

Bretagne économique

Le rendez-vous de l'entreprise

14 Focus

Le home staging : un marché très jeune avec des professionnels qui s'organisent

31 Région

Eco-construivons.org
Pour construire autrement en Bretagne

35 Enquête

Télétravail : une tendance se dessine dans les PME

N°199 MARS-AVRIL 2010 4,20 €

www.bretagne-economique.com

Dossier

Fonds propres des PME

Ouvrir son capital, une nécessité pour grandir ?



LE HOME STAGING OU COMMENT VALORISER SON BIEN IMMOBILIER POUR LA VENTE

Une nouvelle "fée" du logis ?

Métier très récent, à mi-chemin du scénographe et du bon génie (de la maison), la mission de home stager : relooker les intérieurs pour mieux leur trouver preneurs. Un lourd défi entre des professionnels récalcitrants et des particuliers réticents.

Un marché très jeune avec des professionnels qui s'organisent. C'est en mai 2009 que cinq sociétés – Monhomestaging, Inside A, TeamArt, Avéo et DB Académie – entament des discussions en vue de monter une Fédération des professionnels du Home Staging. La FEPHS voit ainsi le jour en octobre 2009. Ces sociétés, de par leur taille ou leur profil, représentent l'essentiel du marché. Entre juillet 2008 et juillet 2009, un bien qui avait bénéficié d'un relooking se vendait en moyenne en 20 jours contre 127 sans cette prestation, selon Avéo. Moyenne annoncée par Monhomestaging : 27 jours. Coût de la prestation ? De 1 à 2 % du prix du bien selon l'étendue du "chantier".

"Attention au miroir aux alouettes !"

Yasmine Médicis, maqueline de naissance et vice-présidente de la FEPHS entend bien "dériner le contour exact" de ce que doit être une prestation de Home Staging. "Certains parlent de décoration pour vendre, d'autres de relooking pour la vente ou encore de valorisation immobilière... Quel que soit le nom qu'on lui donne, c'est tout simplement un ensemble de méthodes et conseils pour vendre vite sa maison ou son appartement et

surtout le vendre au meilleur prix !" défend cette professionnelle qui appuie encore : "les biens immobiliers mis en valeur par le Home Staging se vendent en moyenne 5 fois plus rapidement !". De fait, si ce nouveau métier n'est pas de la décoration étudiée pour les propriétaires actuels du bien, ce n'est pas plus de la rénovation, ni de l'architecture intérieure : le Home Stager ne casse ni murs ni fenêtres et ne fait pas de travaux de plomberie ou d'électricité. Dans ce cadre, comment ne pas s'étonner devant ces listings de "professionnels" qui pullulent sur certains sites dès lors que l'on tape sur la région Bretagne par exemple ? "En fait, c'est un miroir aux alouettes : on voit beaucoup de femmes de 40 ans qui aiment la déco se lancer sur ce marché. Ce n'est pas très raisonnable, même si je ne doute pas de la bonne foi des personnes qui pensent certainement leur projet dans une vraie dimension entrepreneuriale. Mais pour l'heure, on est sur un marché de niche."

Idespas à Etables-sur-Mer (22)

Un marché trop crispé en France

150 agents immobiliers et notaires démarchés et, un an plus tard, pas un "chantier" de réalisé ! Et ça n'est pas faute d'avoir investi en énergie, de Trébeurden et Saint-Cast le Guildo en rentrant dans les terres. A la tête d'Idespas (Des Idées pour les espaces), Arnaud Salou n'a pas hésité, dès mars 2009, à investir près de 8 000 euros dans un site dédié sur Internet à son activité de Home Staging et quelque 25 000 euros en communication. Il mûrissait depuis deux ans déjà cette reconversion. "Je dirais que 80 % des agents immobiliers que j'ai rencontrés étaient à l'écoute et, parmi ceux-ci, 20 % seulement convaincus." Mais pas encore assez

pour passer à l'acte. "J'ai dû avoir des liens privilégiés avec 10 d'entre eux. Je leur ai même proposé des prestations gratuites pour qu'ils jugent. Ça n'a même pas abouti." Arnaud Saliou en reste persuadé : les esprits ne sont pas encore mûrs en France. Paradoxal quand on voit comment le marché reste crispé ? "Plutôt que de penser que le Home Staging peut accélérer une vente, les professionnels restent en effet prisonniers de l'état de tension généré par la crise. Il faut aussi ajouter qu'on voit trop de propositions fantaisistes se développer sur ce "marché" avec des pseudo-formations et des diplômes farfelus."

