



Photos : www.isihsr.com

Le home staging, un concept immobilier en plein essor

## Comment déclencher le coup de cœur

En vogue depuis les années 1970 aux Etats-Unis et dans les pays anglo-saxons, le home staging (littéralement : mise en scène de la maison) est un concept de marketing qui se répand depuis peu en Europe, dans la foulée du ralentissement du marché de l'immobilier. Le home staging est supposé optimiser le potentiel marchand d'un bien, en jouant sur sa présentation soignée et réfléchie.

Wunnen s'est entretenu avec Fabienne Olivier, formatrice en home staging et directrice de l'Institut supérieur international de home staging et relooking, situé à Villers-le-Bouillet, en Belgique (www.isihsr.com).

### Wunnen : Qu'est-ce que le home staging ?

Fabienne Olivier : Il s'agit de la valorisation d'un bien immobilier à travers un ensemble de techniques et stratégies, dont l'application est toujours réalisée avec le moins de frais possibles pour le vendeur. L'objectif est toujours la vente ou la location rapide de l'objet. L'une des tâches du home stager est de dépersonnaliser l'habitation, d'effacer les empreintes matérielles et affectives qui marquent l'endroit. Il faut, en effet, que l'acheteur potentiel puisse directement se projeter dans les espaces qu'il visite.

### Quelle est la différence entre le home staging et le home relooking ?

Le home staging dépersonnalise une habitation afin de la rendre attractive à un nouvel occupant. Le home relooking, au contraire, vise à personnaliser une demeure afin qu'elle apporte bien-être et plaisir à celui qui y habite déjà.

### Le home staging peut-il être assimilé à un service de conseil ou d'audit proposé par une société immobilière ou un décorateur ?

Absolument pas. Le home staging demande un savoir-faire qui s'acquiert seulement grâce à une formation spécifique. C'est un métier nouveau qui n'est pas encore reconnu. Tant que ce n'est pas le cas, on voit de tout, et beaucoup utilisent le titre de façon abusive. Le home stager doit non seulement avoir des compétences en matière de décoration, mais il doit également avoir le sens des relations humaines et être familiarisé avec le marché de l'immobilier. C'est une approche cohérente qui implique bien plus que de changer la décoration d'un lieu. Mais attention, un home stager n'est pas un agent immobilier. Ce sont des métiers complémentaires, mais différents. Le home stager effectue une analyse de l'objet, aide à définir le profil de l'acheteur, propose une valorisation du bien par rapport à un acheteur cible, mais il revient au propriétaire ou à l'agent immobilier de s'occuper du volet visite-négociation-transaction.

### Est-ce que le home staging ne relève pas du simple bon sens en matière de présentation d'un bien ?

Certains particuliers savent comment présenter leur bien, d'autres laissent les choses se faire un peu au hasard. Quoi qu'il en soit, le home stager ne s'occupe pas que de la simple apparence de l'objet, il amène un regard expérimenté qui permet de mieux cerner son potentiel de vente. Il fait une analyse complète de l'habitation et de son contexte, prenant en considération également le discours et l'argumentaire des propriétaires ou des bailleurs. Lors de la visite par un acheteur potentiel, ce dernier va être sensible à ce qu'il va voir tout autant qu'aux explications qui lui seront

fournies. Disposant du recul et du savoir-faire nécessaires, le home stager peut élaborer un sens de la visite, mettre en valeur les points forts, permettre à la personne intéressée de s'imaginer l'objet comme son nouveau chez soi. Il y a des pièces clés qui influent fortement dans la prise de décision - le hall d'entrée, le living, la cuisine et la salle de bains - et qu'il est particulièrement important de préparer pour la visite. Il faudra peut-être enlever quelques meubles encombrants, rajouter des ambiances lumineuses ou des objets de décoration, mettre en évidence le potentiel des pièces. Par ailleurs, le home staging porte également sur la représentation du bien dans la presse et/ou sur Internet, notamment par le biais de photos de qualité.

### L'efficacité du home staging est-elle réellement avérée ?

Des études aux Etats-Unis ont démontré que les biens immobiliers bénéficiant du home staging se vendent beaucoup plus vite et à des prix meilleurs que des biens classiques, ceci tant en période de crise qu'en période d'essor économique. En Belgique, notre expérience est que 90% des biens valorisés par le home staging se vendent en moins de 15 jours.

### Un service coûteux, je présume...

C'est un service qui a son prix, c'est clair, car il inclut une série d'entretiens, un travail d'analyse, la mise en scène des espaces choisis. Le coût de l'intervention est souvent fonction des m<sup>2</sup> sur lesquels le home staging se fera. La dépense est à considérer comme un investissement qui permettra de vendre l'objet plus vite et à un meilleur prix. En temps de crise, il est avisé d'éliminer tous les facteurs qui pourraient tirer la négociation à la baisse.

### Le home staging ne joue-t-il pas dans certains cas le rôle de 'cache-misère' ?

Le home staging n'a vraiment pas cette finalité. Sur le plan déontologique, le home stager n'a pas le droit de dissimuler les carences de l'habitation, par un coup de peinture ou le déploiement d'un tissu. La mission du home stager est de mettre en valeur le potentiel réel de l'habitation. Dans l'analyse qu'il prépare pour le client, il mentionne certes les réparations qu'il y aurait lieu d'effectuer. Ce sont parfois des détails qui n'engagent que peu de frais, par exemple un robinet qui coule ou une vitre brisée, mais qui auront un impact très négatif dans l'esprit du visiteur. Le home stager peut recommander au propriétaire de corriger ces défauts, mais il ne peut pas les camoufler par une mise en scène habile. C'est le propriétaire qui est seul maître de sa décision et de son investissement. Le but du home staging est de contribuer à ce que toutes les parties soient satisfaites de la transaction : le vendeur qui a vendu ou loué son bien rapidement et à un prix juste, l'acheteur ou le locataire qui a acquis un logement qui correspond à ses besoins.



Fabienne Olivier, formatrice : « Le home stager ne s'occupe pas que de la simple apparence de l'objet. Il amène un regard expérimenté qui permet de mieux cerner son potentiel de vente. »



Außer Rand und Brand.

Lassen Sie sich von unseren Ideen begeistern.

Wir sind Spezialisten für Einrichtungen nach Maß: Unsere Innenarchitekten beraten Sie umfassend und entwickeln optimale Lösungen, die Ihre Wohnräume in Spitzenqualität wahr werden lassen. Ob maßgefertigte Multimedia-Schrankwand, begehbarer Kleiderschrank oder die perfekt zugeschnittene Küche – unser Team plant und fertigt präzise nach Ihren Wünschen.

**BRAND**  
LIVING  
Die Einrichter nach Maß.

« Les biens immobiliers bénéficiant du home staging se vendent beaucoup plus vite et à des prix meilleurs que les biens classiques. »