



GUIDA
PRATICA

VENDERE CASA A MILANO CON SUCCESSO

Come valorizzare e vendere anche gli
immobili "fuori mercato"



giovanni pozzi

Il Mercato Immobiliare di Milano - Realtà vs Aspettative

Il mercato immobiliare milanese è tra i più vivaci d'Italia, con una domanda elevata e prezzi generalmente sostenuti. Ma c'è un dato che molti venditori ignorano: oltre il 65% degli immobili in vendita non corrisponde esattamente a ciò che gli acquirenti cercano. Questo divario tra domanda e offerta è la principale causa di vendite prolungate, ribassi continui e frustrazione. "Uno studio del 2024 ha rilevato che oltre il 26% delle case messe in vendita a Milano viene acquistato entro le prime due settimane. Ma questo dato nasconde una verità scomoda: si tratta quasi esclusivamente di immobili che rispecchiano perfettamente le richieste del mercato."

Oggi a Milano, gli acquirenti cercano prevalentemente:

- Trilocali tra i 60 e gli 85 mq (45% delle ricerche)
- Posizione a massimo 10 minuti a piedi dalla metropolitana (78%)
- Immobili ristrutturati o di recente costruzione (65%)
- Presenza di balcone o terrazzo (82%)
- Classe energetica elevata (55%)
- Box o posto auto (40%)

Ma la realtà dell'offerta è ben diversa.

Solo il 25% degli immobili soddisfa contemporaneamente i requisiti fondamentali di metratura, servizi e posizione. Il 60% richiede ristrutturazioni, il 70% ha classe energetica inferiore alla D, e il 45% non dispone di spazi esterni significativi.

Cosa significa questo per chi deve vendere? Se il vostro immobile non rientra nei parametri "ideali", non è una questione di "se" riuscirete a venderlo, ma di "come" e a quale prezzo. Gli immobili "fuori mercato" – quelli che non soddisfano le caratteristiche più richieste – richiedono strategie di vendita completamente diverse.

La buona notizia è che **esiste un acquirente per ogni immobile**, ma trovarlo richiede un approccio mirato, onestà nella valutazione e una strategia differenziata. Un monolocale in una zona periferica, un appartamento senza ascensore all'ultimo piano, o un immobile con disposizione irregolare degli spazi non attirerà mai le masse di potenziali acquirenti, ma potrà trovare il suo "amatore" se presentato con la giusta strategia.

"La verità che molte agenzie non vi diranno: è meglio vendere rapidamente a un prezzo realistico che tenere l'immobile sul mercato per mesi o anni, inseguendo un valore teorico che il mercato non riconosce."

Le zone di Milano e dell'hinterland non sono tutte uguali. Alcune aree periferiche o comuni limitrofi, pur avendo prezzi più contenuti, registrano tempi di vendita più lunghi a causa della minore domanda. Anticipare questa realtà e adeguare le aspettative fin dall'inizio fa risparmiare tempo, denaro e stress.

Molti venditori, soprattutto coloro che hanno ricevuto l'immobile in eredità, faticano ad accettare che il valore percepito della casa possa essere diverso da quello reale di mercato.

Considerando che hanno già beneficiato di una rivalutazione (essendo subentrati a costo zero o ridotto), realizzare anche solo l'80% del valore teorico, ma in tempi rapidi, rappresenta comunque un ottimo risultato.

Il primo passo verso una vendita di successo è quindi accettare la realtà del mercato, comprendere in quale fascia si colloca il vostro immobile e pianificare di conseguenza.

Il Valore Reale vs il Prezzo Desiderato

Determinare il prezzo corretto è probabilmente la decisione più importante dell'intero processo di vendita, soprattutto per immobili con caratteristiche "fuori mercato". L'errore più comune dei proprietari? Lasciarsi guidare dall'attaccamento emotivo, dal confronto con annunci simili (non con vendite effettive) o dalle promesse irrealistiche di alcune agenzie.

La verità sul mercato milanese:

- Il 70% degli immobili viene venduto a un prezzo inferiore rispetto alla richiesta iniziale
- Lo sconto medio tra prezzo richiesto e prezzo di vendita è dell'8-12%
- Gli immobili con caratteristiche non allineate alla domanda dominante subiscono sconti medi del 15-20%
- Ogni mese aggiuntivo sul mercato comporta un calo del valore percepito del 1-2%

"Un immobile sovrastimato è condannato a restare invenduto: dopo 3-4 mesi senza offerte concrete, diventa 'bruciato' agli occhi del mercato. Anche riducendo il prezzo successivamente, gli acquirenti si chiederanno cosa non va in quella casa rimasta invenduta così a lungo."

