

L'allestimento a misura dell'acquirente ottimizza del 76% i tempi di vendita e dà valore agli immobili

A ROMA VINCE L'HOME STAGING

Mari Team Immobiliare: prezzi +8,5% sulla media

DI ENRICO SBANDI

Vendere una casa velocizzando i tempi del 76%: è il risultato che si arriva ad ottenere grazie all'home staging, la preparazione dell'immobile da vendere o da affittare con un allestimento a misura di acquirente. Che si tratti della carta vincente per ridurre i tempi di vendita e aumentare gli incassi, è dimostrato dalle case study presentate da specialisti del settore nella capitale, concludendo in 45 giorni la vendita di un appartamento ristrutturato nel quartiere Prati e addirittura in due sole settimane un piccolo appartamento in periferia, entrambi al prezzo pieno richiesto. Ma la tendenza è più radicata: gli immobili appositamente preparati per la vendita hanno registrato una permanenza media sul mercato di soli 40 giorni, contro i 171 giorni degli immobili senza home staging. «La riduzione conseguita dei tempi di vendita è del 76% - commenta Sanja Radovanovic, direttore creativo e co-founder di Mari Team Immobiliare -. La realizzazione del prezzo pieno di vendita è l'indicatore chiave

del successo di questa tecnica, se si considera che lo sconto medio nazionale è dell'8,5%, ciò significa che abbiamo venduto ad un + 8,5% rispetto alla media nazionale».

Succede a Roma, città con un mercato immobiliare davvero vivace. È caput mundi anche nel mattone, in realtà, in Italia, seconda solo alla superstar Milano. La provincia di Roma, in base ai dati 2023 raccolti dall'Agenzia delle Entrate, è il fulcro delle compravendite, con 52.789 transazioni, rappresentando il 77,7% del totale regionale e la Capitale, in prospettiva del Giubileo, ha registrato 34.342 transazioni, pari al 65,1% del totale provinciale, quota che a livello regionale pesa per il 50,5% di tutte le transazioni immobiliari del Lazio. Va precisato che il mercato immobiliare del Lazio lo scorso anno ha rallentato, con -12,5% rispetto all'anno precedente, ma quest'anno è in ripresa, con dati positivi nel primo semestre.

A livello nazionale, Roma, con 34.342 transazioni nel 2023 e quotazione media di 2.760 €/m², si posiziona come uno dei



Sanja Radovanovic
Mari Team Immobiliare

mercati immobiliari più significativi. È al secondo posto dopo Milano in termini di fatturato (dove la quotazione media è di 4.716 €/m²), e al primo posto in termini di volume di compravendite (Milano ha registrato 24.832 transazioni nel 2023). Per quanto riguarda le caratteristiche della domanda, nella prime due frazioni di quest'anno si registra un aumento del 25% nelle richieste per immobili con terrazzo o giardino e del 30% per appartamenti già ristrutturati. Le soluzioni più richieste hanno spazi dedicati allo smart working è cresciuta del 15%, cresce l'attenzione verso l'efficienza energetica e la sostenibilità degli edifici (+20%). Sono cambiamenti che riflettono nuove priorità, che derivano dalle recenti esperienze come la pandemia e dalla crescente consapevolezza ambientale.

«Il mercato immobiliare romano dimostra una notevole resilienza. - commenta Gianluca Mari, ceo di Mari Team Immobiliare, che offre la sua visione sul futuro del mercato - Dopo il calo del 2023, vediamo forti segnali di ripresa nel 2024. C'è un interesse costante per immobili di qualità, soprattutto se offrono spazi esterni o sono energeticamente efficienti. L'home staging si conferma uno strumento fondamentale per ottimizzare i tempi di vendita e massimizzare il valore degli immobili. La posizione di Roma come secondo mercato immobiliare in Italia non è solo un dato statistico, ma una conferma del potenziale di innovazione e adattamento del settore nella Capitale. Ci aspettiamo che questa tendenza continui, con un focus crescente su tecnologia, sostenibilità e qualità della vita urbana». (riproduzione riservata)

Bobo Vieri in Grimaldi Franchising

Grimaldi Franchising, una delle principali reti di consulenza immobiliare in Italia con oltre quarant'anni di storia, si appresta a chiudere il 2024 con diverse novità: nuova governance, un logo aggiornato, un piano strategico ambizioso e l'ingresso di Christian «Bobo» Vieri come socio e brand ambassador. L'ex calciatore ha infatti acquisito il 5% del capitale, rilevato da Esperia Investor, holding che investe in società tecnologiche del settore real estate e dei servizi finanziari, come Monety (mediazione creditizia), Recrowd (piattaforma di crowdfunding immobiliare), Voxel Building Solutions (riqualificazioni ed energie rinnovabili) e G Rent (proptech per l'hospitality di lusso e corporate).

