

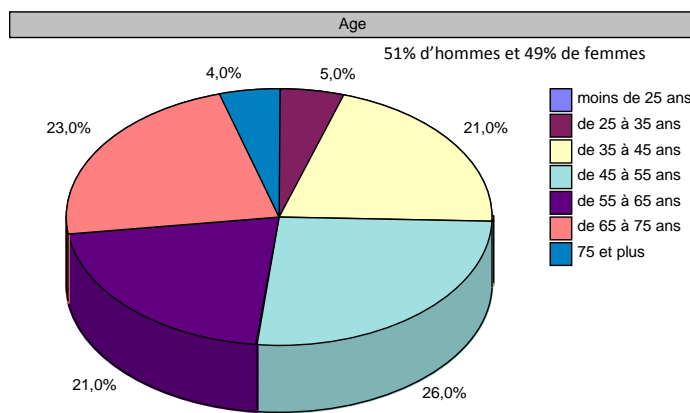
SYNTHESE SUR LE HOME STAGING DANS NOTRE REGION

L'activité étant nouvelle sur le marché de l'immobilier sur le bassin de Brive-La-Gaillarde, nous nous permettons de vous donner les résultats et remontées d'informations à travers vous, professionnels de l'immobilier et vendeurs de biens sur notre région.

Ce document est une synthèse vous permettant de mieux « cerner » notre activité localement. Il a pour but de vous aider à mieux comprendre son développement afin de mieux travailler ensemble et ainsi, avoir le bon réflexe « home staging » (nous préférons parler de valorisation immobilière).

LES VENDEURS ET LEUR BIEN

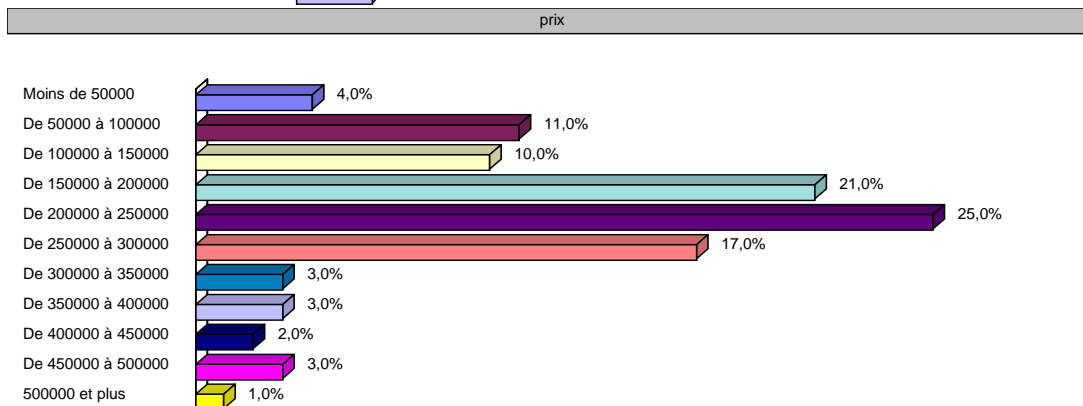
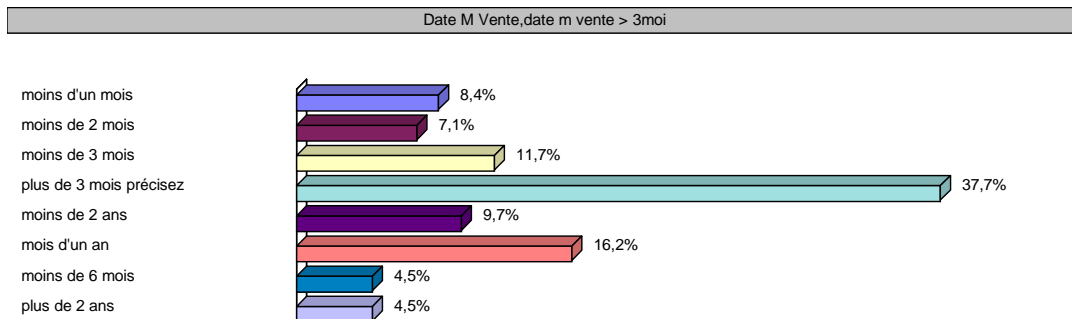
Notre étude de marché réalisée en février 2009 par un prestataire spécialisé nous a permis de mettre en avant plusieurs choses non négligeables (c'est d'ailleurs pour cela que nous existons...)



Le nombre de personnes interrogées (échantillon > 100) étaient des vendeurs de biens (maisons ou appartements).

Les tranches d'âges sont équilibrées et représentent bien les vendeurs actuels.

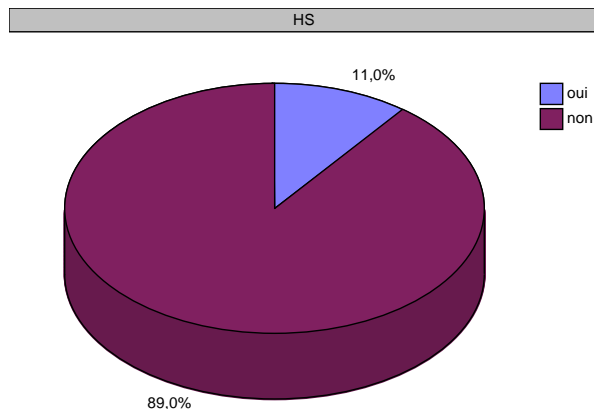
La zone d'étude est assez large puisqu'elle couvre 3 départements limitrophes. (30% Corrèze, 33% Lot et 37% Dordogne).