Purtroppo, molte agenzie per accaparrarsi l'incarico promettono valutazioni irrealistiche, per poi iniziare una lenta ma inesorabile strategia al ribasso. Questo approccio è devastante per il venditore: comporta mesi di attesa, costi continui (rate del mutuo, spese condominiali, IMU), stress emotivo e, alla fine, un prezzo di vendita comunque ribassato ma con l'aggravante di un immobile "datato" sul mercato.

La strategia vincente è l'onestà fin dall'inizio. Se il vostro appartamento presenta caratteristiche difficili da vendere (piano alto senza ascensore, affaccio su strada trafficata, metratura ridotta, layout poco funzionale, ecc.), è fondamentale riconoscerlo e posizionare il prezzo leggermente sotto il mercato. Questo approccio genera più visite, potenzialmente più offerte e compensa le caratteristiche meno appetibili.

Un esempio concreto: un bilocale di 55mq in una zona semicentrale, al quinto piano senza ascensore, potrebbe teoricamente valere 220.000€ secondo le medie di zona. Ma posizionarlo a 199.000€ fin dall'inizio attirerebbe molti più potenziali acquirenti, disposti ad accettare la scomodità delle scale in cambio del risparmio. È molto più probabile ottenere 195.000€ in tempi rapidi con questa strategia, piuttosto che riuscire a vendere a 210.000€ dopo molti mesi e diversi ribassi.

Per gli immobili ricevuti in successione, questo approccio è particolarmente vantaggioso: avendo già beneficiato di una rivalutazione "gratuita", vendere rapidamente a un prezzo leggermente inferiore rappresenta comunque un eccellente affare, soprattutto considerando i costi di mantenimento evitati.

Come determinare il giusto prezzo per un immobile "fuori mercato":

1. Inizia con una valutazione basata sui parametri di zona (€/mq)
2. Applica una riduzione realistica per ogni elemento non allineato alla domanda (5-8% per assenza di ascensore, 3-5% per esposizione sfavorevole, ecc.)
3. Confronta il risultato con vendite effettive recenti di immobili simili (non con gli annunci)
4. Posizionati leggermente sotto questo valore per creare interesse e generare visite

Ricorda: il tempo è denaro. Ogni mese di costi fissi per un immobile invenduto rappresenta una perdita netta. Vendere rapidamente a un prezzo realistico è quasi sempre più vantaggioso che inseguire per mesi un prezzo teorico mai realizzato.

3

Trasformare gli Svantaggi in Vantaggi (La Magia dell'Home Staging)

Per gli immobili "fuori mercato", la preparazione è ancora più cruciale che per quelli standard. L'obiettivo è neutralizzare le caratteristiche negative e far emergere quelle positive, intervenendo laddove possibile sugli elementi che allontanano i potenziali acquirenti.



I dati parlano chiaro: gli immobili preparati con tecniche di home staging vengono venduti mediamente in 46 giorni, contro i 7,5 mesi della media nazionale, e il 97% di essi trova acquirente con uno sconto medio inferiore al 5% sul prezzo richiesto. Questo vantaggio diventa ancora più evidente per immobili con elementi "difficili".

Per gli immobili con caratteristiche non allineate al mercato, è necessario un approccio strategico: Ristrutturazione mirata o "cosmesi immobiliare"? Un immobile datato e non ristrutturato rappresenta una delle maggiori difficoltà di vendita (il 65% degli acquirenti cerca case già pronte). Si presentano due opzioni:

1. Ristrutturazione completa pre-vendita: Investimento iniziale significativo (30.000-60.000€), ma con potenziale ritorno del 130-150% dell'investimento e drastica riduzione dei tempi di vendita. Ideale per immobili in zone molto richieste.
2. "Cosmesi immobiliare": Per chi non può o non vuole investire in una ristrutturazione completa, interventi mirati a basso costo possono fare una grande differenza:
 - Pittura completa in colori neutri e chiari (2.000-3.000€)
 - Sostituzione di elementi visibilmente datati (porte interne, maniglie, punti luce)
 - Rimozione di mobili vecchi o ingombranti
 - Pulizia profonda e decluttering radicale

"Il cervello umano decide nei primi 90 secondi se un immobile può essere 'casa'. L'impatto visivo iniziale è determinante, soprattutto per compensare elementi strutturali non modificabili."

