

actuel



le Home Staging... ça vaut le coût ?

Quand on veut vendre sa maison vite et bien, on la maquille comme une star. Tout simplement.

Par **Myriam Gagnon** / photos (après) : **Guy Schiele**

Aux États-Unis, la pratique existe depuis une vingtaine d'années. Chez nous, on doute encore des mérites du *Home Staging*. « Dommage, déplore Luc Dupont, professeur de marketing immobilier à l'Université d'Ottawa. Ce genre d'intervention peut majorer la valeur marchande d'une maison ou d'un appartement de 2 à 5 %, voire de 10 %. » D'après lui, la réserve des Québécois vient du fait qu'ils considèrent à tort le Home Staging comme une opération de charme réservée aux demeures hors de prix. « Le seuil de rentabilité débute à 200 000 \$. D'ailleurs, les vendeurs devraient arrêter de se poser la question, compte tenu de la situation actuelle. » ►►

actuel



Le marché immobilier local n'est plus ce qu'il était. Les courtiers parlent de ralentissement. Luc Dupont, lui, n'hésite pas à utiliser le mot stagnation et, à l'instar d'autres experts, il prévoit un net recul à partir de 2008. Pourtant, la construction d'immeubles en copropriété tous genres confondus poursuit le même rythme effréné. Devant cette offre pléthorique, les acheteurs, qui ont désormais l'embarras du choix, se font tirer l'oreille. En désespoir de cause, le vendeur se résout éventuellement à une dévaluation du prix initial.

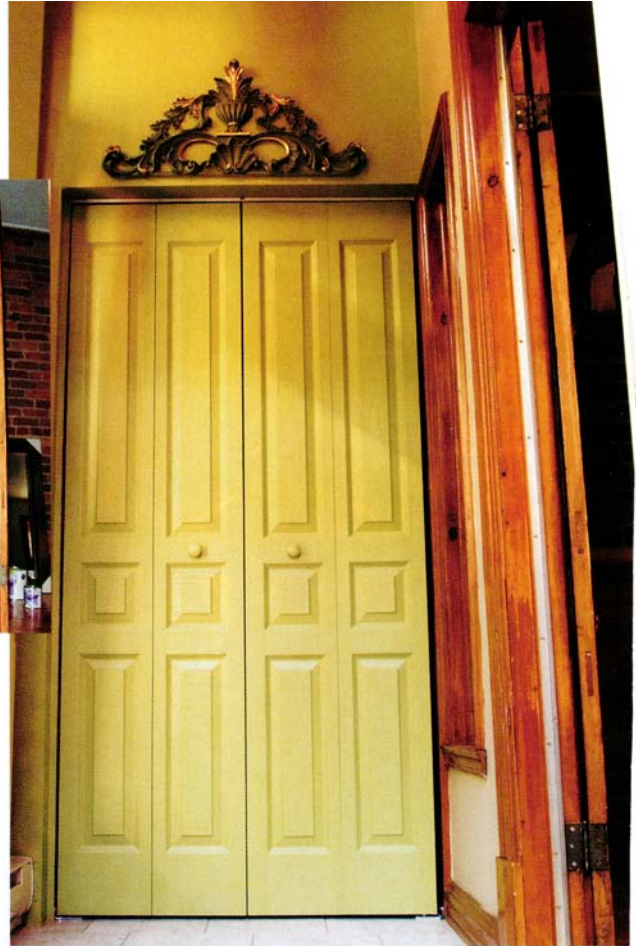
Prenons le cas d'une maison mise en marché à 300 000 \$. Des études américaines démontrent que, au bout de trois mois d'attente, son propriétaire est prêt à accepter une offre de 285 000 \$. Entre-temps, il aura dû s'occuper du remboursement du prêt hypothécaire en plus des dépenses liées au chauffage, électricité, aux assurances, etc. Conclusion : pour faire une bonne affaire, il faut vendre rapidement. Et pour vendre rapidement, il faut provoquer une irrésistible envie de possession. Voilà le rôle du Home Staging.

