

Table des matières

Avant-propos	9
Introduction • Qu'est-ce que le Home Staging ?	11
Chapitre 1 • Les éléments de base du Home Staging ...	25
Chapitre 2 • Le Home Staging, pièce par pièce	61
Chapitre 3 • L'ABC de l'harmonie du décor	139
Chapitre 4 • La psychologie de l'acheteur	179
Conclusion	199

Remerciements

Nous tenons à remercier non seulement toutes les personnes qui ont contribué à la publication de ce livre, mais aussi toutes celles qui ont cru en nous et qui nous ont appuyées tout au long de notre parcours. En voici quelques-unes :

- * À François Léger, courtier immobilier, pour avoir été le premier à croire en nous et qui nous a donné la chance de partager notre passion avec ses agents ;
- * À notre équipe de collaboratrices, qui sont devenues en quelque sorte nos « clones » et qui nous permettent de répondre à une demande grandissante ;
- * À nos clients, pour l'iconographie du présent ouvrage ;
- * À Paule Delisle (la maman de Brigitte), qui nous a aidées à faire le ménage dans tous nos textes ;
- * Au personnel de notre maison d'édition, en qui nous avons reconnu une passion égale à la nôtre ;

- * À Jacqueline Savard, pour la réalisation des croquis ;
- * À toute l'équipe des Productions Swan, et à tous ceux qui ont participé de près ou de loin à l'émission *Bye-Bye Maison !*, laquelle nous a permis de faire connaître le concept du Home Staging à travers la province de Québec et même jusqu'en Europe !
- * Merci au diffuseur Canal Vie pour nous avoir accordé le droit d'utiliser les photos prises dans le cadre de l'émission *Bye-Bye Maison !*



Remerciements de Brigitte

- * À mes enfants, Alexandre et Laurence, les cadeaux les plus précieux que la vie m'ait donnés, et à Benoit, leur papa, qui m'a soutenue, encouragée et inspirée dans mes débuts de carrière.
- * À mon papa, Maurice, et ma maman, Paule, qui m'ont appris très jeune à voir et à apprécier les belles choses et m'ont donné le goût de travailler dans un domaine où la création est en avant-plan.

Remerciements de France

- * À mes trois filles et amours de ma vie, Christelle, Fannie et Alicia, pour leur amour inconditionnel et leur grande compréhension...
- * À John, mon mari, qui a été témoin de l'ascension de notre entreprise et qui m'a toujours soutenue dans cette belle aventure.
- * À ma sœur Nathalie, mon amie, confidente et adjointe administrative, pour avoir cru en moi et sans qui je n'aurais jamais connu de répit !
- * À tous les membres de ma famille et à mes amis qui ont compris et accepté mes absences si nombreuses... Merci !

Avant-propos

Notre entreprise, Coup d'œil design, a officiellement vu le jour en avril 2004, mais c'est sans compter les mois qui ont précédé, pendant lesquels nous avons réfléchi, planifié notre marche à suivre et mis en place notre structure organisationnelle. On peut dire que tout a commencé vraiment en 2003 avec une envie commune d'accomplir de grandes choses. Comptant sur notre expertise respective, Brigitte la décoratrice et France l'agent immobilier, nous étions convaincues du potentiel d'un tel partenariat dans le domaine de la revente immobilière.

Lorsque nous avons pris connaissance de l'existence d'un concept révolutionnaire sur le marché de l'immobilier aux États-Unis, nous avons cru bon d'examiner ce phénomène de près.

Il s'agissait à l'époque d'un rêve, d'une grande ambition, que de penser que nous pourrions promouvoir la

pratique du Home Staging au Québec et réussir à en faire notre principale activité professionnelle.

Après nous être données corps et âme et ce, sans jamais douter, nous pouvons aujourd'hui fièrement constater que la réalité a dépassé notre rêve premier. Non seulement nous avons réussi à faire connaître le Home Staging à travers le Québec, mais nous pouvons aussi affirmer que nous avons déclenché un véritable raz-de-marée. Nous sommes également fières de dire que ce concept est désormais le centre de nos activités professionnelles et qu'il nous a permis de venir en aide à de nombreux clients en leur permettant de mieux vendre leur propriété.

Tout le monde connaît maintenant le Home Staging et on le réclame !