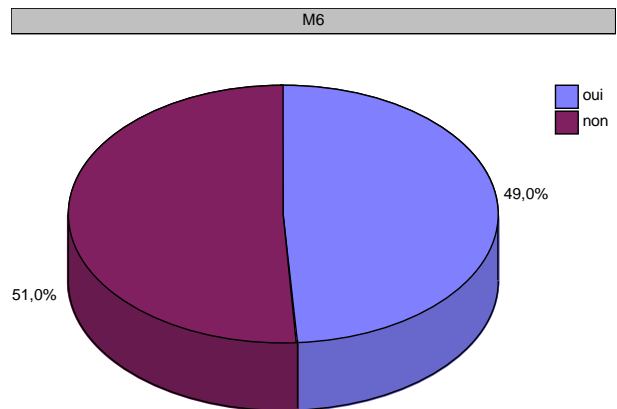
NOTORIETE DU HOME STAGING

Dans notre région, le terme « home staging » en février 2009 est très peu connu : seulement 11% des personnes connaissent le concept. Mais il est intéressant de noter que les vendeurs de biens regardent et sont intéressés par une émission qui les touche directement : « maison à vendre » sur M6. Il est clair que cette émission est basée sur les principes fondamentaux de la valorisation immobilière mais la chaîne tend à en faire un peu trop : un home stager ne casse pas les murs : il n'est pas habilité (sauf dérogations) et son métier est d'optimiser les coûts. Les dépenses affichées en fin d'émission ne sont pas importantes (1 à 2% du prix de vente) pour un résultat surprenant mais ils « oublient » une grosse partie : la main d'œuvre.

Connaissez-vous le home staging ?

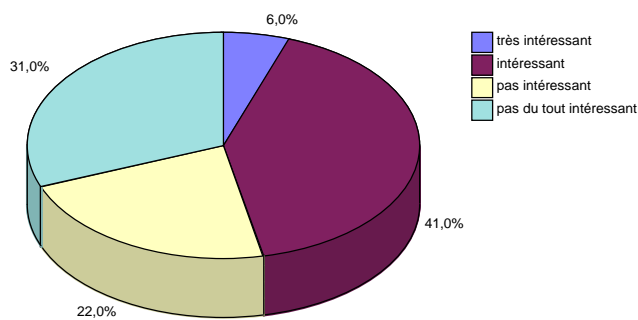


Connaissez-vous l'émission « maison à vendre » sur M6 ?



En présentant brièvement l'activité par une phrase (*le home staging utilise des techniques de marketing immobilier et de décoration d'intérieur afin de vendre vite et mieux*) à tous les vendeurs (*qu'ils connaissent ou non le concept ou l'émission*), une question leur est donc posée :

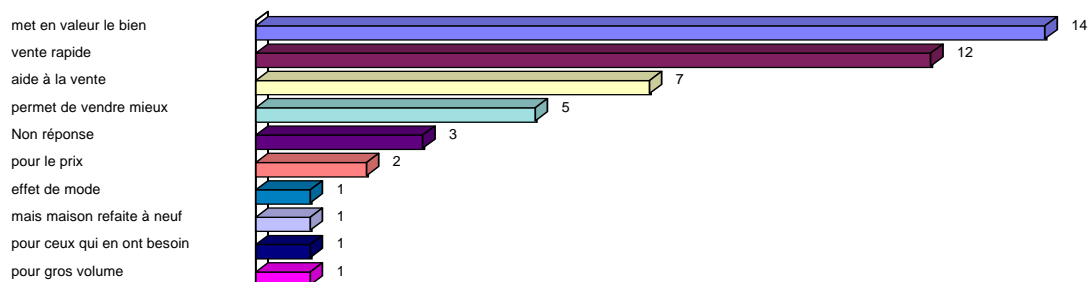
avis Home Staging



Comment définiriez-vous ce nouveau concept ?

Ce résultat démontre bien l'intérêt des vendeurs face à ce nouveau concept. Après avoir présenté en quelques mots le concept, presque la moitié d'entre eux définissent ce service comme intéressant, voir très intéressant.

motif intérêt



LA VALORISATION EN MILIEU RURAL

A travers cette étude, nous pouvons noter que la valorisation suscite un réel intérêt chez les vendeurs de biens immobiliers.

Home staging en métropole :

Le home staging sur la région Parisienne, Bordelaise...dans les grandes villes en général, s'est répandu rapidement. Il est clair qu'en milieu urbain l'activité se développe plus rapidement qu'en milieu rural. Plusieurs facteurs peuvent être identifiés : plus de biens à vendre donc une plus grande concentration d'agences immobilières, des biens qui coûtent plus cher donc des budgets plus disposés à valoriser, un esprit différent et une médiatisation plus importante.

