

DÉCOREZ JARDINEZ RÉNOVEZ VENDEZ | Samedi 23 septembre 2006

# VOTRE MAISON

POUR VENDRE  
SA MAISON VITE

## LES 8 RÈGLES D'OR

FRANCE ARCAND ET  
BRIGITTE POITRAS,  
NOUVELLES  
CHRONIQUEUSES  
DE **HOME STAGING**  
DÈS LA SEMAINE  
PROCHAINE



PHOTO: ACQUIES BOURDON

LES BELLES  
D'AUTREFOIS  
La maison  
François-Cherrier  
PAGES 26 À 29



PHOTO LE JOURNAL

RÉNOVATION  
7 travaux faciles  
PAGE 5



PHOTO LE JOURNAL

Petit guide  
pour fermer  
son chalet  
PAGE 20

PHASE IV  
EN CONSTRUCTION

**QUAI**  
DES ÉCLUSIERS  
sur le Canal

la nouvelle  
vague

À deux pas du marché Atwater

450  
Condos-Lofts  
DERNIÈRE CHANCE  
Phase IV occupation  
été 2007  
www.lequai.ca

Une réalisation Quai des Éclusiers Inc.

BUREAU  
DES VENTES  
4300, rue  
Saint-Ambroise  
937-2100

PHOTO ALFRED LANCTÔT

## Nouvelle chronique

Le cahier **Votre Maison** innove et publiera, dès le 30 septembre prochain, une chronique consacrée au phénomène du *home staging*.

Chaque semaine, France Arcand et Brigitte Poitras, les deux expertes dont il est question dans notre reportage des pages 2 et 3, expliqueront à nos lecteurs comment elles ont su rehausser une propriété qui semblait difficile à vendre.

Elles partageront avec vous leurs trucs et leurs astuces simples permettant d'accélérer la vente d'une maison. Dans certains cas, les changements proposés auront permis de boucler une transaction à l'intérieur de 24 heures. Rien de moins.

France et Brigitte détailleront certaines des transformations effectuées à l'intérieur des résidences qui seront en vedette lors de leur émission *Bye-bye maison!*, diffusée à Canal Vie tous les vendredis à 11 heures.

### Un cahier bonifié

Leur collaboration bonifiera le contenu du cahier, qui compte déjà sur l'expertise de plusieurs chroniqueurs chevronnés, dont Albert Mondor, un spécialiste en horticulture hors pair, et Valérie Gilbert, qui partage avec vous chaque semaine des idées de décoration fort originales.

Pierre-Paul Beauchamp et Robert Dubois continueront à vous fournir leurs judicieux conseils en matière de droit de propriété et de rénovation, alors que notre journaliste Guy Des Rochers demeurera à l'affût des dernières tendances du marché de l'habitation.

Pour répondre encore plus à vos besoins, d'autres innovations devraient faire leur apparition dans le cahier au cours de l'automne.

Bonne lecture!

- Sébastien Ménard  
Adjoint au directeur  
de l'information

# Huit trucs infailibles

Dans un monde idéal, vendre sa maison ne devrait pas poser problème. Mais dans un marché de la revente compétitif, il se peut que tout ne fonctionne pas à son goût. À moins de tirer sur **les bonnes ficelles** et de connaître quelques trucs infailibles...

**Q**uels sont les éléments qui feront en sorte qu'un acheteur choisira votre maison dans un marché où plusieurs semblables à la vôtre se feront compétition?

### VOICI HUIT CONSEILS STRATÉGIQUES FAVORISANT LA VENTE DE SA PROPRIÉTÉ

■ **Dépersonnalisation de la propriété** : Parce que c'est difficile de s'imaginer dans les affaires des autres, dépersonnaliser une maison est la première règle à respecter, selon nos deux expertes. Même si c'est l'évidence qu'une maison est remplie d'effets personnels, il faut faire disparaître de la vue des visiteurs les photos de famille, les diplômes, les collections personnelles et tout objet qui tend à personnaliser le décor.

■ **Le désencombrement** : Dans un même ordre d'idées, il est normal qu'une maison habitée soit encombrée d'une foule d'objets. Il faut alors désencombrer la maison en éliminant le plus d'objets possible. Il n'est cependant pas question de les jeter, mais puisqu'il y a du déménagement dans l'air, pourquoi ne pas préparer des boîtes? Et louer un petit entrepôt pour ranger le tout?

■ **L'harmonie du décor** : il importe qu'il existe une unité dans les tons et les décors d'une pièce à l'autre, afin de créer un certain agencement, une harmonie. Le contraire peut être destabilisant, voire agaçant pour un futur acheteur.