Ainsi, le contenu de ce livre est l'amalgame des formations que nous avons reçues et de notre expérience pratique. Ayant été formées aux États-Unis,

nous avons dû adapter quelques points aux réalités du Québec. Par conséquent, certaines méthodes jugées moins efficaces sur le marché québécois ont été omises. Nos échanges avec les agents et courtiers nous ont également permis de peaufiner notre approche avec les clients vendeurs. Nous sommes donc convaincues de l'efficacité des méthodes que nous avons mises au point. Croyez-nous, ça marche !

Nous sommes fières et enthousiastes à l'idée de partager avec vous notre savoir-faire. Maintenant, à vous de jouer !



Introduction

Qu'est-ce que le Home Staging ?

Le Home Staging est un concept qui existe depuis plus de trente ans aux États-Unis. En français, on décrit le Home Staging comme étant une mise en valeur de la propriété, un aménagement immobilier, une valorisation résidentielle ou une mise en scène immobilière.

Le Home Staging est l'art de mettre en valeur une propriété dans le but de la vendre rapidement et au meilleur prix possible. Il convient, en effet, de présenter

une maison sous son meilleur jour pour s'assurer de bien la vendre. À cette fin, le Home Staging indique les principes à mettre en œuvre pour donner aux résidences leur meilleur potentiel de revente sur le marché. C'est une question d'emballage ! Lorsqu'un acheteur potentiel visite une propriété, il sait que les accessoires décoratifs et les meubles ne sont habituellement pas inclus dans la transaction. C'est un fait.

Le Home Staging en bref

- * Il vise à rehausser l'apparence des propriétés par des techniques appropriées, afin de vendre plus rapidement et d'obtenir le meilleur prix possible.
- * Dans un marché immobilier peu actif, il permet d'accélérer la vente.
- * Dans un marché modéré ou rapide, il peut augmenter le prix de vente entre 2 % et 10 %.
- * C'est pour les propriétés de prestige qu'on remarque les plus fortes augmentations du prix de vente.

En revanche, on sait que très peu d'acheteurs sont capables d'entrevoir le potentiel d'une propriété lorsqu'elle n'est pas présentée sous son meilleur jour. Dans ce cas, pour quelles raisons un spécialiste en Home Staging s'efforce-t-il d'enjoliver une propriété au moyen de mobilier d'appoint ou d'accessoires décoratifs ?

En voici quelques-unes :

- * L'acheteur potentiel ne croit habituellement que ce qu'il voit.
- * Une pièce sans harmonie ne séduira pas l'acheteur, qui cherche inconsciemment à ressentir un coup de cœur lorsqu'il visite une maison.
- * Une pièce joliment décorée suggère une ambiance de détente et un mode de vie agréable. Elle permet donc à l'acheteur de se faire une représentation mentale et de se voir occuper les lieux sans avoir à faire lui-même l'effort d'imagination qui ne lui semble pas toujours évident.

Lorsqu'on apprête une maison pour la vendre, on doit la voir comme un produit de consommation qu'on cherche à mettre en valeur sur le marché. Imaginez une visite chez un détaillant de meubles où ceux-ci sont mis en contexte à l'aide d'une décoration soignée. À l'achat d'un lit, par exemple,



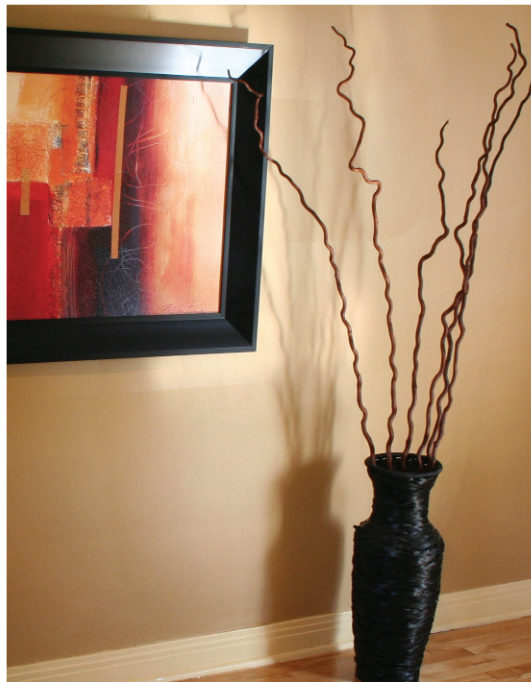
Confort



Ambiance



Art de vivre



il est plus facile de faire un choix judicieux lorsqu'on peut le visualiser dans le cadre d'une chambre à coucher pourvue d'une jolie literie, d'accessoires décoratifs et de meubles bien assortis. Le même meuble montré sans aucun appareil dans un entrepôt ne produira pas le même effet chez l'acheteur.

