

Direttore responsabile
Gianni Riotta

a cura di
Evelina Marchesini



Snowboarder
in azione

Francia. Offerte dalla Languedoc
alla Camargue > pagina 28

Lombardia. Presenze in aumento
ai Piani di Bobbio > pagina 29

Valute. Acquistare oppure no all'estero
Focus. Monza > pagina 31

HALLBERG
REALESTATE

DOVE SONO FINITE LE CASE
DA FAVOLA?

QUALUNQUE SIA IL TUO IMMOBILE
SAPPIAMO COME VALORIZZARLO AL MEGLIO.

Milano: +39 02 7601 5931
Roma: +39 06 9970 2744
www.hallberg.it

Trend. Si fa strada una nuova professione, quella dell'home stager, che si propone di rinfrescare l'immagine dell'immobile

Il ritocco che fa vendere

I tempi delle transazioni si riducono notevolmente: negli Usa da 182 a 37 giorni



PAGINA A CURA DI
Francesca Milano

Si scrive *home stager*, si legge "agevolatore immobiliare", ovvero un professionista capace di rendere più attraente una casa in vendita, aumentandone il valore con pochi interventi. La figura dell'home stager, presente da circa vent'anni in Inghilterra, in Canada e negli Stati Uniti, arriva adesso sul mercato immobiliare italiano: «Le case in vendita in Italia - spiega Amy Lentini, presidente dell'associazione nazionale Staged Homes - sono trascurate, ma chi le vende non ha intenzione di spendere soldi per una ristrutturazione. Spesso però possono bastare alcuni piccoli interventi per cambiare il volto di un'abitazione». Qui entra in gioco l'home stager: il suo ruolo non è quello di apportare modifiche durature e strutturali, ma quello di "al-

lestire" la casa per le visite dei potenziali clienti. «Il trucco principale - spiega Amy Lentini - è quello di non nascondere gli aspetti negativi ma di valorizzarne quelli positivi per far cadere l'attenzione dell'acquirente sui pregi dell'immobile». Un colpo **LE PRIORITÀ** L'obiettivo non è nascondere i difetti ma valorizzare i pregi in modo che i clienti focalizzino l'attenzione sui particolari positivi d'occhio fondamentale, se si pensa che secondo alcuni studi americani la decisione di acquistare o meno una casa viene presa nei primi 90 secondi. Gli interventi dello stager sono essenzialmente cinque:

sgomberare l'appartamento dal superfluo per far apparire più spaziosa la casa; spersonalizzare l'immobile rendendolo più neutro, riparare eventuali danni presenti nella casa; pulire a fondo ogni angolo; decorare l'appartamento studiando la corretta disposizione dei mobili, i colori più adeguati per tessuti e pareti, gli accessori più giusti per valorizzare la casa. Piccoli trucchi che - secondo le statistiche americane - permettono di far salire il prezzo di vendita e di concludere l'affare in meno tempo. «Mediamente - spiegano dall'associazione Staged Homes - l'intervento di uno stager costa tra i 300 e i 400 euro. A fronte di questa spesa il prezzo finale di vendita sale di 1.500-2.000 euro». Il vantaggio non è solo del venditore ma anche dell'agente immobiliare, che può richiedere

la collaborazione di uno stager o addirittura decidere di offrire tale servizio tra quelli forniti dall'agenzia. Secondo gli ultimi dati sull'home staging provenienti dagli Usa, una casa non allestita resta sul mercato per 182 giorni, mentre un appartamento curato da uno stager si vende mediamente in 37 giorni. Ma a sorprendere ancora di più è il dato relativo al prezzo di vendita degli immobili in America: dopo le prime quattro settimane sul mercato, secondo le stime della National association of realtors, il prezzo scende. In particolare, il costo della casa cala del 4% tra la quinta e la dodicesima settimana, del 6% fino alla ventiquattresima settimana e del 10% oltre i sei mesi dalla messa in vendita. A fronte di questa diminuzione del valore, i proprietari di casa statunitensi sono corsi ai ripari

ingaggiando uno stager. Lo stesso potrebbe succedere in Italia, dove intanto fioccano i corsi di formazione (sia di base che di approfondimento) organizzati su tutto il territorio nazionale. I partecipanti sono architetti, designer, agenti immobiliari o semplici appassionati di arredamento d'interni. Il loro lavoro consiste nel visitare un appartamento, individuarne (e fotografarne) i punti deboli e quelli di forza, e stilare un progetto degli interventi da eseguire. A quel punto il cliente potrà scegliere se pagare la consulenza allo stager (in genere di circa 300 euro) e mettere in pratica da solo i consigli dell'esperto, oppure se affidare a lui i lavori (in questo caso il costo dipenderà dallo stato dell'immobile). In genere, comunque, non si superano i 1.500 euro.

