

## MOTS CLES

Vente | Mise en valeur | Décoration | Travaux

# HOME STAGING



## Le bon plan pour vendre vite et mieux

Les vacances approchent ! Et vos clients souhaitent vendre leur bien le plus vite possible avant leurs congés. La solution qui fait fureur outre-Atlantique : le home staging, ou comment valoriser un logement à vendre. Une pratique efficace qui permet de vendre 3 fois plus vite et 2 à 10% plus cher. Vous souhaitez vous différencier de vos concurrents ? Ca tombe bien, les formations de home staging arrivent en France.

### Quand 9 acquéreurs sur 10 achètent sur un coup de foudre

« Des propriétaires font changer la moquette du salon et ravalent la façade... alors que leur maison est en vente ? « Vous passer bien l'aspirateur dans votre voiture lorsque vous la vendez », justifie Yasmine Médicis, consultante en home staging. Cette décoratrice propose des solutions aux particuliers pour rendre leur bien présentable et le plus neutre possible. Le visiteur doit pouvoir s'imaginer y vivre. « C'est comme pour une maison témoin », ajoute Yasmine Médicis.

Formée aux Etats-Unis, celle-ci enseigne également depuis deux ans les

techniques du home staging à des agences qui les pratiqueront à leur tour : comment réparer, rafraîchir, réaménager, revaloriser ou bien ranger pour plaire à l'acquéreur. Lors de la visite, seuls 17% des acheteurs avouent être capables de faire abstraction du sol abîmé, du papier peint jauni, etc. On comprend pourquoi les habitations mises en valeur se vendent mieux ! De quelques touches de décoration à des travaux livrés clé en main, la valorisation dépend de l'état du bien et de la volonté du propriétaire.

### Vendre 3 fois plus vite et 2 à 10% plus cher

Améliorer l'aspect d'une maison en vente est une pratique courante aux Etats-Unis depuis

trente ans. En France, il s'agit encore d'une solution de secours pour des propriétaires soucieux de vendre rapidement leur résidence. Mais le concept se développe depuis peu avec l'engouement des français pour la décoration. De plus, dans le contexte actuel les vendeurs ont intérêt à rendre attrayant leur logement. Un couple de trentenaire visitant un logement avec une cuisine démodée pensera surtout au montant des travaux à réaliser. Il se montrera donc plus hésitant et pourra faire baisser le prix de vente. Or lorsqu'un bien plaît, le client discute moins du prix et signe plus vite. Cela permet à l'agent de vendre ses stocks plus rapidement. « Chaque vente devrait faire l'objet d'un arrangement même minime. Il est toujours susceptible d'intéresser une certaine catégorie de clients », d'après Yasmine Médicis.



### Comment apprendre à relooker un bien soi-même ?

Face à l'augmentation du nombre d'agences, le home staging est un bon moyen de se différencier des autres. Certaines agences offrent ainsi cette prestation dans le cadre d'un mandat d'exclusivité. D'autres proposent simplement un contact à un client. Dans tous les cas, mieux vaut se renseigner sur les diplômes et la notoriété du professionnel. En effet, la profession n'est pas réglementée.

Chez « Mon Home Staging », vous pouvez apprendre à voir comment un bien devrait se présenter pour se vendre au prix maximum. Un des secrets de la réussite d'une vente ? La lisibilité de la photo : avoir un inté-

rieur agréable, faire attention à ce que l'on photographie, etc. Comptez 900 € pour deux personnes d'une même agence ou 460 € pour un petit groupe d'agents individuels. L'apprentissage, qui permet à toute agence immobilière de conseiller au mieux ses clients, comprend une journée de formation, deux séances de coaching pour chaque personne ainsi qu'un débriefing.

Prochaine formation en région parisienne le 30 septembre.

Informations : [www.monhomestaging.com](http://www.monhomestaging.com)

Chloé Delahaye

### DE QUOI PARLE-T-ON ?

Le « home staging », ou « mise en valeur résidentielle », s'adresse aux vendeurs désireux de valoriser leur bien. Un professionnel, décorateur ou agent immobilier, établit dans un premier temps un devis sur les travaux d'amélioration : peinture, décoration, voire rénovation de la plomberie et des canalisations. Le budget est généralement en dessous de 2% du prix de la maison.

Cette stratégie a été initiée aux Etats-Unis en 1970 par une passionnée de décoration. Barbara Schwarz, agent immobilier, constatait alors que les propriétés qu'elle arrangeait pour ses clients se vendaient plus rapidement et à un meilleur prix que la moyenne.