



INDICE ▾

BLOG ▾

AGENDA

ABBONAMENTI



Highlight

L'home staging abbatte del 76% i tempi di vendita nel mercato romano

Di: Redazione

Data: 7 Maggio 2025



Share post:



Facebook



Twitter



Pinterest



WhatsApp



LinkedIn



E-mail



Copy URL

L'home staging non è decorazione d'interni ma marketing immobiliare che trasforma gli spazi in opportunità di vendita rapida. I dati del **report Eahsp 2025** (European association of home staging professionals) confermano l'efficacia dell'home staging come strategia vincente per il mercato immobiliare italiano.

Mentre il tempo medio di vendita degli immobili in Italia si attesta a **171 giorni** nei primi tre trimestri del 2024, le



proprietà preparate con tecniche professionali di home staging vengono vendute in **40 giorni in media** nell'area metropolitana di Roma, dove il mercato presenta sfide particolari e tempi di vendita tradizionalmente più lunghi. Questo dato, registrato da **Mari team immobiliare**, evidenzia una riduzione del **76%** dei tempi di commercializzazione rispetto alla media nazionale.

Il report, che ha coinvolto gli associati italiani dell'Eahsp, evidenzia come **l'home staging non sia più una pratica di nicchia ma una necessità strategica** in un mercato competitivo, soprattutto in un periodo in cui i volumi di compravendita nelle principali città italiane mostrano un andamento eterogeneo, con aumenti significativi a **Torino (+9,6%)** e lievi a **Roma (+1,1%)**, mentre **Milano registra un calo del 4,8%**.

"I numeri dimostrano chiaramente che l'home staging non è un costo ma un investimento con un ritorno concreto," afferma **Sanja Radovanovic, direttore creativo e co-founder di Mari team immobiliare e presidente di Eahsp**. "Al di là della riduzione drastica dei tempi di vendita, osserviamo anche un impatto significativo sul valore percepito dell'immobile. Gli immobili preparati con tecniche professionali di home staging registrano uno sconto medio in fase di trattativa di solo il 3%, rispetto al 7,8% di quelli non preparati, preservando così il valore della proprietà. Siamo particolarmente orgogliosi dei risultati che otteniamo a Roma, dove riusciamo a vendere in 40 giorni anche immobili che presentano sfide specifiche del mercato locale."

L'analisi mostra differenze in base alla tipologia di immobile. Gli interventi di home staging vengono richiesti principalmente per **immobili vuoti (52%)**, mentre il **30%** riguarda proprietà **parzialmente arredate**. Inoltre, le richieste risultano equamente distribuite tra le diverse fasce di prezzo: **31%** per immobili fra i 100 e i 200.000€, **31%** per quelli tra 201.000 e 300.000€, **28%** nella fascia 301.000-500.000€ e il restante **10%** per immobili oltre i 500.000€.

Particolarmente significativo è il dato relativo agli **immobili precedentemente invenduti**: quelli rimasti in media **206 giorni sul mercato senza successo**, dopo l'intervento di home staging sono stati venduti in **24,5 giorni in media** a livello nazionale, dato che nel mercato romano si attesta sui **40 giorni** a causa delle peculiarità del territorio. Il **41% dei proprietari di immobili difficili da vendere** ha visto concretizzarsi la vendita in **29-40 giorni**, mentre il **31,9% ha trovato un acquirente in appena 8-14 giorni**.

Il report evidenzia che a livello nazionale gli **immobili messi sul mercato per la prima volta** e preparati con home staging vengono venduti in una media di **29,4 giorni**, con punte di eccellenza in alcune aree metropolitane, e conferma l'efficacia dell'home staging anche nel **mercato delle locazioni**, dove gli immobili preparati si affittano mediamente in **6 giorni**, generalmente senza necessità di sconti sul canone richiesto.

5 consigli utili per vendere casa con l'home staging

Radovanovic, direttore creativo e co-founder di **Mari team immobiliare**, l'unica agenzia immobiliare a includere l'home staging per ogni immobile in vendita **senza alcun costo aggiuntivo per il venditore**, suggerisce **cinque strategie chiave** che emergono dal **report 2025** e che possono essere facilmente applicate da chiunque:

1. Investi sui primi 90 secondi

"Il primo impatto è cruciale e spesso determina l'intero esito della visita," spiega Radovanovic. "Nel nostro lavoro quotidiano vediamo come **un ingresso ben curato, un soggiorno luminoso e una cucina organizzata possano cambiare completamente la percezione dell'immobile**. Non a caso, il **75% dei potenziali acquirenti decide nei primi 90 secondi** se l'immobile merita il loro interesse. Concentrare gli interventi più significativi su queste aree permette di ottimizzare il budget."

