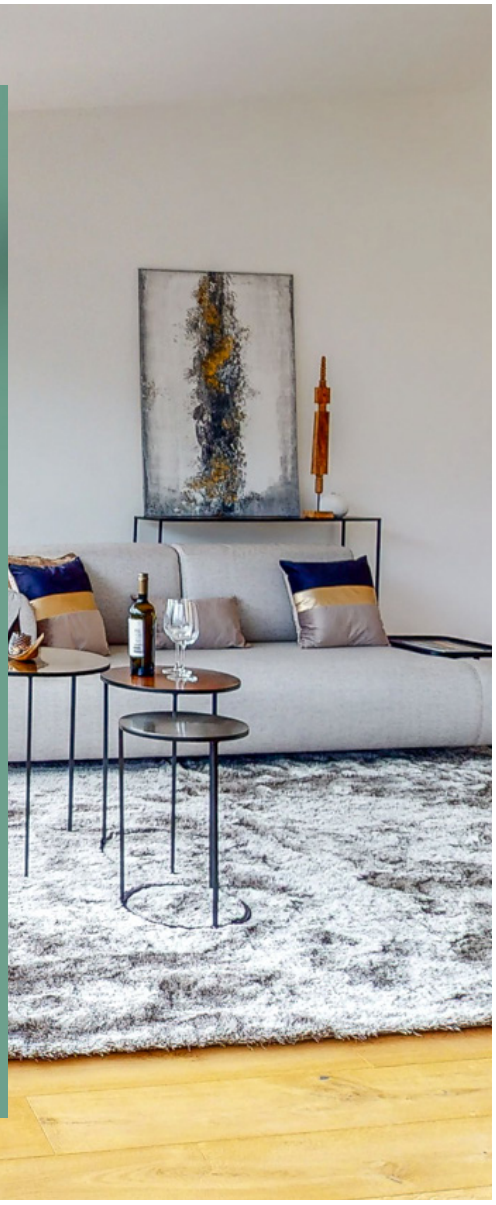
tRaum planer
HOME STAGING
RAUMPLANUNG

Success stories

«Un home staging de qualité doit mettre l'accent sur l'architecture, et ainsi en souligner les spécificités. C'est ce sens de l'observation et de la mise en valeur architecturale que je recherche chez un bon home stager.»

Angie Wuffli, W Real Estate AG



Avoir du flair

– Le home staging en immobilier de luxe répond à certaines règles –

Personne interrogée
Angie Wuffli

Fonction
Propriétaire de W Real Estate AG

Produit
Home staging

S'il y a bien un enseignement qu'Angie Wuffli, propriétaire de W Real Estate, a tiré de son expérience, c'est le suivant: la commercialisation de biens immobiliers de standing et de luxe n'est pas une sinécure! Une architecture résidentielle exceptionnelle requiert des concepts exceptionnels, surtout en matière de home staging. Dans cet entretien, elle nous révèle ce que peut – et doit – englober un service de home staging professionnel.

MADAME WUFFLI, DEPUIS QUAND EXISTE W REAL ESTATE?

Je travaille depuis longtemps en tant qu'indépendante dans le secteur de la commercialisation de biens immobiliers. En 2020, j'ai fondé W Real Estate pour me consacrer pleinement au développement et à la commercialisation de biens immobiliers de standing et de luxe. Cela signifie que nous disposons d'un portefeuille de propriétés restreint, mais particulièrement exigeant. Par conséquent, notre équipe compte des effectifs réduits pour assurer un service à la clientèle personnalisé et professionnel.

QUELLES SONT LES DIFFICULTÉS SPÉCIFIQUES À LA COMMERCIALISATION DE BIENS IMMOBILIERS DE LUXE?

Dans les segments de standing et de luxe, la commercialisation de propriétés immobilières n'est pas une sinécure. Il ne suffit pas d'ouvrir la porte, de prendre des photos et d'envoyer un dossier de présentation du bien aux clients. La durée de commercialisation est sensiblement plus longue. Celle-ci commence d'ailleurs souvent durant la phase de développement. Dans le cas d'immeubles neufs, par exemple, il m'arrive de participer à la conception des plans d'étage avec les architectes. En effet, comme j'ai un intérêt personnel à ce que l'architecture soit bien conçue, je peux être amenée à faire le lien entre les architectes et le client. Sans compter que je possède l'expérience nécessaire dans ce segment et une bonne connaissance des attentes de la clientèle haut de gamme. Ce n'est souvent pas facile, mais pour moi, il n'existe pas de plus beau métier au monde.

