

Vendere casa è più semplice con “l’home staging”

Pubblicato: Lunedì 31 Maggio 2021



Mentre nel **mercato immobiliare post pandemia** il **tempo medio di vendita** di un immobile sale **da 212 a 228 giorni** (dati Banca d'Italia 2019 e 2020), esiste un validissimo strumento per vendere casa prima e meglio. Si chiama **home staging**, e consiste nel **rifare il look alle abitazioni con interventi temporanei**, allestendo gli spazi in modo da fare subito colpo sui potenziali acquirenti. Un investimento che dà grandi risultati: dopo un intervento di home staging, infatti, **una casa si vende in media in soli 46 giorni**. Il dato complessivo del venduto dopo un intervento di valorizzazione immobiliare è del 97% e, indicatore estremamente significativo, **lo sconto medio risulta solo del 4%, a fronte del 10,9% della media italiana**.

A rendere noti questi numeri è l'**Associazione Nazionale Home Staging Lovers**, sulla base del sondaggio che come ogni anno ha interpellato i professionisti delle due maggiori associazioni italiane del settore: Home Staging Lovers, appunto, e l'Associazione Professionisti Home Staging Italia.

«Nell'ultimo anno i tempi di vendita degli immobili oggetto di home staging sono diminuiti ancora, da 48 a 46 giorni, a fronte del peggioramento rilevato da Banca d'Italia su scala nazionale» afferma **Michela Galletti**, Presidente dell'Associazione Home Staging Lovers, Associazione di Categoria riconosciuta dal MISE, che riunisce il maggior numero di home stagers professionalmente attivi in Italia. «Il 2020 è stato un anno significativo, in cui le persone hanno continuato a cercare e vendere case, ma con tempi decisionali sempre più ristretti – continua Galletti –. Diventa quindi ancora più importante fare un'ottima prima impressione per chiudere l'affare velocemente e in modo redditizio. I dati confermano che i professionisti del settore immobiliare che si sono avvalsi di uno strumento innovativo come l'home staging hanno ottenuto migliori risultati».



Quali i motivi per cui l'home staging fa la differenza? «A monte di ogni progetto c'è sempre un ragionamento sulla tipologia di cliente che si desidera attrarre – spiega Galletti –. Di conseguenza si curano vari elementi per costruire una comunicazione visiva mirata a conquistare i potenziali acquirenti, che ancora prima di visitare l'immobile di solito lo vedono sul web. L'home stager mette in campo tante competenze diverse, dal design d'interni, alla fotografia, al marketing immobiliare». **Gli interventi sono temporanei, non strutturali:** ci si concentra per esempio sulla **disposizione dei mobili, sui colori, sui tessili, sulla decorazione, sull'illuminazione**. Ogni progetto di home staging comprende infine un servizio fotografico professionale.

Che il settore stia imparando ad apprezzare sempre di più il contributo degli home stager è testimoniato anche dalla crescita di questi professionisti in termini numerici, nonché dal moltiplicarsi dei corsi e degli eventi a loro dedicati. Attualmente l'età media degli associati Home Staging Lovers è di 43 anni e operano in tutta Italia: Emilia Romagna (27,4%), Lazio (15,2%), Nord-Ovest (Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria – 13%), Toscana (12,9%), Triveneto (9,7%), Lombardia (7,6%), Umbria (4,3%), Sardegna (1,1%). Il restante 8,8% è distribuito nelle altre regioni del Mezzogiorno.

«In genere coloro che si avvicinano all'home staging sono addetti ai lavori provenienti dal mondo del design d'interni che vogliono arricchire la loro attività con competenze innovative e altamente richieste dal mercato – conclude Galletti –. Le potenzialità di crescita sono molto ampie, ma non ci si può improvvisare. L'Associazione Nazionale Home Staging Lovers offre a chi vuole entrare in questo mondo orientamento, formazione permanente e tanti progetti e strumenti utili a sviluppare l'attività».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

