

Agents immobiliers et Home stagers

Le home staging est un concept qui ne fait pas encore l'unanimité chez les agents immobiliers. Pourtant, dans un contexte économique où il faut se distinguer, se démarquer de ses confrères, le home staging permet de proposer à un futur client une solution globale à sa problématique de vente et facilite parfois l'obtention d'un mandat exclusif. Suite et fin de notre étude consacrée à la valorisation d'un bien avec quelques exemples concrets.

Le home staging s'est réellement développé en France à compter des années 2007-2008. Des formations sont à présent dispensées et une fédération a vu le jour en 2010 avec la F.E.P.H.S. (Fédération des professionnels du home staging). Pour le moment, elle ne semble pas franchement active et la profession n'est pas encore structurée. Si de nombreuses personnes se revendiquent comme home stagers, peu disposent réellement de compétences spécifiques. Une personne avec une vague appétence pour la décoration n'est aucunement adaptée à cette activité bien particulière. Elle constitue même une caricature qui dévalorise le home staging auprès des agents immobiliers. Beaucoup de petites sociétés travaillant dans ce domaine apparaissent et disparaissent régulièrement ! Il existe toutefois des acteurs significatifs avec notamment Aveo home staging ou encore homes-stagings.fr. Ce dernier est un réseau national, créé en 2009. Il est composé d'une cinquantaine de professionnels qui ont été formés et disposant de compétences spécifiques. Pour Francky Boisseau à l'origine de vendezplus-vite.fr (du réseau homes-stagings.fr), il n'est pas facile pour un home stager de s'adresser directe-

ment aux particuliers qui vendent leurs biens. Dans leur esprit, c'est une charge alors que leur objectif est de vendre. Le message est beaucoup mieux compris lorsque le home stager travaille de concert avec un agent immobilier. Encore faut-il qu'il soit convaincu de son utilité. « Lorsque j'ai débuté dans la profession, les agents immobiliers m'écoutaient mais ne semblaient guère disposés à travailler avec un home stager. Au mieux, ils prenaient ma carte de visite, pour un rendez-vous bien hypothétique ! Nous ne sommes pas en Suède où notre profession est parfaitement reconnue. Dans ce pays le home staging donne même droit à un crédit d'impôts. Je connais bien le métier d'agent immobilier et je constate qu'à présent les mentalités évoluent et que des partenariats se multiplient avec les home stagers ».

► UNE MISE EN SCÈNE POUR VALORISER LE BIEN

Il est vrai que le marché de l'immobilier y contribue. Les délais de vente tendent à s'allonger et la pression des acheteurs se fait plus forte. Invariablement, ils s'attachent toujours aux mêmes critères que sont le prix, la superficie, l'em- ◆ ◆ ◆

◆◆◆ placement et la qualité du bien. Ce sont du reste les mots clés que l'on retrouve pour les moteurs de recherche sur Internet.

Lorsque le marché est fluide, voire euphorique, nul besoin de faire appel à un home stager. En revanche, dans une période compliquée comme celle que nous vivons actuellement, cela peut être efficace. La valorisation du bien grâce à sa mise en scène prend alors tout son sens.

L'agent immobilier qui s'associe à un bon home

stager peut y gagner. A la différence de ses confrères, il propose en effet une offre complète au client et cela peut faire la différence. L'agent immobilier apparaît alors comme le professionnel qui prend en charge tous les aspects de la vente et maximise les chances d'obtenir un prix satisfaisant et des délais réduits. Un gage de sérieux.

Cette nouvelle corde à l'arc de l'agent immobilier facilite dans certains cas l'obtention d'un mandat exclusif. Une bonne raison de s'y intéresser.

Franny Boisseau : « le home staging, ce n'est pas de la décoration »



Après avoir travaillé dans le marketing dédié au bâtiment, Franny Boisseau a créé vendezplusvite.fr, une société membre du réseau homes-stagings.fr. Son champ d'intervention est principalement Paris et la région parisienne.

Comment intervenez-vous ?

– Pour faire simple, il y a cinq étapes.

La première consiste à se rendre chez le client en compagnie de l'agent immobilier. J'explique au client ce que nous allons faire et cherche à obtenir sa confiance, très importante pour la réussite de l'opération. J'effectue ensuite un audit des volumes puis de la luminosité. La clarté est importante, il faut bien souvent retirer les rideaux, repeindre si c'est nécessaire avec des couleurs claires et neutres. Tout ce qui est superflu et qui fait perdre de la lumière doit être retiré. Vient enfin l'audit de la circulation à l'intérieur du bien. La seconde étape est de décrire nos solutions au client et lui demander de retirer un certain nombre de ses affaires (en les mettant dans une cave, un box, chez un voisin ou un parent). S'il

ne souhaite pas conserver tous ses meubles lorsqu'il s'installera dans un nouveau bien, nous lui conseillons de les vendre tout de suite.