«Dans les segments de standing et de luxe, la commercialisation de propriétés immobilières n'est pas une sinécure. Il ne suffit pas d'ouvrir la porte, de prendre des photos et d'envoyer un dossier de présentation du bien aux clients...»

LE HOME STAGING A-T-IL TOUJOURS FAIT PARTIE DE VOTRE SERVICE DE COMMERCIALISATION?

Je sais depuis longtemps à quel point le home staging est essentiel à la vente de biens immobiliers. Dans mon entreprise précédente, j'accordais déjà une importance particulière à l'ameublement. Mais avec un autre prestataire et un autre concept.

COMMENT AVEZ-VOUS DÉCOUVERT TRAUMPLANER?

Lorsque j'ai fondé ma nouvelle entreprise, je tenais vraiment à professionnaliser mon offre. Les services de tRaumplaner m'ont été recommandés. En effet, le home staging ne repose pas seulement sur l'ameublement et la décoration, mais aussi sur l'élaboration d'un concept cohérent et le recours à des moyens logistiques adaptés. Ce n'est tout simplement pas dans mes cordes, tRaumplaner est nettement plus compétente et efficace que moi.

LES BIENS IMMOBILIERS DE STANDING REQUIÈRENT-ILS UN HOME STAGING DIFFÉRENT?

Aussi étonnant que cela puisse paraître, la taille des pièces constitue un véritable défi. Une telle surface et un tel espace confèrent rapidement à ces biens immobiliers une impression de gymnase – inconfortables et sans vie, et les clients potentiels ont du mal à se projeter. Tout l'enjeu réside donc dans la capacité à souligner la générosité des espaces, tout en créant une atmosphère agréable. Encore plus que dans les autres segments, il est essentiel de créer une ambiance générale accueillante.

Le mobilier joue donc un rôle décisif, il faut choisir des meubles haut de gamme qui conviennent parfaitement à l'architecture du lieu. Mais vraiment, le plus important, c'est l'impression générale. Celle-ci doit être cohérente jusque dans les moindres détails; les meubles, accessoires et articles textiles doivent être assortis. Surtout, plus le segment est haut de gamme, plus le home staging doit être discret.

SELON VOUS, QUELS SONT LES CRITÈRES D'UN HOME STAGING RÉUSSI?

De manière générale, nous sommes confrontés à deux situations. Soit les biens immobiliers sont occupés, soit il s'agit d'appartements témoins. En cas de biens occupés, nous essayons de tirer le meilleur parti des éléments déjà présents. Cela signifie tout d'abord de dépersonnaliser les pièces pour obtenir «l'effet hôtel» désiré, tout en veillant à créer une atmosphère qui permette à chacun de s'y visualiser.

L'utilisation de la lumière joue un rôle très important car nous mettons en valeur l'intérieur pour en prendre des photos et proposer des visites virtuelles, et non des visites physiques. L'expérience a montré qu'avec les propriétés existantes, le prix

paraît plus crédible lorsque l'impression générale est soignée. Autrement dit, si les pièces offrent un concept harmonieux et cohérent. Et seul un home staging de qualité permet d'obtenir un tel résultat.

L'idée, c'est de proposer aux acheteurs potentiels un bien qui leur procure un sentiment de sécurité, dans lequel ils se projettent et perçoivent le potentiel au premier coup d'œil.

POUVEZ-VOUS NOUS DONNER UN EXEMPLE DE PROJET POUR ILLUSTRER VOTRE TRAVAIL?

