



A vendre, maison reliftée

LES PROS PARLENT DE HOME STAGING OU MISE EN SCÈNE DE LA MAISON. UNE TECHNIQUE QUI NE CESSE DE FAIRE DES ÉMULES... C'EST POUR MIEUX TE VENDRE MON ENFANT!

TEXTE ÉLODIE MAÎTRE-ARNAUD

UN SALON DÉFRAÎCHI, encombré de meubles vieillots et de bibelots improbables... Pas facile d'espérer provoquer un coup de cœur chez des acheteurs

potentiels! Pourtant, dans neuf cas sur dix, la première impression sera déterminante dans la décision d'acquérir un appartement ou une maison. Et c'est au début des années 70 que Barbara Schwarz, agent immobilier aux Etats-Unis, réalise que les biens de ses clients se vendent plus rapidement grâce à quelques conseils déco. Les principes qu'elle applique? Désencombrer l'espace pour le valoriser et dépersonnaliser la décoration pour permettre aux acheteurs de se projeter dans les lieux. Le Home Staging – ou mise en scène d'intérieur – est né. Et fort de son succès, il s'est déjà développé dans de nombreux pays. En France par exemple, la technique a été révélée au grand public par le biais de l'émission *Maison à vendre*, diffusée sur la chaîne de télévision M6. Depuis peu, les services de Home Staging sont également proposés en Suisse romande par des agences immobilières ou des décorateurs indépendants, qui révolutionnent le milieu. Et pour cause, tous les professionnels du secteur sont unanimes: une maison bien apprêtée permet à l'acheteur d'y projeter ses rêves. Et, grâce

à cette démarche, il signe bien plus vite. «Les intérieurs sont chargés d'histoires, les propriétaires veulent la plupart du temps montrer leurs parcours de vie, pensant que ce sera vendeur. Or, ce n'est pas ce que les acheteurs ont envie de voir», explique Christine Travers, home stager auprès de l'agence immobilière Domicim, à Lausanne. Les acquéreurs ont à l'inverse besoin de se projeter dans les lieux. Résultat: un produit mal mis en valeur peut rester en vente des mois sans trouver preneur.

Investir? Oui, mais pas trop

Hors de question toutefois pour le vendeur d'investir dans des travaux de rénovation ou de décoration alors qu'il s'apprête à déménager. Créer une ambiance à moindre coût: voilà le défi de ces metteurs en scène. Christine Travers intervient principalement sur demande des courtiers de Domicim, directement aux prises avec les contraintes du marché de l'immobilier. «C'est un service complémentaire pour aider à la vente», explique-t-elle. Les demandes de particuliers sont plus rares, comme le confirme la décoratrice d'Interior Design, Anne-Laure Ferry-Adam. «Les gens ont du mal à prendre du recul», souligne-t-elle. Difficile, en effet, d'accepter que tout le monde ne soit pas forcément amateur de têtes de gibier empaillées... Voilà de quoi faire fuir l'acheteur à coup sûr! Même son de cloche chez l'archi-

tecte d'intérieur Tobias Schaefer, qui intervient lui aussi essentiellement sur mandat des agences immobilières, pour la société Home Staging Service.

Concrètement? «Je visite les lieux puis je fais un rapport avec des recommandations et un devis», explique Christine Travers. Il ne suffit donc pas d'avoir de bonnes idées: «Le plus délicat reste l'aspect psychologique. C'est une chose de décider de vendre sa maison, c'en est une autre de réaliser que l'on va quitter un lieu chargé de souvenirs.» Elle reconnaît que la tâche n'est pas aisée quand les vendeurs habitent toujours les lieux. Il faut alors faire avec l'existant, sans les effrayer ni les vexer, et neutraliser la décoration en enlevant des effets trop personnels ou en passant un coup de peinture. «On ajoute parfois quelques objets de déco dans l'air du temps, pour taper dans l'œil et déclencher le coup de cœur», confie Anne-Laure Ferry-Adam. Et lorsque Christine Travers ne peut pas utiliser ce qui se trouve sur place ou que le bien est vide, Domicim a même signé un partenariat avec les magasins Fly qui mettent à disposition du mobilier. «D'ailleurs, dans 90% des cas, les acheteurs veulent garder certains des meubles rajoutés», se félicite-t-elle.

Une approche encore timide

Le coût du Home Staging est variable mais représente au maximum 2% du prix de vente. Anne-Laure Ferry-Adam va parfois plus loin quand le budget alloué le permet. «Je réalise un projet de rénovation en 3D, avec devis des travaux, ce qui permet aux acheteurs de mieux imaginer le potentiel du bien mais aussi de monter les négociations à un prix prenant en compte ces rénovations», explique-t-elle. Mais dans tous les cas, les spécialistes le reconnaissent, les produits ne se vendront pas plus cher, ils se vendront plus vite.

Le Home Staging connaîtra-t-il en Suisse le même succès que dans d'autres pays? Pour Tobias Schaefer, les gens ne sont pas encore vraiment convaincus. «Le marché immobilier est dans l'ensemble plutôt saturé, surtout dans l'arc lémanique où les biens se vendent rapidement.» Anne-Laure Ferry-Adam a une longue expérience du Home Staging en Angleterre, l'un des pays dans lequel le concept est le plus populaire, mais cela ne fait que deux ans qu'elle reçoit des demandes en Suisse. «Le contexte est plus difficile: dès que le marché ralentit un peu, les gens n'achètent plus n'importe quoi à n'importe quel prix», explique-t-elle. En attendant, si vous voulez vendre, à vos rouleaux de peinture blanche! ☺

CONSEILS

1. Ranger les objets personnels qui traînent (produits de salle de bains, photos de famille).
2. Cacher les indices d'animaux domestiques.
3. Allumer les lumières pour faire paraître les pièces plus grandes.
4. Faire visiter le bien meublé plutôt que vide.
5. Cacher les poubelles.
6. Repeindre les murs dans des tons neutres.
7. Désencombrer les plans de travail.
8. Pas de meubles tournés dos à l'entrée.
9. Pas de rideaux lourds, juste des tissus transparents aux fenêtres.
10. Parfumer la maison, subtilement, par exemple en cuisant des cookies au chocolat.

Relooking express



Avant

Papier peint et sol désuet, sensation d'abandon après le déménagement: une maison quasi invendable en l'état.



Après

Une paroi abattue pour ouvrir l'espace et un ameublement neutre, soigné: le «lifting» permet au client de se projeter dans la maison.

Voir adresses de spécialistes en pp. 52-53.