Lorsque vient le temps de préparer sa maison pour la revendre, on doit faire le maximum pour que la transaction nous soit des plus profitables. Aucun détail ne doit être laissé au hasard !

Comme tout produit à vendre, du point de vue du marketing, ce dernier doit être présenté stratégiquement. On doit appliquer à la revente d'une maison le même principe que pour une vidéocassette ou une voiture, c'est-à-dire la présenter de façon adéquate. Dans le cas de la vidéocassette, il conviendra de remplacer par un nouvel emballage le boîtier abîmé, de façon que l'acheteur ait davantage l'assurance que le contenu sera en bon état. Lorsqu'on met sa voiture en vente, il va de soi d'effectuer un nettoyage en profondeur et de s'assurer que la mécanique a été inspectée et mise au point. La carrosserie et les pneus devront être impeccables et les légères imperfections auront été réparées.

Il en va de même pour la revente d'une maison. Ce qu'il faut retenir, c'est le point de vue de l'acheteur et l'effet que produira sur lui sa première visite de la maison. Placez-vous dans la position de

Le Home Staging par opposition à la décoration

- * La décoration est considérée comme étant un luxe et concerne une clientèle plus fortunée.
- * Le Home Staging est un besoin qui rejoint tous les types de clients.
- * La décoration est personnalisée selon les goûts et besoins personnels de chaque client.
- * Le Home Staging a pour but de dépersonnaliser la propriété afin de plaire au plus grand nombre possible de visiteurs et d'acheteurs potentiels. Par conséquent, le décor proposé ne rejoint pas nécessairement les goûts personnels du propriétaire.

l'acheteur, analysez la propriété avec ses yeux, vous pourrez ainsi discerner beaucoup plus facilement les points forts et les points faibles de la maison.

Aussi, gardez toujours en mémoire que le Home Staging est l'art de savoir appliquer le « gros bon sens » !

Qui peut bénéficier du Home Staging ?

Le Home Staging ne convient pas uniquement aux propriétaires de maisons unifamiliales. Toutes les personnes qui souhaitent vendre leur propriété, qu'il s'agisse d'une copropriété, d'une maison de prestige ou d'une résidence secondaire, peuvent s'inspirer du Home Staging afin de maximiser leurs chances de vendre leur propriété rapidement et à bon prix. Une copropriété qui a été mise en valeur sera plus attrayante aux visiteurs potentiels, surtout dans un contexte où l'offre dépasse la demande et où le marché ne favorise pas le vendeur. Le Home Staging n'est pas un luxe, c'est un investissement !

Le Home Staging n'est pas non plus réservé uniquement aux propriétaires de résidence dans des secteurs urbains ; il convient tout à fait aux maisons champêtres ou ancestrales. Cependant, selon le type de propriété que vous souhaitez vendre, il y aura certains détails supplémentaires auxquels vous devrez prêter attention.

Le Home Staging et la copropriété

Parfois, l'appartement du vendeur est bien entretenu, mais il se peut que l'immeuble le soit moins. Il ne faut pas oublier que la première impression de l'acheteur potentiel s'effectue d'abord en voyant la bâtisse, ensuite l'entrée (ascenseurs et corridors, s'il y a lieu), puis la copropriété elle-même. Voici quelques problèmes récurrents :

- * les corridors n'ont pas été repeints depuis des lustres et affichent des couleurs criardes ;
- * l'éclairage est déficient (ampoules brûlées non remplacées, néons qui diffusent une lumière trop crue, lumières qui s'allument à l'aide d'un œil magique, ce qui peut surprendre désagréablement l'acheteur potentiel) ;
- * les tapis sont tachés ;
- * les relents d'odeurs (humidité, cuisine) ;



- * les journaux et les circulaires s'accumulent au pied des marches.

Ces problèmes, même s'ils sont faciles à régler lorsque nous sommes propriétaire, le sont moins lorsqu'on habite en copropriété. Il serait peut-être bon de dresser une liste des problèmes constatés et de la soumettre au conseil d'administration. Sinon, vous pouvez peut-être vous assurer de la propreté générale des lieux avant la visite, notamment en ramassant les journaux et autres objets, et en installant un diffuseur de parfum dans le corridor.

Enfin, les copropriétaires manquent souvent d'espace de rangement pour tous leurs objets et appareils de la vie quotidienne (climatiseur, vélos, etc.). Il faudra alors songer à entreposer certains objets trop volumineux.

