

CET ÉCRAN A ÉTÉ PARTAGÉ À PARTIR DE LA PRESSE+

Édition du 23 septembre 2017,
section IMMOBILIER, écran 3



QUESTION DE PROPRIÉTÉ

UN BON INVESTISSEMENT, LA MISE EN VALEUR RÉSIDENIELLE ?

La mise en valeur résidentielle (*home staging*) fait partie de ce que les experts appellent le marketing sensoriel. Le but : vendre le plus rapidement possible au meilleur prix. Est-ce rentable ? Catherine Routier, spécialiste en marketing immobilier et propriétaire de La Boutik Urbaine, répond à cinq questions.

JULIE ROY
COLLABORATION SPÉCIALE

QUAND EST-CE LE PLUS EFFICACE ?

Plusieurs raisons peuvent amener des vendeurs à recourir à la mise en valeur résidentielle. On peut penser à une maison qui est sur le marché depuis un certain temps et qui ne se vend pas, ou qui est vide. Les gens ont de la difficulté à s'imaginer les pièces aménagées. Il est possible de louer des meubles pour les combler en partie. D'ailleurs, une maison qu'on meuble se vend généralement rapidement. Un autre cas de figure : le parc à condos, où la concurrence est parfois forte. Il peut y avoir plusieurs unités à vendre au même moment. Il faut se démarquer. Les maisons s'achètent avec le cœur et tout est une question de séduction. En revanche, je ne suggère pas le « home staging » dans un secteur où la demande est grande.

QUE DOIT-ON PRIVILÉGIER ?

La peinture est un incontournable et assure le meilleur retour sur investissement. Les couleurs neutres sont préférables. Il y a aussi ce qu'on appelle le trio inséparable : l'espace plancher, la luminosité et l'ambiance générale. Le mot d'ordre : laisser voir le plancher pour donner une impression de grandeur dans chaque pièce. Si les gens commencent à se demander où ils vont bien pouvoir mettre leurs meubles, soyez certains qu'ils seront vite partis visiter la prochaine maison sur leur liste. Les acheteurs veulent aussi de la lumière. Les luminaires sont les rois de la mise en valeur d'une maison et ont un impact important. Pas besoin de dépenser des fortunes, les quincailleries vendent des modèles au goût du jour à prix raisonnable. Ensuite, on met le paquet avec l'ambiance générale. On crée un décor chaleureux et invitant avec de la décoration et des accessoires.

QUELLES ERREURS DOIT-ON ÉVITER ?

Pas besoin de tout changer – les portes et fenêtres – ou de faire des rénovations extravagantes. C'est trop d'argent investi pour ce que cela va vous rapporter. À moins de posséder une maison de prestige, oubliez le comptoir de quartz, qui n'ajoute pas de valeur à votre maison. Souvent, il suffit de réorganiser, nettoyer et désencombrer. Il faut tirer profit des forces de la maison pour y diriger les regards.

COMBIEN DOIT-ON INVESTIR ?

J'incite mes clients à faire eux-mêmes la plupart des travaux. Cela prend du temps, mais diminue la facture. Autre truc pour diminuer les coûts : on prend tout ce que l'on peut réutiliser. S'il n'y a pas de travaux majeurs à effectuer, on peut redonner un look plus moderne à une salle de bains pour 100 \$. Pour une cuisine, il est possible de s'en tirer avec un budget de 1000 à 2000 \$. Il suffit alors de changer le dossier, d'installer un nouveau comptoir stratifié, de changer les luminaires et de donner une nouvelle couche de peinture. Le « home staging » ne coûte pas une fortune. Si on ne sait pas par où commencer ni quoi faire, on peut demander une consultation à un spécialiste du domaine. Cela coûte en moyenne 200 \$ pour une heure et demie.

EST-CE UNE GARANTIE DE VENTE ?

Malheureusement, non. La plupart du temps, on atteint son objectif. Les gens ont investi un minimum et la maison s'est vendue à un bon prix, rapidement. Toutefois, même si le taux de réussite est bon, il arrive que ça ne fonctionne pas. On vend du rêve. Il sera difficile de vendre si un train passe dans la cour, s'il y a beaucoup de travaux à faire ou s'il y a des vices apparents.