si soffermino sui particolari del proprietario ma valutino unicamente l'immobile, vi si immedesima e provino a immaginare come vivrebbero loro tra quelle mura.

Siccome non ci si improvvisa homestager, si moltiplicano i corsi professionali. Quelli della Home Staging School presieduta da Fosca de Luca rilasciano tre tipi di certificazione: vi insegnano architetti, consulenti immobiliari, esperti di web-comunicazione, fotografi, interior designer. Dei professionisti formati in questi anni, quasi metà vivono in Lombardia (ma possono lavorare in tutta Italia) e il 77 per cento sono donne. È una professione femminile fatta anche di estro, buon gusto e capacità di incontrare le persone.

I corsi sono seguiti anche da professionisti del settore: architetti, fotografi, venditori. «L'home staging non è un concorrente ma un sostegno per l'agente immobiliare - dice de Luca -. Molti mi chiamano per corsi di aggiornamento. Nel giro di qualche anno sarà impossibile vendere una proprietà senza averla preparata adeguatamente. Chi lo utilizza in modo sistematico ha sempre in mostra le case più belle. E lavora di più». Lo conferma Oscar Bettinazzi, cofondatore e responsabile marketing di Immo-neo.com, una start-up di Milano messa in piedi da un gruppo di giovani professionisti. Immo-neo non è un'agenzia: non chiede percentuali ai clienti (gli agenti incassano provvigioni pari al 2-3 per cento dell'affare dal compratore e altrettanto dal venditore) ma offre un servizio completo di vendita basato sul marketing immobiliare. Home staging, foto, valutazione, planimetrie tridimensionali, pubblicità sui portali specializzati, pareri legali e consulenze di professionisti del settore.

«Chi compra non versa commissioni, chi vende paga il pacchetto di servizi: i clienti vengono messi in contatto diretto e si accordano senza intermediazioni», spiega Bettinazzi. Nel 2015 Immo-neo ha affittato o venduto un appartamento ogni due giorni: sul sito si trovano ancora gli immobili e i riferimenti, se qualcuno volesse chiedere conferma. Tempo medio di vendita: 4,2 mesi. Sconto sul prezzo spuntato dai compratori: meno del 5 per cento (14,5 per i clienti delle agenzie secondo Bankitalia).

Diventare un Home Stager Professionista e sapersi proporre e promuovere nel mercato immobiliare con la giusta comunicazione non è così banale e semplice come può sembrare.

**Ecco i percorsi formativi di HOME STAGING SCHOOL®**

PERCORSO:  
**DIVENTARE HOME STAGER**  
3 Giornate di corso (24 ore di Formazione)

PERCORSO:  
**MARKETING, COMUNICAZIONE E VENDITA DELL'HOMESTAGING**  
3 Giornate di corso (24 ore di Formazione)

PERCORSO DI SPECIALIZZAZIONE:  
**FOTOGRAFIA D'INTERNI**  
2 Giornate di corso (16 ore di Formazione)

Home Staging School®  
forma SOLO

**Home Stager Professionisti Certificati HSP®**