Un bon exemple serait le nouvel ensemble immobilier à Räbberg, près de Thoune. Ce complexe immobilier exclusif, situé sur un ancien site viticole, séduit par son emplacement unique en pleine nature et sa vue imprenable sur les Alpes bernoises. En tenant compte de l'emplacement de choix et des caractéristiques architecturales du lieu, tRaumplaner est parvenue à concevoir une maison témoin dans un style particulier. En accord avec l'architecture haut de gamme, le home staging a su combiner à la perfection un style design classique, un intérieur moderne et des œuvres d'art contemporain. Le salon dispose de grandes fenêtres offrant une vue magnifique sur la campagne et les montagnes environnantes. Les cadres des fenêtres créent l'image authentique que nous voulons donner. Cette vue est l'argument de vente principal. L'ameublement doit donc venir en soutien, et non détourner l'attention ou obstruer la vue. La chaise longue dessinée par Le Corbusier est une invitation à admirer la beauté du paysage. Les œuvres d'art disposées dans la pièce ont été soigneusement sélectionnées pour venir compléter le tout, et non pour y faire concurrence.

«Un home staging de qualité doit mettre l'accent sur l'architecture, et ainsi en souligner les spécificités. C'est exactement ça que je recherche chez un bon home stager.»

Il en va de même pour les matériaux et textiles choisis: le chrome et les tissus lisses

Complexe immobilier Räbberg, près de Thoune, après le home staging

comme la soie ont un style moderne, et permettent ainsi de souligner l'architecture. Le concept d'éclairage a été spécialement étudié pour mettre en scène les éléments qui nécessitent une attention particulière, tout en créant une atmosphère générale agréable et chaleureuse.

Si vous voulez, c'est comme vouloir relooker une amie qui vous est chère. L'idée n'est pas de dissimuler d'éventuels défauts, mais de mettre en avant les principales qualités. Chaque personne a son propre style et ses propres préférences en matière de motifs, de teintes et de matériaux. Ceux-ci ne suivent pas forcément les tendances à la mode.

Mais pour en revenir à notre projet immobilier: si nous avions dû opter pour une tendance en matière de décoration d'intérieur, nous nous serions probablement tournés vers le style «shabby chic». Mais celui-ci n'aurait pas été adapté à l'architecture.

EN PARLANT DE GROUPE CIBLE… PENSEZ-VOUS QUE L'APPARTEMENT TÉMOIN PEUT AIDER LES PERSONNES INTÉRESSÉES À SE FAIRE UNE IDÉE ET À APPLIQUER LEURS OBSERVATIONS À UN AUTRE APPARTEMENT?

C'est tout à fait possible, oui. Dans le gros œuvre, les pièces paraissent plus petites, parfois même oppressantes. Les proportions peuvent être mal estimées. Mais disposer un canapé peut servir de référence pour estimer la hauteur de plafond par exemple. Même si l'appartement témoin ne correspond pas pleinement à l'appartement en question, il peut aider à prendre une décision. Mes clients ont bien sûr de l'expérience et de bonnes capacités de projection dans l'espace, mais ils oublient souvent que les acheteurs potentiels n'en ont pas forcément. Il s'agit souvent de médecins, d'avocats ou de cadres qui n'ont pas l'habitude d'étudier des plans d'appartement et ne parviennent pas à s'imaginer une pièce vide meublée.

«Selon les statistiques, on estime à environ 80 000 le nombre d'appartements vides en Suisse. Alors qu'auparavant, il suffisait de vendre des appartements sur plan, aujourd'hui, il faut trouver des idées et faire preuve de créativité.»

OBSERVEZ-VOUS NÉANMOINS DES RÉTICENCES CHEZ VOS CLIENTS QUANT AU HOME STAGING?

Malheureusement oui. Prenons par exemple notre projet à Räbberg: j'ai repris la vente à un autre agent. En effet, celui-ci avait déjà lancé le projet depuis deux ans, sans réaliser d'avancées significatives. Il fallait donc que les choses avancent rapidement. Les maîtres d'ouvrage et moi-même avons alors décidé de relancer le projet. Les maîtres d'ouvrage sont des promoteurs immobiliers établis. Le home staging est un concept nouveau pour eux. J'ai donc dû trouver les bons arguments pour les persuader, car à leurs yeux, le home staging ne présentait aucun intérêt, et semblait trop compliqué et coûteux. Ils craignaient que le style d'aménagement ne corresponde pas au public cible et que le home staging s'avère donc contre-productif. Mais ils ont fini par se laisser convaincre. Et en seulement trois mois, deux maisons avaient été vendues – ce qui les a convaincus du bien-fondé du home staging.