Compensare gli elementi negativi non modificabili:

- Per un piano alto senza ascensore: enfatizzare silenziosità, vista, assenza di insetti, bollette più basse. Sottolineare i benefici "fitness" delle scale.
- Per una metratura ridotta: massimizzare la percezione di spazio con specchi, illuminazione appropriata, mobili proporzionati. Un monolocale ben organizzato può sembrare più grande di un bilocale mal arredato.
- Per una zona periferica: evidenziare i collegamenti specifici, tempi di percorrenza verso il centro, servizi locali sottovalutati, tranquillità e qualità dell'aria.
- Per un layout non convenzionale: mostrare soluzioni d'arredo che trasformano le "stranezze" in carattere distintivo.

Per immobili particolarmente difficili, valutare l'investimento in servizi di home staging professionale (1.500-3.000€) può fare una differenza sostanziale. Gli home stager professionisti sanno esattamente come valorizzare ogni tipo di spazio e mascherare i difetti strutturali.

Il caso estremo: vendere "a grezzo" o come "potenziale"

Per immobili estremamente datati o deteriorati, una strategia può essere quella di rivolgersi direttamente a un pubblico di investitori/sviluppatori:

- Eliminare tutto il possibile (anche porte interne, sanitari vetusti)
- Presentarlo come una "tela bianca" pronta per essere personalizzata
- Preparare ipotesi progettuali con rendering per mostrare il potenziale
- Allineare il prezzo al valore dello stato attuale, non del potenziale futuro

Ricorda che il costo della preparazione è sempre inferiore al primo ribasso di prezzo che sarai costretto a fare dopo mesi di mercato senza risultati. Investire in presentazione e home staging non è un optional per immobili "difficili", ma una necessità strategica con ritorno certo.

4

Marketing Mirato per Immobili "Fuori Mercato"

Gli immobili con caratteristiche non allineate alla domanda dominante richiedono strategie di marketing differenziate. L'approccio "taglia unica" è destinato al fallimento: non serve raggiungere migliaia di potenziali acquirenti generici, ma identificare e colpire precisamente le nicchie di mercato che potrebbero essere interessate a quel tipo specifico di immobile.



Marketing differenziato per tipologia di immobile
"difficile":

1. Per immobili in zone periferiche:

- Focalizzarsi su acquirenti che lavorano nella zona
- Evidenziare il rapporto qualità/prezzo rispetto a zone più centrali
- Targeting su pendolari dalla provincia che cercano di avvicinarsi
- Sottolineare servizi specifici del quartiere spesso sottovalutati

2. Per metrature ridotte:

- Marketing rivolto a studenti e giovani professionisti
- Focus su investitori per affitto a studenti/lavoratori
- Evidenziare la praticità della gestione e manutenzione
- Sottolineare il rendimento potenziale (più alto per piccoli tagli)

3. Per piani alti senza ascensore:

- Target su giovani e sportivi
- Sottolineare i vantaggi: più luce, meno rumore, nessun vicino sopra
- Evidenziare il risparmio significativo rispetto a immobili simili con ascensore

4. Per immobili datati da ristrutturare:

- Marketing rivolto a progettisti, architetti, investitori
- Creazione di rendering con possibili soluzioni post-ristrutturazione
- Focus sulla libertà di personalizzazione
- Comparazione economica (costo attuale + ristrutturazione vs immobile già ristrutturato)

Marketing differenziato per tipologia di immobile "difficile":

1. Per immobili in zone periferiche:

- Focalizzarsi su acquirenti che lavorano nella zona
- Evidenziare il rapporto qualità/prezzo rispetto a zone più centrali
- Targeting su pendolari dalla provincia che cercano di avvicinarsi
- Sottolineare servizi specifici del quartiere spesso sottovalutati

2. Per metrature ridotte:

- Marketing rivolto a studenti e giovani professionisti
- Focus su investitori per affitto a studenti/lavoratori
- Evidenziare la praticità della gestione e manutenzione
- Sottolineare il rendimento potenziale (più alto per piccoli tagli)

