



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE

IAE METZ
School of
Management

EREM
CHAIRE
EUROPEAN
REAL
ESTATE
MANAGEMENT

CCI Formation
CCI MOSELLE
Métropole Metz

**BREIT Nicolas,
HAMMER Thomas,
HUMBLOT Sarah,
MEDELINE Mathilde,
MEREL Ophélie**

***Etudiants en M2 Management et Développement
de Patrimoine Immobilier
IAE de METZ - School of Management
En partenariat avec la CCI 57 et l'ESI 94***

Le home staging, une technique incontournable qui fait vendre

Introduction

Il est bien connu, dans le monde de l'immobilier, que l'acquéreur qui visite un bien fait son choix dès les 90 premières secondes après avoir passé la porte d'entrée (JUERY, 2010). Cette première impression qui a un impact positif ou négatif sur la concrétisation de la vente, s'établit principalement en découvrant l'aspect du logement à travers sa décoration et son aménagement. Cependant, les goûts esthétiques ne sont pas les mêmes pour tout le monde. Il arrive donc parfois que certains vendeurs peinent à trouver des personnes intéressées pour l'achat de leur bien, faute d'une personnalisation trop forte, ou d'un aménagement qui laisse à désirer. Dans ce cas, comment valoriser le logement pour en faciliter sa vente ?

Pour tenter de répondre à cette question, cet article va développer la technique incontournable et efficace qui est le *home staging*. Celle-ci permet de mettre en valeur les points forts du bien afin de le vendre plus rapidement et à un prix adéquat. Pour traiter de ces différents aspects, nous aborderons dans un premier temps, les principes et les origines du *home staging*, puis nous développerons les modalités de sa mise en œuvre, et enfin, nous évoquerons sa forme digitalisée qui semble se développer comme une alternative.

Principes et origines du home staging

Les principes

Le *home staging* consiste à mettre en valeur un bien immobilier dans l'optique de réduire son délai de vente. Cette technique de marketing permet de considérablement accélérer le processus de vente, qui devient alors jusqu'à quatre fois plus rapide que celui d'un bien qui n'en a pas bénéficié. Pour Larceneux et Parent (2018), dans le domaine de l'immobilier, la première impression ressentie, via des photos, l'aspect extérieur ou l'impression générale qui se dégage à l'intérieur d'un bien, est souvent cruciale pour sa vente. Pour ces deux auteurs, le *home staging* a pour objectif de créer une ambiance propice à la vente d'un bien. La démarche vise à améliorer la première impression quand elle est positive, par la mise en valeur du bien depuis le premier contact extérieur jusqu'à l'organisation intérieure.

Cette transformation a pour objectif de produire un effet coup de cœur pour l'acquéreur, en adaptant le bien à la façon de vivre du plus grand nombre de prospects. Cependant, il ne s'agit

pas d'entreprendre de grands travaux qui vont engendrer des dépenses élevées. Le but est d'amortir le coût du *home staging* dans le prix de vente du bien.

Les origines du home staging

Le *home staging* est apparu en 1972, aux Etats-Unis, alors que le pays traverse une importante crise immobilière. Barbara Schwartz, qui est décoratrice d'intérieur, voyant que son mari agent immobilier a du mal à vendre les biens qui lui sont confiés, imagine une idée permettant de faire face à ce problème. Il s'agit de mettre en scène et de décorer les biens à vendre, et cette méthode fut un succès immédiat permettant d'augmenter les ventes. C'est ainsi que le *home staging* a fait son apparition.

Cette technique de vente prend de l'ampleur au travers de divers pays anglo-saxons où des firmes spécialisées s'y sont implantées. C'est par exemple le cas du Canada, de la Grande Bretagne, de l'Australie, ... Le *home staging* est tellement efficace qu'il est désormais appliqué dans toutes les transactions immobilières aux Etats-Unis.

Cependant, il arrive plus tardivement en Europe. C'est seulement lors de la crise immobilière de 2008 que de premières agences de *home staging* apparaissent en France. Ce phénomène est par la suite médiatisé dans plusieurs émissions télévisées, ce qui le rend encore plus populaire auprès des français.

Réussir son opération de home staging

Répondre à des goûts universels

Pour provoquer le coup de cœur chez un acheteur, il est nécessaire de transformer son logement de telle façon qu'un maximum de personnes puisse se sentir bien à l'intérieur. Ainsi, grâce au *home staging*, certains points sont à prendre en considération.

Valoriser son entrée

La première impression se fait dès l'arrivée dans le logement, autrement dit dans l'entrée. Pour valoriser cette pièce, il est préconisé de la désencombrer et d'y ajouter quelques éléments de décoration neutre.

Désencombrer les pièces

Si les pièces sont trop surchargées en meubles et décoration, le visiteur aura du mal à s'y projeter. Ainsi, l'une des premières étapes du *home staging* est de se séparer des gros meubles, libérer de l'espace et de dépersonnaliser son logement.

Réaliser quelques menus travaux

Pour renvoyer une image de logement entretenu, la réalisation de petits travaux peut rassurer l'acquéreur. Il peut s'agir de reboucher les trous présents sur les murs, peindre certains murs avec des couleurs neutres, ou encore changer des éléments abîmés. Le principe est de projeter le visiteur à acquérir une maison clé en main.

Décorer et aménager à petits prix

Le bien doit être décoré sans pour autant être trop personnalisé. Il peut s'agir de l'habiller en ajoutant un tapis, des bougies, ... qui permettront au prospect de se sentir chez lui sans pour autant s'approprier la vie du vendeur. L'ambiance que dégage le logement est essentielle pour faciliter sa vente. Il est également à noter que les pièces les plus importantes sont la cuisine et la salle de bains, car il s'agit souvent des pièces qui demandent le plus de dépenses en termes d'aménagements. Ainsi, les présenter sous leur meilleur jour permet de rassurer le visiteur.

Entretenir les extérieurs

Les extérieurs font également partie de la vente d'un bien, il ne faut donc pas les négliger. Ils peuvent représenter beaucoup d'entretiens et donc faire fuir des acheteurs potentiels. Lors des visites, il s'agit une fois de plus de les rassurer avec une pelouse entretenue et quelques meubles de jardin qui peuvent être propices à une bonne impression.

Amortir le coût du home staging dans la vente du bien

Avoir recours au *home staging* engendre en effet un certain coût financier pour pouvoir procéder aux éventuels rafraîchissements ou travaux, mais également pour payer des honoraires si l'on fait appel à un professionnel. Cependant, le coût de cette méthode peut facilement être amorti lors de la vente du bien immobilier. En effet, rafraîchir un bien lui apporte de la plus-value, c'est-à-dire que son prix de vente prendra de la valeur. Ainsi, les frais financiers seront englobés dans ce prix et seront amortis.

Sylvie Aubin, qui est l'une des *leaders* de ce mouvement en France, affirme que « *Nous ne sommes pas dans le registre du plaisir, ni même dans celui de l'esthétisme, mais bien dans l'utile synonyme de rentable* ». Autrement dit, pour qu'une opération de *home staging* soit totalement réussie, celle-ci se doit d'être rentable pour le vendeur. Pour cela, le bien doit être mis en valeur par les actions réalisées. Plus le nombre d'acheteurs intéressés par le bien est important, plus la vente a de chance de se conclure rapidement en obtenant un bon prix. En effet, des études ont été menées par AVEO, qui est un réseau national d'agences qui sont spécialisées dans le *home staging*. Celles-ci démontrent que des biens ayant fait l'objet de *home staging* se vendent en moyenne cinq fois plus rapidement qu'une transaction classique. Les ventes après *home staging* s'effectuent en 19,5 jours, contre 127 jours pour un bien n'en ayant pas bénéficié. De plus, cette méthode a une influence sur le taux de négociation des prix des biens. Le taux moyen de négociation français est de 11.42 % du prix de vente. Selon cette étude, le taux de négociation pour les biens qui ont été remis en état avec du *home staging* est seulement de 3,24% du prix de vente. Ainsi, le but ultime de cette méthode est donc de parvenir à une vente plus rapide et sans négociation. Les établissements financiers sont partenaires de ce type de méthodes. Alain Roure, directeur des partenariats *BNP Personal Finance/Cetelem*, déclare : « *Nous y croyons si fermement que notre offre de financement global « Bon plan revente » destinée aux secundo-accédants et associant crédit relais et crédit à long terme pour la nouvelle acquisition permet d'emprunter de 2 000 € à 6 000 € à des conditions avantageuses pour financer une prestation de home staging* ». Tout comme les établissements financiers, des agences ou sociétés spécialisées dans la vente immobilière n'hésitent pas à inclure ce type de prestations dans leurs offres de services. Ainsi, ils proposent à leurs clients vendeurs d'avoir recours à du *home staging* pour faciliter la vente de leur bien.

Enfin, le coût d'une opération de *home staging* s'avère être amorti par la plus-value acquise par le bien après ces modifications, et en n'ayant recours à aucune, voire une faible

négociation. Un acquéreur séduit négocie très peu le prix de vente du bien qui l'intéresse, au risque de passer à côté de son coup de cœur.

Faire appel à un professionnel

Face à l'engouement engendré par le *home staging*, certains professionnels se sont spécialisés dans cette technique. Ceux qui se font appeler les *home-stagers* sont aujourd'hui de plus en plus nombreux. La plupart du temps, ils travaillent en partenariat avec des agences immobilières qui font appel à eux afin de se démarquer auprès de leurs clients.