QUEL EST LE PRINCIPAL AVANTAGE POUR VOUS?

Au début, j'étais très critique à l'égard des visites virtuelles car je trouvais qu'elles manquaient de ressenti émotionnel. Aujourd'hui, notamment dans le contexte de pandémie, je pense qu'elles peuvent être très utiles car elles donnent une bonne première impression aux acheteurs potentiels. Du côté des clients, le home staging permet à la fois de réduire la durée de commercialisation, et d'aspirer à des prix de vente plus élevés, ce qui renforce leur satisfaction.

Et pour moi, les avantages sont multiples également. Je bénéficie d'un service «tout en un», ce qui m'évite de devoir coordonner le travail avec divers prestataires. Cela m'épargne beaucoup de temps pour me concentrer sur mon propre travail.

«Je pense aussi que les visites virtuelles ont calmé le tourisme immobilier et que les visites avec les acheteurs potentiels ont pris une tournure plus concrète de manière générale.»

POURQUOI TRAUMPLANER EST LE PARTENAIRE IDÉAL POUR VOUS?

Parce que nous formons une équipe imbattable, tant sur le plan créatif qu'organisationnel. Généralement, il faut procéder à plusieurs tours de table avec des mood boards différents avant de trouver la configuration optimale. Mais la coopération avec tRaumplaner permet d'éviter ces étapes fastidieuses. En effet, il suffit à ma collègue d'envoyer des photos du bien, et tRaumplaner conçoit un concept parfaitement adapté à celui-ci. Autre aspect: l'utilisation ciblée d'œuvres d'art joue un rôle essentiel dans le home staging de biens immobiliers de luxe. Et tRaumplaner parvient toujours à produire des œuvres d'art originales parfaitement assorties à l'ameublement et à l'architecture. Pour ce faire, ils font appel à des artistes sous contrat, qui fournissent un travail de grande qualité. Nous avons tout simplement la même vision de l'excellence, de l'aménagement, et nous voyons le même potentiel dans les biens immobiliers. C'est quelque chose d'important pour moi.

Sans compter tout le soutien organisationnel et logistique – la commande, le retrait et l'assemblage des meubles, la prise de photos et l'élaboration des visites virtuelles, etc. – tout cela représente beaucoup de travail, dont je ne dois plus m'occuper. Je peux pleinement me reposer sur l'équipe de tRaumplaner, c'est très pré-

cieux.

De plus, tRaumplaner est très flexible. Les demandes urgentes ou les souhaits particuliers ne posent jamais de problème. Même quand je souhaite intégrer d'autres prestataires dans le projet, par exemple un photographe professionnel, ils en tiennent compte. Je peux être assurée qu'ils feront tout leur possible pour obtenir le meilleur résultat – et c'est précisément l'attitude attendue dans l'immobilier de standing de nos jours!

W REAL ESTATE AG

W Real Estate AG est non seulement un partenaire professionnel et hautement expérimenté, mais qui veille également à s'impliquer de A à Z dans chaque projet immobilier. W Real Estate AG est une agence qui accepte les projets, les discute personnellement, les analyse, les conçoit, et surtout les commercialise avec succès.

Elle vous accompagne de l'évaluation à la signature du contrat en passant par la documentation, les visites, la planification et la mise en œuvre.

TRAUMPLANER GMBH

tRaumplaner GmbH a été fondée en 2018 et compte aujourd'hui parmi les plus grandes agences de home staging de Suisse. tRaumplaner considère le home staging comme un outil global de commercialisation des biens immobiliers, et veille systématiquement à mettre cette approche en pratique.

Ses produits et services sont axés sur la création d'expériences réelles et exceptionnelles, ainsi que sur une utilisation ciblée des outils de marketing numérique. Pour commercialiser des biens immobiliers plus rapidement et à un prix plus élevé, ses équipes s'appuient sur un mélange de solutions en ligne et hors ligne.

tR

tRaum planer

HOME STAGING
RAUMPLANUNG

Révélez tout le potentiel de votre bien immobilier.

tRaumplaner GmbH

Fabrikstrasse 11
2543 Longeau BE
T +41 32 623 50 70

info@t-raumplaner.ch
www.t-raumplaner.ch