Home staging en milieu rural:

En milieu rural, nous pourrions penser que c'est une autre affaire. Loin de là : le retour d'expérience de nos collaborateurs faisant partie du réseau national HSP (home stager professionnel) nous montre que la demande est bien présente. Les agences immobilières travaillent de plus en plus avec des home stager et ont vite pris conscience que ce partenariat est très bénéfique pour leur agence. Les biens à vendre en ville coûtent plus cher mais tout est relatif : un appartement de 40m² se vend 150000€ en ville et une maison de 120m² en campagne se vendra au même prix. Un budget urbain n'est pas plus disposé à valoriser qu'un budget rural.

Aptitude des vendeurs face à la valorisation :

Il est faux de dire que les vendeurs en milieu urbain sont plus ouverts aux effets de la valorisation que les vendeurs en milieu rural. Un vendeur de bien en ville n'est pas plus intelligent qu'un vendeur de Corrèze. Par contre, il est vrai que l'information circule plus vite en ville (il y a plus de home stager donc plus de communication dans les medias locaux). Les agences immobilières sont donc plus réceptives et plus à même de proposer ce service à leur client. Elles ressentent aujourd'hui les nombreux avantages qu'elles peuvent en retirer et continuent de plus en plus à travailler avec des home stager. De plus en plus de partenariats nationaux sont créés.

LA VALORISATION, VOS CLIENTS ET VOUS

Les aprioris du home staging :

- Un agent immobilier nous a dit que le home staging est un effet de mode. Ils n'ont pas tort : au moins pour le nom « home staging ». Quelle agence immobilière nous dira que la valorisation d'un bien immobilier n'est pas un facteur décisif pour réaliser la vente ? Personne : puisque vous le pratiquez. Combien de fois avez-vous pensé ou dit à un vendeur qu'il faudrait nettoyer, enlever des bibelots, couper l'herbe... ? mais vos conseils sont-ils toujours appliqués et jusqu'à quel niveau ?
- Un autre agent nous a dit que le home staging servait à cacher les défauts, à maquiller le lieu. Un home stager qui cache les défauts est inconscient. Dissimuler des défauts pour réaliser une vente engage sa responsabilité sur des vices cachés. Nous mettons en avant les atouts d'un lieu et si défaut il y a, nous les traitons prioritairement avec le vendeur. On ne s'improvise pas home stager du jour au lendemain. Il faut connaître les bases du bâtiment (tous lots confondus), être décorateur d'intérieur et être psychologue (on touche l'intimité directe des gens).

Le home staging est loin d'être un concept marketing à la mode sans fondements. Il existe depuis 30 ans et les résultats parlent d'eux-mêmes.

Quand devez-vous valoriser ?

La valorisation d'un bien n'est pas ponctuelle, elle est systématique (sauf exceptions rares). Le vendeur du bien (ou personne tierce) a vécu dans le lieu. Il y a donc installé son empreinte, sa personnalité, ses goûts à travers la décoration, son mode de vie, ses moyens et tout le monde n'a pas la même conception du nettoyage. .. Tout le monde est différent mais lors de la vente, le bien doit être le plus accessible à tous.

Quel est le profil du vendeur ?

Quel que soit le profil de votre client vendeur (personne âgée, héritier, aisé ou petit budget...) et quel que soit l'état du bien (meublé, vide, habité, ancien, neuf...) la valorisation touche tout le monde. Qui ne s'habille pas correctement pour aller à un rendez-vous important et donc pour se « vendre » ? Pour la maison que l'on souhaite vendre, c'est pareil.

Quel est le budget pour valoriser ?

Aucun budget moyen n'est défini. Un budget minimum est à prévoir pour une prestation de conseil à 350€TTC. Ensuite, tous les biens étant différents (taille, ancienneté, décoration,...) une valorisation peut coûter moins de 1% du prix de vente envisagé jusqu'à 3%. Notre but est de s'adapter au budget : nous optimisons les coûts en trouvant des astuces en décoration d'intérieur. Dans tous les cas, une valorisation est un retour sur investissement car nous avons traité tous les points prioritaires qui pourraient être utilisés par l'acheteur pour négocier.

Qui paye la valorisation ?

La logique voudrait que ce soit le vendeur. En règle générale, c'est l'agence immobilière : en faisant réaliser des prestations de home staging pour le compte de leurs clients, elles proposent un service hautement qualitatif, se démarquent de leur concurrence, réduisent le cycle de vente, et confortent leur chiffre d'affaire. En majorité, les agences immobilières n'offrent que la prestation ½ journée ou le conseil. Pour la réalisation complète, l'agence aide le client à payer la prestation (par exemple sur la location de mobilier au mois).

ARHOME staging - Tous droits réservés

SARL au capital de 3000 euros - APE 7410Z – Siren : 511919458–Brive-La-Gaillarde
Responsabilité Professionnelle Matmut 769904215538D50

CONTACT : 7 route de Pardoufeix 19310 BRIGNAC-LA-PLAINE

05.55.23.26.48-06.70.91.44.05 - arhome-staging@neuf.fr