Leur travail débute par un diagnostic du logement à vendre lors duquel ils détectent ses imperfections et points d'amélioration. Ensuite, ils conseillent leurs clients et/ou procèdent au désencombrement du bien pour le rendre le plus neutre possible. Leur prestation peut aussi bien s'arrêter au conseil que de se poursuivre pour réaliser l'ensemble des travaux. La rémunération de ces professionnels est souvent calculée sur le prix de vente du bien, et correspond pour la plupart du temps à 1 ou 2% de sa valeur.

Ce domaine fonctionne si bien que l'*Ecole Supérieure de l'Immobilier* propose depuis peu des formations pour sensibiliser les négociateurs et agents immobiliers au *home staging*.

La digitalisation, une alternative au home staging

Le home staging virtuel

La digitalisation permet de faire apparaître une nouvelle méthode de *home staging* : le *home staging* virtuel. Il s'agit de l'ameublement virtuel d'un bien immobilier. Il peut être utilisé pour mettre en valeur un bien qui n'est plus habité, ou pour valoriser son logement à moindre coût.

Cela permet de produire des annonces immobilières intéressantes qui se démarquent des autres sur le marché, et ainsi d'attirer plus de prospects. De plus, ils peuvent se projeter en s'inspirant des ambiances proposées et imaginer leur futur aménagement.

Cependant, cette méthode peut s'avérer décevante lors de la visite du bien. En effet, le visiteur peut avoir du mal à se projeter dans un bien qui n'est pas réellement réaménagé.

Les autres alternatives

La digitalisation permet également d'autres alternatives au *home staging* pour favoriser la vente d'un bien immobilier. Le but est d'apporter une toute autre valeur ajoutée aux biens par l'intermédiaire d'outils numériques.

On retrouve de plus en plus de logiciels permettant aux acquéreurs de faire des visites virtuelles depuis leur ordinateur. Cela permet dans un premier lieu de visiter le bien dans son état actuel, mais également de s'y projeter.

Ces visites peuvent être mises en place grâce à des photos 360 degrés du bien dans son état, mais également par l'intermédiaire d'images de synthèses en 3D. On peut alors y proposer un aménagement en terme de décoration, ou alors en mettant en place de nouveaux plans représentant le bien après la réalisation de travaux.

Ces alternatives digitales permettent de proposer aux acquéreurs une visualisation améliorée du bien, tout en leur proposant des solutions d'aménagements, sans pour autant apporter de

réelles modifications au logement. Il s'agit donc d'un bon outil pour améliorer la force de vente et pour garantir un coup de cœur à des acquéreurs intéressés.

Conclusion

Pour conclure, le *home staging* est de plus en plus populaire en France. Même si cette méthode nécessite quelques investissements, elle demeure très efficace pour vendre un bien plus rapidement et à un bon prix.

Celle-ci peut considérablement donner de la valeur aux biens mais également provoquer un coup de cœur auprès des acquéreurs qui les visitent.

Il peut s'agir de travaux de décoration ou de légers rafraîchissements, tout comme des travaux plus conséquents. Cependant, si le vendeur ne souhaite pas réaliser de modifications dans son bien, il existe des alternatives grâce aux outils digitaux qui permettent de les effectuer virtuellement.

Bibliographie

- ALVES, K.,(22/01/2018), Faire du *home staging* pour mieux vendre. *L'immovation*. <https://www.limmovation.fr/valoriser-son-bien-permet-de-vendre/>
- ALVES, K., (03/03/2018), L'influence du *home staging* dans la vente immobilière. *L'immovation*. <https://www.limmovation.fr/linfluence-du-home-staging-dans-la-vente-immobiliere/>
- JUERY F., (08/01/2010), Le *home staging* fait-il vendre ? *Le figaro particulier*. http://leparticulier.lefigaro.fr/jcms/c_86678/le-home-staging-fait-il-vendre
- LARCENEUX, F. & PARENT, H., (2018). *Marketing de l'immobilier*, (3^{ème} édition). Dunod.
- MANSIER, G., (07/2010). Le *home-staging* séduit les Français. *Acheter -louer.fr*. <https://agences.acheterlouerpro.fr/expression/numero15/tendance.htm#:~:text=En%20France%2C%20le%20taux%20moyen,la%20vente%20d'un%20bien.>
- VALIN-STEIN, V., (14/12/2018). Vendre vite et mieux grâce au *home staging*. *Le figaro particulier*. <http://leparticulier.lefigaro.fr/article/vendre-vite-et-mieux-grace-au-home-staging/>
- VOOGT, J., (04/05/2020). Conseil en *home staging* et valorisation immobilière pour bien vendre votre maison, *Jonathan VOOGT-coach immobilier et mandataire*. <https://coach-immobilier-particuliers.fr/conseil-home-staging/>