2. Adatta la strategia alla tipologia di immobile

La preparazione deve essere **calibrata in base alle caratteristiche specifiche dell'immobile** e al target degli acquirenti. "Per gli **appartamenti di piccole dimensioni (sotto i 75 mq)** è fondamentale puntare

Clara d'Orlando nuova head of public affairs del Gruppo Data4

Data4, provider e investitore leader europeo nel settore dei data center da quasi 20 anni, ha nominato Clara d'Orlando head...

Partnership iad – Switcho per le utenze nel cambio casa

iad ha stretto una la partnership con Switcho, piattaforma 100% digitale e gratuita che permette alle persone di risparmiare sulle spese....

OFFICE OBSERVER



→ Leggi gli ultimi articoli pubblicati da

OFFICE OBSERVER

blog indipendente di riferimento del mondo ufficio e contract

Presentazione d'Autore, Dario Buratti: Il Codice del Creatore

Libro della Settimana selezionato da Office Observer | Danilo Premoli Dario Buratti Il Codice del Creatore Independently published, 2025 Isbn [...]

Settore Immobiliare: protagonisti a confronto. Primo incontro 14 maggio 2025

"Settore Immobiliare: protagonisti a confronto" è il titolo del ciclo di incontri promosso da Mirage e ideato da Marisa Corso [...]

Ultimi articoli



Primark apre al centro commerciale Gli Orsi di Biella



Johnson Controls celebra 140 anni di innovazione



Kiron elegge il nuovo cda, Oscar Cosentini nominato presidente



Mvp accoglie a Como investitori internazionali in cerca di proprietà



sull'ottimizzazione degli spazi e sulla multifunzionalità degli arredi", sottolinea Radovanovic. "Negli immobili di fascia alta, invece, è più importante focalizzarsi su ambienti che raccontino uno stile di vita aspirazionale, puntando su dettagli di qualità che facciano percepire il valore della proprietà".

3. Massimizza la luce naturale

I dati dimostrano che gli immobili che sfruttano al meglio la luce naturale vengono percepiti come il 30% più spaziosi. "Rimuovere tende pesanti, utilizzare specchi strategicamente posizionati e optare per colori che riflettono la luce sono interventi a basso costo ma ad alto impatto", commenta Radovanovic. "Abbiamo visto immobili trasformarsi completamente solo grazie a un uso più efficace della luce disponibile".

4. Scegli la neutralità per allargare il target

"L'home staging non è decorazione d'interni, ma marketing immobiliare", precisa Radovanovic.

"L'obiettivo non è esprimere il proprio gusto personale, ma rendere l'immobile attraente per il maggior numero possibile di potenziali acquirenti. La neutralità stilistica, abbinata a tocchi di calore che rendano l'ambiente accogliente, permette ai visitatori di proiettarsi più facilmente nell'immobile, accelerando il processo decisionale".

5. Spersonalizza gli ambienti con un efficace decluttering

"Un passaggio fondamentale nell'home staging è la rimozione del superfluo", spiega Radovanovic.

"Soprammobili, oggetti personali e elementi quotidiani che non valorizzano l'ambiente raccontano troppo del proprietario e impediscono al potenziale acquirente di immedesimarsi nel vivere in quegli spazi. Un ambiente neutro ma accogliente permette ai visitatori di proiettare la propria vita futura nell'immobile, facilitando enormemente la decisione d'acquisto".

TAGS

agenzie immobiliari

European association of home staging professionals

home staging

Mari Team Immobiliare

Articolo precedente

Come diventare l'agente immobiliare consigliato dall'AI (prima degli altri)

Articolo successivo

Il travel innovation hub di MonteRosa91 protagonista di un libro sul brand reloading

**Redazione**

LASCIA UN COMMENTO

Commento:

Nome:*

Email:*

Sito Web:

☐ Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento.



L'ECO DELLA STAMPA®
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE