

Réussir sa vente : le « home staging » embellit pour emballer

L'incertitude s'empare du marché de l'immobilier et les vendeurs sont à l'affût des bons plans pour céder leur bien rapidement, et surtout au prix qu'ils souhaitent. Dernier phénomène en date : le **home staging**, dont on entend beaucoup parler depuis quelques semaines comme un bon moyen de réaliser une vente avantageuse en dépit de la morosité ambiante.

Supprimer le doute

Le **home staging**, kesako ? Le concept, qu'on peut traduire par « mise en valeur immobilière », consiste à refaire une beauté à son logement avant de le mettre en vente. Nettoyage à fond, petites rénovations, décoration subtilement revue... La formule diffère en fonction des biens, mais l'objectif est le même : mettre tous les atouts de son côté pour que la première impression des visiteurs soit positive. Car c'est à ce moment que tout se joue. « Il faut supprimer tout ce qui peut faire naître un doute dans l'esprit de l'acheteur » (...) « De cette façon, on supprime aussi des éléments qui freineraient sa décision d'achat, ou qui lui donneraient des arguments pour négocier le prix du bien. ». Cette ancienne interprète, amatrice de décoration, a ramené l'idée de ses voyages aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne : « là-bas, le **home staging** est un passage presque obligé avant toute mise en vente. »

Maison témoin

Mandaté par le vendeur, ce professionnel doit donc traquer dans tous les coins le détail qui fera tiquer le visiteur : une prise mal scellée qui donne l'impression d'une installation électrique douteuse, un désordre apparent qui laisse supposer un manque de rangements, une peinture défraîchie qu'on peut confondre avec des traces d'infiltration... Autre bête noire du « **home stager** » : le surplus. « Les gens ne se rendent pas compte de tout ce qu'ils accumulent. Mais il faut désencombrer pour que les visiteurs apprécient les volumes au premier coup d'œil » (...). Attention également à la propreté : « dans certains cas, nous demandons l'intervention de sociétés de nettoyage, pour des appartements vraiment sales, ou des cuisines tellement encrassées qu'il est impossible de repeindre les murs. » Enfin, les touches trop personnelles de l'occupant des lieux sont aussi visées : qu'il s'agisse de la tapisserie à fleurs, du plafond peint en bleu marine, ou des posters de camions sur les murs du salon. « Nous cherchons à recréer une décoration neutre, mais chaleureuse, un peu comme dans une maison témoin, où chacun peut s'imaginer habiter immédiatement ».

Des appartements vendus 15 à 30% plus cher

(Chez Home Staging Europe nous pencherions plutôt entre 5 et 15 % il ne faut pas exagérer ce n'est déjà pas si mal)

Ce lifting a un coût. Comptez 2000 euros pour la prestation, sans compter les éventuelles dépenses de décoration ou de rénovation. « Nous essayons de réexploiter au maximum l'existant, précise pour sa part Valérie Girard, et le prix final se limite à 1 ou 2 % du prix total du bien ». Mais, selon la « home-stageuse », cette dépense est un investissement : les biens se vendent plus vite, à des prix moins négociés. Ainsi, une bonne présentation permettrait de vendre un appartement de 15 à 30% plus cher. Ce qui évite des situations délicates, comme des prêts relais à rallonge ou des plus-values moins hautes que prévu.

En tout cas, l'activité est en plein boum, médiatisée par la presse et des émissions populaires comme le récent « **Maison à vendre** » sur M6. « Depuis deux mois, c'est l'effervescence, (...). Avec le ralentissement du marché, les vendeurs font appel à toutes les techniques possibles pour se démarquer ». **Et les agents immobiliers, qui ne se voyaient pas proposer ce relookage à leurs clients il y a encore quelques mois, le font maintenant plus spontanément.** Parfois même à leur charge, en échange d'un contrat d'exclusivité pour la vente du logement. Un bien qui pourrait se vendre vite et sans marchandage ? A l'heure actuelle, c'est aussi une aubaine pour les agents immobiliers.