Esperia, che ad aprile era salita al 90% di Grimaldi Franchising, ha ora ridotto la propria quota all'85%, mentre il restante 10% rimane di proprietà di Racco Group. Grazie alle sinergie con una holding ad alto tasso di innovazione come Esperia nasce quindi la svolta «phygital» di Grimaldi, presentata nei giorni scorsi allo stadio San Siro di Milano, dove si è tenuta la convention con 500 affiliati. La società vuole porsi come evoluzione dal tradizionale franchising immobiliare a una vera e propria infrastruttura digitale - con chatbot, strumenti basati sull'intelligenza artificiale, tool per la gestione dei social e il digital marketing -, pronta a soddisfare le nuove esigenze di clienti e partner, al servizio della vasta rete di agenzie distribuita su tutto il territorio italiano. Rete che il piano strategico presentato da Grimaldi punta a consolidare: entro il 2027 le agenzie saliranno a 225 dalle 180 odierne (più 25%), mentre i consulenti partner passeranno da 700 a 1.100 (più 60%). Inoltre, il nuovo corso di Grimaldi vedrà la compresenza del franchising e della storica divisione agency, la cui missione sarà agire in prima persona sul mercato, supervisionando cantieri e frazionamenti, promuovendo e gestendo immobili di lusso e avendo un proprio portafoglio. (riproduzione riservata)

Reos: agenti immobiliari vincenti con Big Data e Ai

Oggi, l'agente immobiliare di successo non è più solo un esperto del mercato locale, ma un vero e proprio analista di dati, capace di sfruttare un'enorme mole di informazioni per offrire un servizio sempre più personalizzato ed efficiente.

I Big Data stanno trasformando ogni fase del processo di compravendita immobiliare: dalla valutazione degli immobili alla ricerca dei potenziali acquirenti, dall'analisi delle tendenze di mercato alla previsione dei futuri hot spot immobiliari. «Gli agenti che sapranno cavalcare quest'onda tecnologica si troveranno in una posizione di vantaggio, capaci di offrire insights preziosi e di guidare i propri clienti attraverso decisioni informate e strategiche» dice Massimiliano Pochetti, Ceo di Reos.

La qualità dei dati a disposizione è fondamentale per il successo di qualsiasi sistema di intelligenza artificiale e data analytics. Dati accurati, completi e pertinenti sono il carburante che alimenta algoritmi e modelli di machine learning performanti. Senza di essi, anche l'architettura IA più sofisticata produrrà risultati inaffidabili o fuorvianti.

Attraverso questi dati, infatti, si può analizzare tendenze di mercato a lungo termine, identificare aree emergenti prima che diventino «hot spots», prevedere fluttuazioni dei prezzi con maggiore accuratezza

«Queste capacità «predittive» per-

mettono agli agenti di fornire consigli strategici ai loro clienti, sia per gli investimenti a lungo termine che per le decisioni di acquisto o vendita a breve termine - spiega Pochetti -. Quasi tutti i «valutatori online» disponibili oggi sul mercato, si limitano a «raccolgere» le informazioni online e ad offrire «medie ponderate» nella migliore delle ipotesi. Basti pensare che oltre il 60% di questi dati, pubblicati su portali immobiliari e siti web, non sono utili a creare un dato strutturato e quindi utilizzabile».

Alcuni, invece, operano applicando coefficienti di merito/demerito partendo dall'€/mq di zona proposto semestralmente dall'Omi. L'esperto spiega che nel primo caso, va da sé che i risultati o le informazioni proposte non sono credibili e affidabili. Nel secondo caso, siamo di fronte ad un sistema valutativo ormai obsoleto che non rispecchia, specie nei grandi mercati, il valore degli immobili analizzati.

A tutto questo poi va aggiunto che qualsiasi valutazione/analisi che non sia supportata da dati e procedure verificabili, non ha alcun valore oggettivo e resta un'opinione.

Durante la pandemia, l'Agenzia delle Entrate ha lanciato una piattaforma online per la trasparenza immobiliare, consentendo l'accesso gratuito ai valori delle compravendite e permettendo così di consultare i prezzi al metro quadro in ciascuna zona. Ci sono però criticità

che ne limitano l'efficacia. Per esempio, la mancanza di collegamenti precisi tra i prezzi e le posizioni sulla mappa ostacola una visione chiara del mercato immobiliare. Inoltre, i valori dichiarati possono risultare errati.

«Date queste limitazioni, diventa fondamentale l'uso di strumenti avanzati che sfruttano le potenzialità dell'intelligenza artificiale e dei big data, come quelli offerti da euromq.it - dice Pochetti -. Questa piattaforma non solo fornisce una visione più chiara e dettagliata del mercato, ma elabora i dati, corregge eventuali errori e offre informazioni più accurate. Ciò consente ai professionisti di prendere decisioni più informate e strategiche».

L'esperto sottolinea che nell'era dei Big Data, gli agenti immobiliari devono sviluppare nuove competenze per prosperare. Devono quindi pensare all'alfabetizzazione dei dati, vale a dire saper interpretare e utilizzare efficacemente i dati. Occorre che sviluppino un pensiero analitico, ossia la capacità di estrarre conclusioni significative da grandi set di dati e infine devono mostrare abilità nel presentare insights basati sui dati in modo chiaro e comprensibile ai clienti (comunicazione dei dati).

In questo è euromq con i suoi servizi di aiuto. «Il nostro obiettivo è accompagnare l'agente immobiliare del futuro nell'utilizzo dei dati per offrire un servizio superiore, senza mai perdere di vista il tocco umano, che rimane essenziale in un settore basato sulla fiducia e sulle relazioni personali» conclude Pochetti. (riproduzione riservata)



Massimiliano Pochetti
Ceo di Reos