Le Home Staging et la résidence secondaire

La résidence secondaire est souvent un lieu de villégiature, une retraite familiale où l'on passe les vacances. Un chalet de ski, par exemple, une maison d'été sur le bord d'un lac ou encore un pied-à-terre dans une autre ville ou un autre pays. Même si la propriété est bien meublée et décorée, certaines problématiques sont récurrentes :

- * la maison peut sembler un peu délaissée ;
- * l'entretien est parfois négligé ;
- * il n'y règne aucune atmosphère.

Nous avons déjà eu l'occasion de faire le Staging d'une résidence secondaire qui servait de chalet d'hiver aux propriétaires. En plein mois de juillet, la maison désertée affichait encore les relents du temps des fêtes et les décorations de Noël trônaient au salon. C'était comme si les occupants avaient pris la poudre d'escampette le 25 décembre !

La maison vacante ne doit pas avoir l'air délaissée et son décor doit être dépourvu de thématiques. Voici quelques petits conseils pour ajouter de la chaleur à une maison inhabitée :

- * on doit ranger dans des boîtes tous les objets pouvant être une source d'encombrement et tous les items qui personnalisent le décor ;
- * lorsqu'on se voit dans l'impossibilité de se rendre sur place pour entretenir la maison, on peut engager une équipe de ménage locale qui effectuera le dépoussiérage et l'entretien ménager hebdomadaire ;
- * on peut mandater une personne digne de confiance pour effectuer la création d'ambiance

(musique, chandelles, feu de foyer) juste avant les visites.

La résidence secondaire doit être chaleureuse et bien entretenue.

Le Home Staging et la maison vacante

Tout comme la résidence secondaire, la maison vacante peut sembler négligée, délaissée ou peu entretenue. Les problématiques majeures rencontrées sont les suivantes :

- * les pièces vides sont dépourvues de chaleur ;
- * les signes de vieillissement et les petits défauts deviennent le point de mire ;
- * la vocation des pièces est difficile à établir ;
- * les pièces vides paraissent toujours plus petites ;
- * le manque d'aération peut entraîner des odeurs de renfermé ;
- * l'entretien extérieur est souvent négligé.

Il est primordial de meubler une maison vacante lorsque vient le temps de la vendre – cela peut faire toute la différence du point de vue transactionnel, tant du côté du montant de la vente que de la rapidité à laquelle elle s'effectue.

Exemples de réflexions qu'une maison vacante peut soulever

- * « On sent l'urgence de vendre des propriétaires... On peut sûrement négocier ! »
- * « Les occupants sont partis avant de vendre, cela peut vouloir dire que la maison comporte certaines problématiques. »
- * « Je me demande si mes meubles sont trop gros pour cette pièce ? »
- * « Il y a beaucoup de réparations à effectuer dans cette demeure ! »

Avant



Modifications apportées

- * La location de meubles et d'accessoires décoratifs s'avère indispensable pour créer une ambiance chaleureuse dans une maison vacante.



Après

Afin d'éviter de donner du pouvoir de négociation à l'acheteur, il est impératif de meubler la propriété. Voici quelques solutions pratiques pour y arriver :

- * lorsque c'est possible, on laisse quelques meubles et accessoires décoratifs dans les pièces principales de la maison (entrée, salon, salle à manger, chambre principale) – il n'est pas nécessaire d'en laisser beaucoup. Seuls quelques éléments bien disposés donneront les repères visuels nécessaires pour évaluer le volume des pièces ;
- * on fait appel à des compagnies qui se spécialisent dans la location de mobilier. Ces dernières peuvent, moyennant des frais mensuels, meubler une maison au grand complet en un rien de temps ;
- * la location d'accessoires décoratifs par le biais de spécialistes en Home Staging (quelques fauteuils, tapis, plantes et lampes) peuvent parfois suffire pour créer l'effet voulu ;
- * on utilise un lit de camp gonflable pour meubler la chambre à coucher.

Notre expérience nous a démontré que l'investissement en temps ou en argent pour meubler la résidence vacante est grandement rentabilisé.





Le Home Staging et la nouvelle construction

Les promoteurs immobiliers font souvent appel aux techniques du Home Staging pour valoriser leurs propriétés. Bon nombre d'entrepreneurs offrent en effet aux acheteurs potentiels de visiter une maison modèle. La maison modèle est habituellement meublée et décorée dans son ensemble. On y a créé une atmosphère, un style et un mode de vie par le biais d'un décor neutre et moderne qui reflète le goût de la clientèle cible.