3. Per piani alti senza ascensore:

- Target su giovani e sportivi
- Sottolineare i vantaggi: più luce, meno rumore, nessun vicino sopra
- Evidenziare il risparmio significativo rispetto a immobili simili con ascensore

4. Per immobili datati da ristrutturare:

- Marketing rivolto a progettisti, architetti, investitori
- Creazione di rendering con possibili soluzioni post-ristrutturazione
- Focus sulla libertà di personalizzazione
- Comparazione economica (costo attuale + ristrutturazione vs immobile già ristrutturato)

L'importanza delle fotografie professionali è amplificata per immobili con elementi critici. Non si tratta solo di mostrare l'immobile, ma di raccontare una storia che compensi gli svantaggi oggettivi. Uno studio del 2023 ha dimostrato che gli annunci con fotografie professionali ottengono il 61% di visualizzazioni in più rispetto a quelli con foto amatoriali.

Per immobili difficili, è essenziale investire in:

- Servizio fotografico professionale con tecnica HDR (150-300€)
- Virtual tour a 360° per aumentare la pre-selezione (200-400€)
- Video di presentazione professionale che valorizzi i punti di forza (300-600€)
-

"Un annuncio efficace per un immobile 'fuori mercato' non nasconde i difetti, ma li anticipa trasformandoli in caratteristiche distintive per il giusto acquirente."

La Gestione delle Visite e la Trattativa per Immobili "Fuori Mercato"

La gestione delle visite e delle trattative per immobili con caratteristiche non perfettamente allineate al mercato richiede un approccio specifico. L'obiettivo non è solo mostrare l'immobile, ma guidare l'acquirente a scoprirne il valore nascosto e le potenzialità che compensano gli elementi meno attrattivi.



Preparazione psicologica alle visite: A differenza degli immobili "perfetti", che generano immediatamente entusiasmo, quelli con caratteristiche difficili richiedono un approccio più elaborato. È fondamentale essere preparati a:

- Un numero inferiore di richieste di visita
- Reazioni iniziali più tiepide da parte dei visitatori
- Domande più dirette e a volte critiche sugli elementi problematici
- Tempi di decisione potenzialmente più lunghi

"Non tutti gli immobili suscitano il colpo di fulmine. Alcuni richiedono un corteggiamento più elaborato, ma possono comunque conquistare l'acquirente giusto."



Tecniche di presentazione durante la visita:

1. Anticipare le obiezioni: menzionare voi stessi gli elementi critici prima che lo faccia l'acquirente, subito seguiti dai vantaggi compensativi. Ad esempio: "Sì, è vero che siamo al quinto piano senza ascensore, ma questo garantisce una vista incredibile e bollette più basse, oltre a un prezzo inferiore di circa 30.000€ rispetto ad appartamenti simili con ascensore".
2. Raccontare una storia: non limitarsi a mostrare i muri, ma raccontare come quegli spazi possono essere vissuti. Per un appartamento piccolo, ad esempio, descrivere come organizzare cene con amici nonostante lo spazio ridotto.
3. Dimostrare le potenzialità: per immobili da ristrutturare, avere a disposizione rendering, progetti preliminari o anche semplici schizzi che mostrino il potenziale trasformativo.
4. Focalizzarsi sui vantaggi esclusivi: ogni immobile, anche il più "difficile", ha vantaggi unici. Un piano alto senza ascensore offre più luce e meno rumore; un immobile datato permette personalizzazione totale; una posizione periferica garantisce spesso più verde e tranquillità.

La psicologia della trattativa per immobili difficili: Per gli immobili con caratteristiche non allineate al mercato, la trattativa richiede un approccio particolare.

Gli acquirenti sanno di avere un maggiore potere contrattuale e tenderanno a enfatizzare gli elementi negativi per ottenere ulteriori sconti.

Strategie efficaci includono:

- Partire con un prezzo già realistico che tenga conto degli elementi critici
- Avere pronti dati comparativi che giustificano il prezzo richiesto
- Mostrare apertura a piccole concessioni (es. includere alcuni arredi o elettrodomestici)
- Evidenziare che il prezzo tiene già conto degli elementi critici

La gestione delle offerte basse: Gli immobili "difficili" attraggono inevitabilmente offerte significativamente inferiori al prezzo richiesto. Come gestirle:

- Non offendersi o reagire emotivamente
- Chiedere all'acquirente di motivare l'offerta bassa (oltre agli elementi già considerati nel prezzo)
- Fare controproposte graduali che mostrino disponibilità ma fermezza
- Eventualmente accettare un piccolo ulteriore sconto in cambio di condizioni favorevoli (tempi rapidi, nessuna condizione sospensiva, etc.)