A COLPO D'OCCHIO

Piccola spesa grandi vantaggi

7,4%

L'aumento di valore
Secondo le statistiche sull'home staging negli Stati Uniti le case allestite da un esperto vengono vendute a un prezzo aumentato fino al 7,4% rispetto alla richiesta iniziale che il venditore intendeva fare.

5

Il ritorno dell'investimento
Con una spesa di 400 euro per lo staging l'aumento stimato del prezzo di vendita è di circa 2mila euro, cinque volte la cifra pagata al professionista.

-15%

Le case vuote
Anche le case nuove e vuote hanno bisogno di un allestimento che le renda meno fredde e che dia al potenziale cliente un esempio dell'utilizzo degli spazi. Gli appartamenti, infatti, vuoti perdono il 15% del proprio valore.

3-400 €

Il costo
L'intervento di un home stager in Italia costa tra i 300 e i 400 euro per quanto riguarda la valutazione del da farsi. A fronte di questo investimento il prezzo finale sale di 1.200-1.300 euro, ma soprattutto si riducono i tempi della vendita.

Storie. Carlotta Fiesoli di Firenze

Così l'agenzia crea il valore aggiunto

La passione per l'allestimento d'interni al servizio dell'agenzia di famiglia. Un desiderio che Carlotta Fiesoli è riuscita a realizzare grazie a un corso di home staging. «Lavoravo già da tre anni presso l'agenzia di mio padre a Firenze - racconta - ma non era esattamente quello che volevo fare. Mi ero da poco laureata in scienze della comunicazione con una tesi sulla "comunicazione delle case" e cercavo un modo per sfruttare le mie competenze». Così, mentre studiava per l'esame di abilitazione al ruolo di agente immobiliare, Carlotta ha scoperto l'home staging. In un anno si è occupata di dieci appartamenti, la maggior parte dei quali erano "casi disperati".

«C'erano immobili in vendita da oltre un anno - racconta -, case ereditate che erano diventate depositi degli oggetti di una vita. Spesso il lavoro è stato duro, ho avuto bisogno di qualcuno che mi aiutasse a sgomberare e a ripulire tutto». L'agenzia Fiesoli ha deciso di puntare sul servizio aggiuntivo di home staging che la contraddistingue, offrendolo gratuitamente ai proprietari che affidano loro un immobile in esclusiva. «È solo apparentemente un lavoro a guadagno zero - sottolinea Carlotta Fiesoli - perché una casa resisteva a lungo prima e a un prezzo più alto e di conseguenza l'agenzia lavora meno e incassa una percentuale più alta».

I suoi interventi partono dall'eliminazione del superfluo: «Prima di essere vendute le case devono essere spersonalizzate - racconta - così io faccio tre scatoloni: uno con le cose da buttare, uno con quelle da tenere e uno con quelle da dare in beneficenza». Poi si passa alla pulizia approfondita dell'appartamento e alla riparazione. «Ci sono piccoli accorgimenti a cui nessuno pensa ma che sono invece molto importanti. Per esempio, faccio sempre oliare i meccanismi delle porte: i potenziali clienti possono costruirsi incon-

sciamente un giudizio negativo sull'immobile anche basandosi su piccoli dettagli». Infine, l'allestimento: «Uso sempre il materiale a disposizione nella casa - spiega la stager -, ma mi è capitato anche di portare attrezzature di mia proprietà, come lampade, tessuti, cuscini che presto ai proprietari fino alla vendita». Più difficile, invece, noleggiare l'arredo e i complementi: «Le ditte che offrono questo servizio chiedono in 30% del valore dei mobili, una spesa troppo elevata», commenta.

In Italia le agenzie immobiliari con vetrina su strada sono (dati 2009) oltre 36mila e gli agenti abilitati oltre 73mila. «In questa

CON METODO

Dopo il corso ha cambiato le sorti di una decina di «casi disperati»: si comincia a buttare il superfluo, poi si oliano persino le porte

giungla - sottolinea Carlotta Fiesoli - è importante distinguersi. Noi abbiamo deciso di farlo offrendo un servizio aggiuntivo». L'esperienza dell'agenzia Fiesoli dimostra che l'home staging funziona anche in caso di locazioni: «Se i proprietari accettassero di spendere qualche soldo prima di affittare un appartamento potrebbero alzare il prezzo del canone del 25 per cento. Basterebbe rimodernare la cucina e fare piccoli interventi in bagno, per esempio, perché sono gli ambienti più importanti per chi cerca una casa in affitto». Senza contare che, nel caso della locazione, ogni mese di mancato affitto è un mese di guadagno perso. «Invece di tenere sul mercato un appartamento per sei mesi, che significa perdere sei mesi di affitto - afferma la stager - basterebbe investire l'equivalente di un mese di canone per affittarlo nel giro di poche settimane».