Voici les principaux points à aborder pour élaborer un décor à peu de frais :

- * on effectue une coloration « d'appoint » en peignant certains murs de la maison. Par exemple, le mur du foyer au salon pourrait être ponctué d'une teinte plus soutenue pour valoriser le foyer ;
- * on installe des luminaires plutôt que de laisser l'ampoule seule éclairer la pièce ;
- * on suggère un mode de vie en intégrant du mobilier et des accessoires dans les pièces ;
- * dans le cas d'une maison non complétée, on peut faire appel à des spécialistes pour élaborer des styles de décors qui pourraient être présentés aux clients par le biais

d'échantillons, de jetons de couleurs, de photos ou de croquis.

La maison neuve, contrairement à la maison en revente, doit davantage être personnalisée et doit suggérer un style de vie pour séduire l'acheteur !

Le Home Staging et la location

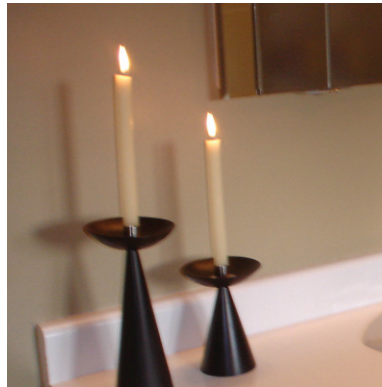
Les techniques du Home Staging sont très appropriées pour les résidences en location. Qu'il s'agisse de la location à court terme ou à long terme, logement meublé ou non, le propriétaire s'assure de séduire les locataires potentiels en appliquant les rudiments du Home Staging.

Habituellement non meublés, les logements ou les maisons en location peuvent bénéficier des mises au point stratégiques suivantes :

- * s'il y a lieu, nettoyez les tapis en profondeur ;
- * effectuez un grand ménage ;
- * repeignez les murs et plafonds avec des couleurs neutres qui s'agenceront avec les revêtements en place ;
- * réparez tous les petits bris et défauts ;
- * remplacez les luminaires défectueux et assurez-vous que toutes les lumières en place soient munies d'ampoules fonctionnelles ;
- * aérez régulièrement les lieux.

On aborde la propriété en location à court et moyen terme de la même façon qu'on aborde une maison modèle. Lorsqu'on sait quel profil de locataire est recherché, on peut effectuer des mises au point pour lui plaire. Enfin, on s'assure d'attirer des locataires de façon plus permanente ou on augmente plus facilement les tarifs des loyers lorsqu'on suit les conseils suivants :

- * le mobilier en place est propre, en bon état et au goût du jour ;
- * le décor est harmonieux – on joue de neutralité et on présente les pièces avec des accessoires à la mode (rien de plus facile que de raviver un décor par le biais d'accessoires bien agencés) ;
- * les pièces ne sont pas surchargées.



Quels sont les coûts du Home Staging ?

Les coûts d'une mise en valeur de la propriété sont en général minimales (ils constituent en moyenne 1 % de sa valeur marchande), excluant les honoraires d'un spécialiste en Home Staging.

Par exemple, pour une résidence inscrite sur le marché à 250 000 \$, on pourra prévoir investir plus ou moins 2 500 \$ pour l'ensemble des transformations.

Il arrive parfois que les transformations excèdent ce pourcentage, mais c'est plutôt rare. Une maison bien entretenue au cours des années ne fera pas l'objet de mises au point majeures, donc coûteuses. Par contre, la maison dont l'entretien laisse à désirer pourrait avoir besoin d'un plus grand investissement (comme pour sabler des planchers, refaire de la céramique brisée, etc.).

Le Home Staging prône des transformations qui feront en sorte que la propriété atteigne son plein potentiel de revente sur un marché donné. Par exemple, un cottage mis en vente devrait être en aussi bon état et aussi bien présenté que les maisons semblables du secteur pour que son prix, similaire aux autres ou plus élevé, soit justifié. Dans le cas contraire, un cottage démontrant des signes d'entretien négligé devra être inscrit à moindre prix que les cottages similaires du quartier, à moins d'y effectuer des transformations pour remédier aux lacunes.

Les statistiques compilées depuis quelques années aux États-Unis et au Canada démontrent que le Home Staging permet d'augmenter le prix de vente d'une maison de 2 % à 10 %.