Le principe est simple. Au lieu de dépenser un max en rénovations pré-vente, le propriétaire investit dans la cosmétique. Il s'agit de créer une atmosphère ensorcelante à l'aide d'éclairage, de couleurs, d'accessoires. Un travail de scénographie, en fait. Tous les courtiers immobiliers s'entendent là-dessus. L'achat d'un lieu à vivre relève du coup de foudre. Plus souvent qu'autrement, les choses se jouent dès les 3 à 6 premières minutes de la visite. Voilà pourquoi la mise en scène de la propriété doit emprunter le vocabulaire de la séduction, où il est question d'émotion, de désir, de plaisir et de... poudre aux yeux.

Au-delà des règles de base que tout le monde connaît : nettoyer la maison à fond, tondre le gazon, remplacer le rideau de douche moisi, cuire des biscuits... il existe plein de trucs et d'astuces pour présenter la maison sous son meilleur jour. Créer une impression d'espace en désencombrant les pièces, par exemple. Éliminer tout signe d'intimité, qui pourrait distraire l'attention de l'acheteur potentiel. Mais par-dessus tout, enseigne le Collège immobilier du Québec à ses agents pendant les cours de formation, dépersonnaliser le lieu de manière qu'il plaise au plus grand nombre.

Certains spécialistes en Home Staging ne partagent pas ce point de vue. Yves Lessard et Manon Rita Babin de l'agence Écolocos entre autres. Fort de son expérience en présentation visuelle et en décor événementiel, le premier soutient même carrément le contraire : « Plutôt que neutraliser un site, il faut lui donner du caractère. En soulignant ses points forts, on minimise ses défauts. » Son associée, que l'on surnomme dans le milieu la Fée des peintures ►►

actuel



décoratives, renchérit : « Une maison dépersonnalisée perd son âme. Sans âme, comment pourrait-elle séduire ? » Bien qu'il leur arrive à l'occasion de frapper fort, ces deux-là maîtrisent l'art d'obtenir le maximum d'effet avec le minimum de moyens. Ça tombe bien, puisque les interventions simples sont les plus rentables. « La peinture à elle seule offre un rendement de 285 %. Et pourquoi changer les sanitaires de la salle de bains quand l'application d'un stuc vénitien sur les murs pourrait suffire ? »

Une penderie occupant tout un mur fait oublier les dimensions réduites d'une chambre à coucher. Des miroirs judicieusement placés multiplient l'éclairage naturel. Loin du blanc beige passe-partout, la coloration est choisie en fonction de l'orientation des pièces, sans qu'il y ait hésitation devant des teintes denses et chaleureuses. Le mobilier existant est passé au crible. On ne garde que les pièces intéressantes, que l'on complète au besoin avec des meubles, luminaires, œuvres d'art de location. Dans une pièce avec vue tristounette, on tire les rideaux et on allume quelques lampes d'appoint pour créer une atmosphère cosy. Enfin, on traite avec beaucoup d'égards le vestibule : « C'est le premier coup d'œil de l'acheteur potentiel, un moment crucial de la visite. 90 secondes, montre en main, pour séduire. »

Le passage d'Écolocos ressemble à un coup de baguette magique. Les lieux deviennent si attrayants qu'un client, une fois le Home Staging terminé chez lui, a changé d'avis : « Finalement, je ne vends plus. Je reste ici, c'est trop bien! » ■

- Un budget Home Staging joue entre 1 et 5 % du prix de vente.
- On trouve au Québec une dizaine de spécialistes, la plupart dans la région de Montréal. www.canadianstagingprofessionals.com.
- L'agence Inspiration Star Design dessert le Québec métropolitain, la Côte-de-Beaupré et l'île-d'Orléans. www.inspirationstardesign.com.
- Comme il n'existe aucune formation reconnue dans le domaine, rien ne garantit la compétence. Choisir une équipe qui comprend un décorateur ou un designer professionnel.
- France Arcand et Brigitte Poitras, l'agente immobilière et la décoratrice derrière Coup d'œil design, dévoilent les secrets du Home Staging dans leur émission *Bye-bye maison !* diffusée par Canal Vie. www.coupdoeildesign.com.
- Manon Rita Babin et Yves Lessard : www.ecolocos.ca.