Target alto. Anche chi non ha intenzione di cedere o affittare un appartamento utilizza i servizi dello shopper personalizzato

Alla ricerca dell'oggetto su misura

Anche le case che non sono in vendita possono aver bisogno di un ritocchino. E se il proprietario vuole cambiare il salotto ma non ha "occhio" per il design o non ha tempo di visitare gli showroom, ci pensa l'home shopper. Il suo è principalmente un lavoro di interpretazione e di mediazione: «Da un lato - racconta Gian Paolo Guerra, che cinque anni fa ha portato in Italia questo mestiere - bisogna capire cosa serve al cliente, dall'altro bisogna trovare un compromesso tra i suoi desideri e la struttura dell'immobile. E non è sempre facile convincere il proprietario di una casa costrui-

ta negli anni 70 e quindi con i soffitti alti meno di tre metri a rinunciare al lampadario di cristallo». L'home shopper è un consulente d'arredo che passa le sue giornate tra antiquari, mercatini e showroom in cerca del "pezzo" che faccia al caso suo. Quando lo trova, lo propone al cliente e si occupa personalmente dell'acquisto. **NON SOLO MERCATINI** Di solito vengono richiesti dai committenti arredi e complementi di antiquariato talmente particolari da cambiare l'interior design

«A volte - racconta Guerra - il lavoro consiste nel valorizzare il mobilio già esistente, cercando complementi che ne esaltino lo stile. Altre volte, invece, il cliente si affida all'home shopper per la scelta e l'acquisto di tutto l'arredo». Ma cosa chiedono (e chi sono) i clienti di un home shopper? «Mi chiedono spesso di trovare oggetti insoliti e mobilio raro, insomma cose alle quali la gente comune difficilmente pensa. Si tratta di una clientela medio-alta a cui interessa personalizzare la propria abitazione, mescolare gli stili con armonia per non farla sembrare un catalogo di arredamento».

La ricerca dell'oggetto perfetto può durare intere settimane, passate a girare nei negozi senza sosta. «Ma quando trovi il pezzo giusto te ne accorgi subito - racconta Guerra, che ha studiato interior design allo Ied - ti colpisce al primo sguardo e ti sembra fatto appositamente per la casa del tuo cliente». Il professionista dell'home shopping, a metà strada tra l'art buyer e il personal shopper, è richiesto anche negli alberghi: qui si occupa della campionatura delle stanze, ossia di realizzare una stanza prototipo, e dopo l'ok del committente provvede a reperire i pezzi necessari per tutte le

camere. Mentre per gli interior designer esiste un tariffario nazionale redatto dall'Aipi (l'associazione italiana progettisti d'interni), il compenso dell'home shopper dipende dal lavoro richiesto. Per una consulenza molto semplice il costo parte dai 400 euro e sale in base alla complessità del lavoro e al budget del cliente (si può arrivare a 5mila euro per i lavori più complessi). In genere il guadagno non è calcolato in percentuale sul prezzo degli arredi trovati dall'home shopper. Il professionista, una volta esaminata l'abitazione, propone al cliente un progetto di arredo e un preventivo di spesa. Se questo viene approvato si parte con la ricerca dei mobili e dei complementi, sempre con un occhio al budget.

Espressione di stile.



FONDO CHIAROSA
GENERALI
Immobiliare Italia
SCB

sfoglia la brochure

www.corsica7.it

SIGEST
SOLUZIONI IMMOBILIARI

Viale Tunisia 41, 20124 Milano - Tel. 02.62.41.91 - Fax 02.65.72.241 - info@sigest.it - www.sigest.it

I MUTUI DELLA SETTIMANA

Profilo. Impiegato 35 anni, durata mutuo 30 anni. Importo mutuo € 100.000, valore immobile € 200.000.

Tasso variabile (%)

2,16
Migliore

2,43
Medio

378 €
rata mensile

Tasso fisso (%)

4,59
Migliore

5,10
Medio

512 €
rata mensile

543 €
rata mensile

Fonte: MutuiOnline

IL TREND DEL RESIDENZIALE

Cucina
Nelle nuove case spesso è nel soggiorno

Studio
Ambiente per cui la versatilità è d'obbligo

Servizi
Sempre più attrezzati come una vera spa

