



6

Immovation met en scène les biens à la vente

Bien connu des téléphages, le home-staging est une innovation de service qui révolutionne doucement le monde de l'immobilier. Immovation compte parmi les entreprises qui croient dur comme fer à son potentiel.



« Immovation apporte à la fois une innovation de service et de politique commerciale »

Popularisé par une célèbre émission de télévision, le home-staging a pourtant mis du temps à s'imposer en France. « Il est apparu en 2007, importé des Etats-Unis. Mais jusqu'à en 2011, il avait une aura négative liée à ces programmes. On imaginait alors qu'il impliquait beaucoup de travaux, une perte de temps et d'argent pour les propriétaires », explique Karine Alves, la créatrice d'Immovation. Pourtant, la chef d'entreprise, qui a travaillé pour de grands acteurs de la promotion immobilière, croit beaucoup à son impact. « J'ai été amenée à revendre des appartements arrivés en fin de période de défiscalisation, tous identiques, ce qui m'a permis d'envisager le potentiel d'une telle opération. » Depuis cinq ans, elle a créé, seule, un projet d'agence immobilière qui propose à la fois de revaloriser le bien en vente avec du home-staging et de le mettre en valeur sur les sites d'annonces immobilières grâce à des photos de qualité. Un service qui aurait un véritable impact sur la vente selon elle ! « Ces trois dernières années, nous vendions en moyenne un bien en deux mois, nous sommes passés à vingt-un jours en 2018. Depuis le début de l'année, nous en avons ainsi vendu dix-sept. »

40.000 euros investis dans du matériel

Pour la chef d'entreprise, le home staging s'apparente à de la mise en scène « pure ». « Nous prêtons le mobilier et les accessoires de décoration à nos clients. Nous avons un panel de décors en stock qui s'adaptent à la cible. Nous les prêtons jusqu'à la vente. » Elle a ainsi investi 40.000 euros dans du mobilier, de quoi meubler une dizaine de biens à la fois. Son modèle économique reste identique à celui d'une agence traditionnelle, à la seule condition que son client lui confie un mandat exclusif. « Nous faisons le choix de ne pas prendre trop de mandats, contrairement aux agents immobiliers traditionnels. Nous misons sur la qualité. J'ai en moyenne dix clients dans mon portefeuille. » Hébergée en pépinière, Karine Alves est ravie que le caractère innovant de son projet ait ainsi été reconnu. « C'est à la fois une innovation de service et de politique commerciale. Cette installation m'a permis de structurer mon activité et de recruter une première salariée. » À l'avenir, elle entend d'abord développer son projet à Toulouse en ayant pour objectif deux agences à l'horizon 2021. ■

côté
bilité
écu-
arte-
bbo,

er
ui

ier

n de
er la
liga-
ente,
is al-
oient
er au

op-
aux
n qui
n de
C, D,
llons
x de
offre
elais.
s. Ils
r un
e ré-
aux

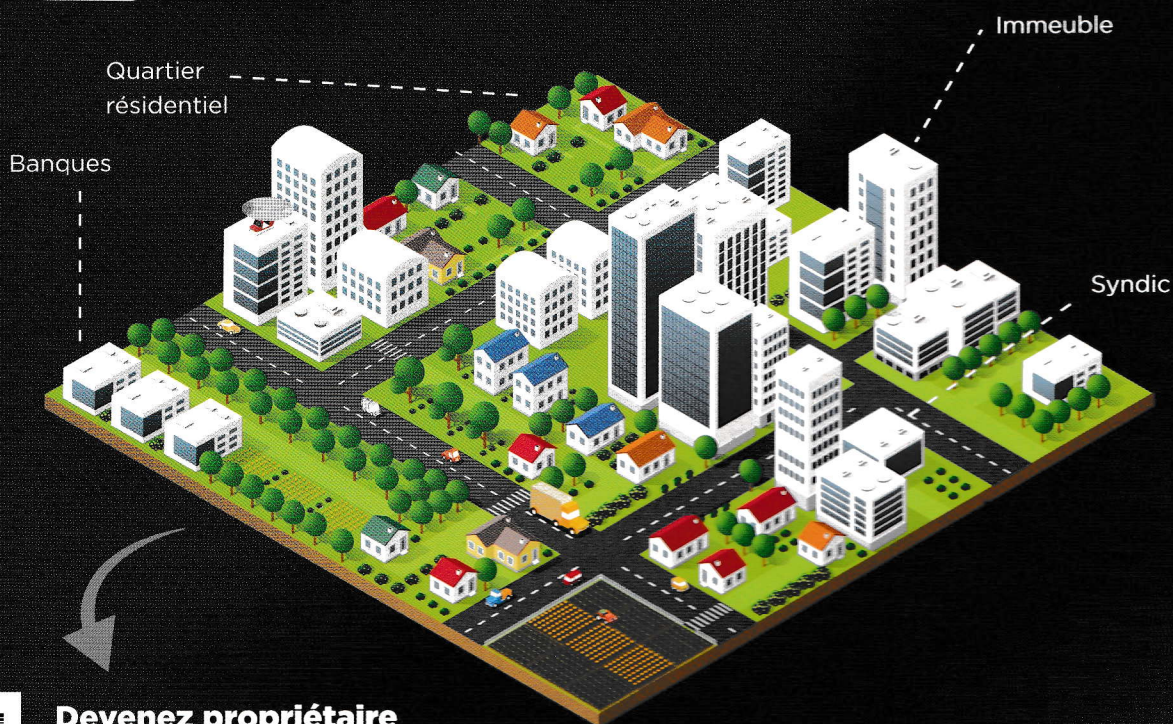
voir page 78

Start-up : découvrez à quoi ressemblera l'immobilier de demain

TOULÉCO

HORS-SÉRIE ÉDITION 2019

Le guide DE L'ACHETEUR **IMMOBILIER** EN OCCITANIE



Devenez propriétaire
en trois étapes

1

Je définis
mon projet

2

Je me fais
aider

3

Je me fais
financer