■ **La disposition judicieuse du mobilier** : Il ne faut pas que le mobilier soit encombrant et qu'il gêne à la circulation, par exemple. Il faut aussi savoir le placer de manière stratégique, en tenant compte de l'architecture. Par exemple, la présence d'un foyer oblige à aménager le mobilier en fonction de son emplacement.

■ **La couleur** : Une certaine neutralité dans les tons et les couleurs est rassurante et plaisante, des couleurs trop appuyées ou trop criardes pouvant même incommoder les futurs acheteurs.

■ **Les accessoires** : Il est nécessaire d'« accessoriser » un décor avec des éléments qui ont du punch.

■ **La propreté et les odeurs** : Toute odeur ou tout relent de malpropreté repoussera le futur acheteur. Une impeccable propreté lui laisse entendre que la propriété a été bien entretenue, tandis que des odeurs agréables, comme celles de pâtisserie ou de vanille, sont tout à fait invitantes. À éviter les odeurs de cigarette, de ranci, d'ail, d'oignon, de moisissures et d'animaux...

■ **Le maintien du staging** : Une fois que la maison a été réorganisée selon les règles du *home staging*, il faut maintenir cette nouvelle organisation en place.

Finalement, sans en faire une règle absolue, Brigitte Poitras et France Arcand trouvent essentiel que le prix demandé soit réaliste et établi en fonction de propriétés comparables.

AVANT



APRÈS



PHOTOS D'ARCHIVES

■ **Le home staging ne fait pas dans la décoration, mais plutôt dans la mise en valeur.** Ce salon, qui a été dépersonnalisé, désencombré de son surplus d'objets et dont le mobilier a été disposé de manière plus judicieuse, démontre en noir sur blanc l'approche de cette stratégie.

# HOME STAGING

## Mise en scène pour mieux vendre

Selon France Arcand et Brigitte Poitras, le déclic de l'achat sera immédiat chez le futur propriétaire d'une maison, à la condition que certaines règles soient respectées. L'art de cette mise en scène, ou mieux, de cette mise en valeur de la propriété s'appelle **home staging**. Dans le marché québécois de l'immobilier, il s'agit d'une tendance qui a provoqué une mini-révolution.

L'idée même du *home staging* est fort simple, mais pas toujours facile à réaliser dans les faits : celle de mettre en valeur une propriété, à peu de frais, pour qu'elle puisse donner une impression favorable auprès d'acheteurs potentiels.

Cette idée est loin d'être nouvelle puisqu'on le fait spontanément quand on cherche à vendre sa maison : on met sa propriété à son mieux afin qu'elle puisse plaire. Mais voilà, vouloir plaire n'est pas tout.

Toutefois, ce qui est nouveau avec le *home staging*, c'est le concept : une stratégie de mise en valeur tournant autour de règles établies visant un maximum de résultats avec un minimum d'investissement. Et ça fonctionne.

### Formations reconnues

France et Brigitte travaillent sous l'enseigne *home staging* depuis novembre 2004. Cette méthode de mise en valeur de la propriété à vendre est la création d'une Américaine, Barb Schwarz, qui connaît un grand succès dans ce domaine depuis 1972 et qui enseigne ses connaissances sous forme de formations accréditées.

Dans la foulée de cet enseignement, France et Brigitte ont créé leur propre entreprise, *Coup d'œil design*, laquelle non seulement revamp le look des propriétés à vendre, mais aussi procure des formations en *home staging* à quiconque est intéressé. À ce jour, elles ont formé une centaine de spécialistes qui évoluent dans ce marché en toute autonomie.



PHOTO ALFRED LANCTÔT

■ France Arcand et Brigitte Poitras peuvent vous aider à bien préparer votre maison pour mieux la vendre.

Même si ce concept a fait des petits un peu partout dans le monde, ce n'est que récemment – depuis que France et Brigitte se sont lancées en affaires – que le marché québécois de la revente des propriétés profite des retombées plus que positives du *home staging*.

### 90 secondes...

La méthode préconisée par France et Brigitte repose sur quelques règles dont l'une d'entre elles s'apparente au coup de foudre. « Tout se passe au

cours des premiers instants, explique France. Un acheteur prend généralement sa décision dans les 90 premières secondes. » Et d'enchaîner Brigitte : « Ce n'est pas pour rien que notre entreprise s'appelle Coup d'œil Design, car seule une préparation adéquate de la propriété contribue à créer les conditions favorables à un coup de foudre, c'est-à-dire les conditions gagnantes au début d'une visite, dès les premiers coups d'œil. »

AVANT



PHOTOS D'ARCHIVES

■ Lieu par excellence de l'identité d'une résidence, la cuisine a été revue et corrigée de manière à être épurée, de telle sorte qu'un futur acheteur ne s'y sentira pas comme un intrus en la visitant.

APRÈS