Gestire l'impazienza e tenere duro: Dopo settimane o mesi di mercato con poche visite, la tentazione di accettare offerte molto basse diventa forte. Tuttavia, se avete posizionato correttamente il prezzo fin dall'inizio, è importante mantenere la fiducia nella vostra strategia:

- Ogni immobile ha il suo acquirente ideale, a volte è solo questione di tempo
- Se il mercato non risponde dopo 60-90 giorni, è il momento di rivedere la strategia (non necessariamente il prezzo)
- Un riposizionamento con nuovo servizio fotografico e descrizione può avere l'effetto di un nuovo lancio.

La pazienza è fondamentale, ma deve essere sempre abbinata alla continua analisi dei riscontri ricevuti durante le visite per affinare la strategia di vendita.



Aspetti Legali e Documentali per Evitare Sorprese

Gli immobili con caratteristiche "difficili" presentano spesso complessità documentali e legali che, se non gestite adeguatamente, possono far fallire la vendita proprio nel momento in cui si è finalmente trovato un acquirente interessato. La preparazione anticipata di tutta la documentazione è ancora più importante per questi immobili, dove ogni intoppo può diventare un pretesto per l'acquirente per ritirarsi.



Criticità documentali frequenti negli immobili "fuori mercato":

- Difformità tra lo stato di fatto e le planimetrie catastali
- Assenza di alcune certificazioni (es. agibilità per immobili datati)
- Documenti condominiali che rivelano lavori straordinari imminenti
- Presenza di abusi edilizi minori mai sanati
- Problematiche energetiche (classe G) che limitano le possibilità di intervento
- Questioni di successione o proprietà non perfettamente definite

"Per gli immobili con elementi critici, la trasparenza documentale non è solo un obbligo legale, ma una strategia di vendita: elimina potenziali obiezioni dell'ultimo minuto."



Azioni preventive fondamentali:

1. Verifica completa dello stato documentale: prima ancora di mettere in vendita l'immobile, commissionate a un tecnico una verifica completa della conformità edilizia e catastale.
2. Sanare preventivamente piccole difformità: le piccole irregolarità (tramezzi spostati, finestre modificate) possono essere sanate con costi contenuti (1.000-3.000€) evitando che diventino motivo di forte ribasso o rinuncia all'acquisto.
3. Trasparenza sulle spese condominiali: preparate un prospetto dettagliato delle spese ordinarie e straordinarie degli ultimi anni e di quelle previste. Per immobili con spese condominiali elevate (criticità frequente), evidenziate cosa includono (es. riscaldamento centralizzato, portineria) trasformandole da svantaggio a servizio.
4. Certificazioni energetiche e impiantistiche: anche per immobili datati, avere certificazioni aggiornate e trasparenti sullo stato degli impianti (elettrico, idraulico, termico) rassicura l'acquirente e previene richieste di ulteriori sconti.
5. Per immobili ereditati: sistemate preventivamente tutte le questioni successorie, evitando sorprese durante la fase di stipula che potrebbero far saltare la vendita.

Strategie per gestire criticità insanabili: Alcune problematiche documentali potrebbero essere impossibili o troppo costose da sanare completamente. In questi casi:

- Preparate una "disclosure" scritta completa da condividere con gli acquirenti seriamente interessati
- Calcolate l'impatto economico del problema e riflettete nel prezzo
- Valutate di accantonare una parte del prezzo a garanzia, da liberare dopo un periodo concordato

L'importanza del team specializzato: Per immobili con complessità documentali, affidarsi a un team di professionisti con esperienza specifica nella risoluzione di problematiche immobiliari può fare la differenza:

- Agente immobiliare con esperienza in vendite "complesse"
- Geometra o architetto specializzato in sanatorie e regolarizzazioni
- Notaio con competenza in soluzioni creative per situazioni documentali complesse

Un approccio proattivo e trasparente alle questioni legali e documentali non solo previene il fallimento di trattative già avviate, ma spesso crea un clima di fiducia che favorisce l'acquisto anche in presenza di elementi critici.