Home Up à Bruz-35 Du marketing immobilier

En route ce jour-là pour rencontrer un agent immobilier de l'agglomération rennaise, Sandrine Roi a choisi, au moment de créer son entreprise de Home Staging (Home Up à Bruz-35), le statut d'entrepreneur salarié, affilié à une Coopérative d'activités et d'emploi : Elan Créateur. Ex-responsable marketing international au sein



Sandrine Roi

d'un grand groupe basé en Bretagne, aujourd'hui reconvertie, elle entend bien faire de son passé professionnel une vraie force – "un profil comme le mien est intéressant" – au moment des négociations avec les professionnels :

"Quelle est la cible visée ? Quel est le potentiel du bien ? De quel emplacement bénéficie-t-il ? Comment le relooker en tenant compte de son environnement et du futur acquéreur ? En fait, on fait du marketing immobilier !" Après une formation auprès de monhomestaging, elle n'en démord pas : "un bon décorateur ne fait pas nécessairement un bon Home Stager. C'est un vrai métier, structuré, avec des principes et des règles." Dans le même temps, elle sait que 2010 reste l'année des enjeux : "convaincre les professionnels et les vendeurs que le Home Staging, oui, c'est un investissement mais dont on attend un retour." D'où une stratégie commerciale en pleine action : travail de veille (notaires, particuliers et professionnels de l'immobilier), mailings, plaquettes... et relances.



SOS Coach Déco à Rosporden (29)

Diluer son intervention dans les prestations de l'agence ?

Nathalie Druais a la déco dans le sang ! Après des études d'art plastique, la voila plaquiste et peintre dans le bâtiment, jusqu'à se retrouver à gérer le magasin de la Société de peinture et ravalement à Vannes. Janvier 2010 : elle crée SOS Coach Déco29, dont l'une des activités est le Home Staging. "J'ai démarché une trentaine de professionnels de l'immobilier et c'est vrai que je sens une vraie réticence. Ils me disent qu'il est délicat de dire aux vendeurs : "c'est moche chez vous. Faites appel à un Home Stager !" Mais ça n'est pas ainsi qu'il faut présenter les choses. En fait, si le vendeur se dit qu'il doit encore payer pour valoriser son bien, c'est fichu. C'est pourquoi je dis aux agences de proposer ma prestation au sein... des leurs ! Qu'est-ce que mes tarifs représenteront in fine dans des frais d'agence ? Rien ! Et là, le particulier peut accepter une offre "globale" qui pourra même lui sembler gratuite !"

Il est vrai qu'avec des prestations qui se chiffrent de 50 euros l'avant-projet, à 125 euros la demi-journée pour l'accompagnement durant les travaux, en passant par 15 euros/m² pour la gestion de chantier, pareille intervention ne viendrait pas grever le budget. "Lors d'un premier rendez-vous, je vais prendre les mesures, des photos et recueillir un maximum d'informations concernant le logement. Ensuite, en collaboration avec l'agent immobilier, je vais déterminer le profil type de l'acheteur potentiel. Je vais aussi créer la future décoration en fonction d'éventuelles contraintes : si les vendeurs vivent toujours sur place ou non, s'ils souhaitent ou non changer leur mobilier pour leur nouveau logement... Bref ! En fonction du "type" d'acheteur visé et au regard des conditions de vente du bien immobilier, on ne décore pas de la même manière." Pas de chiffres d'affaires pour l'heure mais de l'expertise assurément.

■ Serge Marshall

Home staging de bureaux réalisé par Idespas

