

**Karine Alvès.** Elle a créé L'Imnovation, une agence immobilière qui offre des prestations de home staging pour vendre un bien plus rapidement.



## Home staging, art de la mise en scène

**P**opularisé par les émissions de Stéphane Plaza, *Maison à vendre*, le home staging s'impose peu à peu en France, comme le moyen d'accélérer la vente d'un bien immobilier. À Toulouse où les biens à la vente, dans certains quartiers, sont abondants, du fait de l'arrivée à terme de programmes de défiscalisation, cette technique de mise en valeur qui est censée d'un côté permettre au futur acquéreur de se projeter et donc de provoquer le coup de cœur et, de l'autre, permettre au vendeur de réaliser son bien plus rapidement dans de bonnes conditions financières, gagne indubitablement du terrain. Certains professionnels, à l'image de Karine Alvès, en ont fait leur spécialité. Elle a créé, il y a deux ans, L'Imnovation, une agence immobilière et de home staging qui propose ce type de prestations à ses clients vendeurs, particuliers et professionnels. L'entreprise, qui emploie déjà trois

personnes, va réaliser près d'une trentaine de ventes cette année et générer plus de 215 K€ de chiffre d'affaires. De fait, depuis deux ans, L'Imnovation connaît une croissance très dynamique, à telle enseigne que la jeune femme prévoit de recruter deux agents commerciaux supplémentaires en 2018.

Avant de se lancer, Karine Alvès a acquis une expérience d'une quinzaine d'années dans l'immobilier, travaillant en agence pour d'importants promoteurs ou réseaux. Elle s'est intéressée dès 2012 au home staging, puis s'est formée à ces techniques de marketing à Paris. Elle a d'abord proposé ses services à des agences immobilières, à l'époque peu réceptives à ce concept encore nouveau, avant d'obtenir sa carte d'agent commercial. Après avoir affiné son concept, elle propose aujourd'hui « un plan d'action personnalisé et stratégique » qui comprend côté

home staging le prêt de mobilier et d'accessoires de décoration et le service d'un photographe professionnel. Car explique-t-elle, « vu le flot d'annonces présentes sur Seloger et Leboncoin, pour se démarquer il faut de jolies photos, et pour ça, avoir une présentation agréable, avec un aménagement harmonieux et cohérent par rapport au volume des pièces. » Qui plus est, poursuit-elle, « l'acheteur a en moyenne une demi-heure pour visiter un bien. Il faut être efficace. Le bien doit lui donner l'envie d'acheter, sinon, il ira voir ailleurs, car il a le choix. » Grâce à cette offre nouvelle, les biens sont vendus en moyenne « sous deux mois », assure-t-elle. Compte tenu de ce succès, Karine Alvès réfléchit désormais à former et rallier sous sa marque d'autres professionnels pour, insiste-t-elle continuer de « démocratiser le home staging ».

A. B.

décideurs