La vostra vendita di successo con il supporto giusto

Vendere un immobile a Milano, soprattutto se presenta caratteristiche non perfettamente allineate alla domanda dominante, richiede una strategia specifica, realismo e professionalità. Come abbiamo visto, anche le case "difficili" possono essere vendute con successo, ma necessitano di:

- Valutazione realistica che tenga conto degli elementi critici
- Preparazione mirata che compensi le criticità non modificabili
- Marketing differenziato per raggiungere le nicchie di acquirenti potenzialmente interessati
- Gestione professionale delle visite e delle trattative
- Preparazione documentale anticipata e trasparente

La differenza tra una vendita frustrata, lunga e con continui ribassi e una vendita di successo in tempi ragionevoli sta proprio nella strategia iniziale e nell'approccio professionale.

Avete un immobile "fuori mercato" da vendere?

Che si tratti di un appartamento ereditato che necessita di ristrutturazione, di un immobile in zona periferica, di un piano alto senza ascensore o di qualsiasi altra situazione "non standard", posso aiutarvi a sviluppare la strategia più efficace per la vostra specifica situazione. La mia consulenza si basa su:

- Esperienza specifica con immobili "difficili" nel mercato milanese
- Valutazioni realistiche e oneste fin dal primo incontro
- Strategie di marketing mirate per ogni tipologia di immobile
- Network di professionisti specializzati (fotografi, home stager, tecnici)
- Database di acquirenti e agenzie immobiliari specializzate per ogni tipologia di immobili

Non lasciate che il vostro immobile diventi uno dei tanti che languono sui portali per mesi o anni.

Contattatemi ora info@giovannipozzi.com per una consulenza iniziale senza impegno.

Analizzeremo insieme le caratteristiche del vostro immobile, le potenzialità e le criticità, e svilupperemo una strategia su misura per venderlo alle migliori condizioni possibili nel contesto reale del mercato attuale.

**Ogni immobile ha il suo acquirente ideale.
Il mio lavoro è trovarlo per voi.**

Nota sull'Autore

Giovanni Pozzi è investitore immobiliare e property finder con sede a Milano.

Dopo oltre vent'anni di esperienza nel settore dell'arredamento e della valorizzazione immobiliare, ha deciso di dedicarsi alla consulenza e alla compravendita di immobili residenziali, con un focus su immobili da ristrutturare, ereditati, e operazioni di flipping immobiliare.

Giovanni aiuta i proprietari a massimizzare il valore dei propri immobili, con un approccio concreto, trasparente e orientato ai risultati, offrendo soluzioni su misura anche tramite il collegamento diretto con investitori selezionati.

Fonti:

Questa guida è basata sull'esperienza diretta sul campo e su fonti verificate, tra cui:

- Dati di mercato da portali immobiliari nazionali (Immobiliare.it, Idealista.it, Casa.it)
- Rapporti e studi dell'Agenzia delle Entrate (Rapporto Immobiliare Residenziale) e di Nomisma (Osservatorio sul Mercato Immobiliare)
- Statistiche di settore su home staging da Associazione Home Staging Lovers
- Normative vigenti in materia di compravendite immobiliari (Codice Civile italiano, D.Lgs. 192/2005 e successive modifiche per l'APE)
- Fonti giornalistiche selezionate (Il Sole 24 Ore, Corriere della Sera - Economia)
- Esperienza professionale e pratica maturata nella compravendita e valorizzazione immobiliare a Milano e Hinterland



Vendere casa con successo

Prezzo € 19

Autore: Giovanni Pozzi

Sito web: www.giovannipozzi.com

Data di rilascio: Maggio 2025

Edizione: Prima edizione digitale

Impaginazione: Giovanni Pozzi con il supporto di strumenti Canva / OpenAI

Tutti i diritti riservati.

È vietata la riproduzione, anche parziale, di questo documento con qualsiasi mezzo, inclusi stampa, copia digitale, distribuzione online o offline, senza il consenso scritto dell'autore. I contenuti presenti nella guida sono protetti dalle leggi sul diritto d'autore e sono destinati esclusivamente all'uso personale degli iscritti al sito www.giovannipozzi.com.

Per utilizzi autorizzati o richieste di collaborazione:

info@giovannipozzi.com

HAUSA®
your home away from home

