

IMMOBILIER Le home-staging fait fureur aux États-Unis, il débarque en Savoie

Un concept pour mieux vendre sa maison



Savoie, installé à Séez, Frédéric Bignon a importé le métier de "home-stager" dans le département. Par de légers aménagements, cela permet de vendre plus vite et au meilleur prix, sa maison ou son appartement. Photo Sylvain MUSCIO

SAVOIE

Quand l'immobilier pique du nez, lui importe un concept ici inexploré. Frédéric Bignon, 29 ans, est décorateur, spécialiste de l'aménagement intérieur, et surtout "home-stager". Ce métier-là, nouveau en France, on l'a découvert sur M 6. Il s'agit de mettre en valeur sa maison ou son appartement pour le vendre plus rapidement et au meilleur prix.

Il est Savoyard, habite Séez, est le premier, dans le département, à développer le "home-staging". Sentant la « crise immobilière qui s'annonce », il est parti se former, à Paris, dans cette spécialité

récente. Il dit : « Quand on vend une voiture d'occasion, on fait tout pour la rendre attrayante. Pourquoi on ne ferait pas pareil pour une maison ? » M 6, flairant le concept à audimat, s'est chargée d'en faire la pub. Lui en profite, maintenant, pour tenter de l'imposer localement.

Depuis ce printemps, il a aidé, ainsi, une dizaine de clients. Exemple à Bassens : la maison, en vente à 350 000 euros, ne recevait que des offres à 315 000 - 325 000 euros. Par son action, elle est finalement partie à 339 000 euros. « On a enlevé des meubles, rangé et refait la peinture de l'entrée et du salon. » Aux États-Unis ce service, qui existe depuis les années 70, est archi-développé. A tel point que les vendeurs

qui ne font pas appel aux "home-stageurs", devenus marginaux, peinent souvent à trouver un acquéreur.

En Savoie, la profession démarre doucement. « On a du mal à accepter la notion de dépenser pour ensuite mieux vendre, confirme Frédéric Bignon. Aujourd'hui pourtant, il est indispensable de se démarquer en mettant sur le marché un bien de qualité. »

« A la télé, ils vendent dans le jour qui suit... »

Il intervient à domicile et repère tous les petits "trucs" qui provoqueront le "hic" du

visiteur. « Ce sont beaucoup de bricoles, une porte qui grince, une ampoule grillée... Rien que ces changements permettent de réduire les marges de négociation. » Parfois, il va un peu plus loin : « Il faut désencombrer, dépersonnaliser ! Surtout qu'il y a souvent un décalage d'âge entre les vendeurs et les acheteurs. Eux doivent pouvoir se projeter dans la maison. » Pour créer ce "coup de cœur", on repeindra peut-être un mur qui est rose bonbon. Ou on retapera sinon un carrelage vraiment trop "vieillot".

Le coût de ces travaux, au final, ne dépassera pas 2 % du prix de vente. La prestation du spécialiste, elle, évolue entre 0,1 et 0,2 % du prix de la maison. « Les gens sont

REPÈRES

HOME-STAGING

■ Littéralement, cela signifie "mettre en scène son chez-soi". Le concept est né dans les années 70 aux États-Unis, où il est particulièrement développé. Il est passé, par capillarité, au Canada, à la Grande-Bretagne et débarque maintenant en France. Le but : embellir le bien immobilier pour le vendre rapidement et au meilleur prix.

CE N'EST PAS DE LA DÉCORATION

■ La décoration d'intérieur est différente du home-staging puisqu'elle a pour objectif de séduire l'occupant des lieux. Elle tient donc compte de ses goûts et autorise les couleurs vives et "flashy". Avec le home-staging, en revanche, il faut rester plus sobre et neutre afin que l'habitation plaise au maximum de visiteurs.

LES BONS CONSEILS

■ - Dépersonnaliser son intérieur : enlever photos, trophées de chasse et autres bibelots. Éviter les murs aux couleurs trop vives.
- Désencombrer : cela permet de rendre l'intérieur plus accueillant.
- Ménage à fond : ne pas négliger les intérieurs.
- Faire les petits travaux : pas d'ampoule grillée ou de tapisserie jaunie. Ces menus détails découragent l'acheteur.

contents du changement. Cela les rend plus confiants. »

Comme sur M 6, donc, à un détail près. « A la télé, à peine les aménagements terminés, les visites commencent, sourit M. Bignon. En réalité, on vend rarement dans le jour qui suit. Faut plutôt compter un mois... »

P.-E. B.