En troisième lieu, je viens seul ou accompagné afin de faire des cartons le tout dans une bonne ambiance et une atmosphère de convivialité. C'est un métier très humain, on déjeune avec les gens, on partage leur intimité, c'est aussi pour cela que j'aime ce métier.

Je mets ensuite en scène l'appartement ou la maison : on déplace des meubles, on ne conserve que ce qui est neutre et retire les objets personnels, familiaux, religieux etc. trop marqués. Je pose des accessoires que je prête (meubles, plaids..), nul besoin pour le client d'en acheter. Je les récupère après la vente.

Enfin, je fais intervenir un photographe professionnel. Les photos serviront à l'agence mais aussi au site Internet. Il faut savoir que les internautes regardent en priorité les photographies immobilières avant de s'intéresser au reste. Une récente étude américaine, reprise dans le Wall Street Journal, le confirme. En moyenne, les acheteurs passent 60 % de leur temps sur les photos, 20 % sur les caractéristiques et 20 % sur le texte descriptif. Pour le Professeur Seiler : « Sans une photo qui attire le regard, la bataille est perdue d'avance. Vous avez deux secondes pour attirer l'attention de l'internaute ». ◆◆◆

f.bo 
vendezplusvite.fr

Je conseille à mes clients de ne pas trop bouger les meubles avant la vente afin que les visiteurs retrouvent ce qu'ils ont vu sur Internet.

Comme on le voit, le home staging ne consiste pas à faire des travaux (sauf si c'est vraiment nécessaire) et ce n'est pas de la décoration. On rend le lieu neutre, tout simplement mais c'est tout un art et un métier !

Quels sont les tarifs ?

– Il faut compter 3 à 4 € le m² pour un audit. Pour une prestation complète, cela revient en moyenne autour de 1 000 à 1 500 €, sachant que je prête et donc immobilise certains objets ou meubles. ◆

Propos recueillis
par Gauthier Toulemonde

La visite d'une maison avant et après home staging avec Francky Boisseau

Le home staging s'applique différemment en fonction de l'état initial de chaque pièce et de son importance pour l'acquéreur potentiel : cela va du simple rangement et nettoyage à un rafraîchissement plus marqué. Détails...



La cuisine est une pièce stratégique pour une vente. Ici, l'idée a été de moderniser l'ensemble pour éviter que cette pièce soit un des éléments de la négociation justifiant pour l'acquéreur potentiel, une offre d'achat à la baisse. Le home staging a consisté à remplacer la couleur « orange » [qui date la cuisine] par du gris alu, couleur plus neutre et qui apporte une touche de modernité à la pièce. Un peu de rangement a complété la valorisation de cette pièce.



La réorganisation de l'espace [inversion de la salle à manger et du salon] et l'ajout d'accessoires plus contemporains [rideaux, tapis, lampes, plaid, coussins, etc.] ont permis de valoriser les volumes, la circulation de cette pièce majeure et la luminosité.





Parfois, comme sur cet exemple, le home staging ne consiste qu'à ranger la pièce pour faire la différence et permettre à l'acquéreur de concentrer son attention sur les atouts de la pièce.



La couleur « rose » et les fleurs datent trop cette pièce. Comme le home staging ne consiste pas à tout changer pour des raisons évidentes de coût, le choix a été fait de conserver le papier peint uni mais d'effacer les traces d'une décoration personnelle et donc qui ne plaît pas au plus grand nombre : remplacement de la frise à fleurs, des rideaux, du cadre du lit, des marqueurs générationnels comme les napperons et des photos. Des accessoires blancs et noirs ont été ajoutés pour une touche intemporelle.



Parfois, dans le cadre du home staging, il est préconisé de faire quelques travaux. Il était nécessaire de soigner particulièrement cette chambre. Il s'agit de la dernière pièce que le visiteur découvre et il fallait qu'il parte sur une bonne dernière impression. Un rafraîchissement des murs, du plafond et du sol, un réaménagement pour donner une fonction à la pièce ont permis de valoriser tout le volume et la clarté de cette pièce. Une belle surprise pour le visiteur.