

Vendre ? Acheter ? RTL joue les agents immobiliers



Vendre une maison ou acheter un bien au prix le plus bas possible est de plus en plus difficile. Le nouveau prime de RTL va donner des conseils avisés à des particuliers avec des méthodes parfois surprenantes.

Chaque année, plus de 120.000 familles décident de déménager... Mais avec le marché de l'immobilier en crise, leur maison ne trouve pas facilement d'acheteurs ! Ou ils sont à la recherche de la maison de leurs rêves mais n'arrivent pas à la trouver : trop petite, mal située, à rénover ou trop chère ! Des spécialistes de l'immobilier vont tout mettre en oeuvre pour aider ces familles à vendre ou à acheter leur maison.

*Acheter ou vendre est presque une passion en Belgique, explique **Stéphane Rosenblatt**, Directeur des Programmes de RTL. L'acquisition d'un bien est une décision qui va modifier le destin de toute une famille et c'est un engagement pour 20 ans en moyenne. « **A vendre ou à acheter** » ne sera pas un magazine immobilier, ni de décoration en prime-time. Le concept est un divertissement de 52 minutes autour de l'acheteur, le vendeur et ceux qui les conseillent. L'idée de l'émission vient d'un constat, précise **Boris Portnoy** de Keynews, la société productrice de l'émission, celui où pour acheter ou vendre une maison, nous ne sommes pas outillés, et franchir le pas n'est pas aussi simple qu'on peut le penser. Cinq coaches vont venir en aide aux participants du programme. Ce ne sont pas vraiment des candidats que nous allons suivre, ajoute M.Portnoy, parce qu'il n'y a pas de compétition, pas de lots en bout de course. Les personnes suivies ont été recrutées sur annonces, via le site ou ce sont des histoires de clients des coaches eux-mêmes.*

Le Club des Cinq

Pour dénicher les experts, la production a principalement fait le tour des agences immobilières du



Royaume. **Olivier Vercruyse** est agent immobilier dans la région de Liège et sur le Namurois. Il dit de lui qu'il a une « voie lactée » au-dessus de la tête. L'agent arrive à vendre un bien en quelques visites, montre en main !

Patrick Menarche est le spécialiste des biens d'exception. Avec plus de 25 ans d'expérience dans le métier, il possède le tableau de chasse le plus étoffé des experts de l'émission. **Angie Impellizzeri**, Louviéroise, c'est une « boule de feu » ! Elle déborde d'énergie. Le « all-in » de la profession. Elle négocie les crédits avec la banque, force des portes pour ses clients. Bref, c'est du non-stop tout en restant proche de sa clientèle.

« *A vendre à acheter* » va faire découvrir deux

professions plus méconnues des téléspectateurs mais pourtant très étroitement liées au monde de l'immobilier, ce sont les « chasseurs immobiliers » et les « Home Stagers ». **Christophe de Viron** est un **chasseur immobilier**. C'est un expert qui prend en charge la recherche d'un bien pour ses clients. *Nous ne travaillons que pour les acheteurs*, précise Christophe. *Nous les aidons à présélectionner les biens, nous les pré-visitons pour eux. Le but est que les candidats n'aient plus que 5 visites à effectuer avant de se décider. Comme le chasseur est « distant » par rapport au bien, la négociation est plus facile.* En général, un particulier qui visite un bien et qui tombe sous le charme fera une transaction très difficile parce que le vendeur sait que l'acheteur ira loin pour décrocher la vente. Le métier de chasseur est connu depuis une vingtaine d'années dans les pays anglo-saxons. En France, il est apparu il y a 10 ans. Et chez nous, la profession vient de voir le jour. Christophe de Viron l'avoue, *Oui, nous sommes un petit peu les ennemis des vendeurs puisque nous négocions au prix le plus bas pour nos clients.* La demande la plus originale qu'a eu Christophe est celle d'un client américain qui avait fait appel à lui, l'an dernier, pour acquérir une des **boules de l'Atomium**. *Au départ, il voulait un bel appartement à Bruxelles, et il avait entendu que des boules de l'Atomium étaient inoccupées. Les promoteurs du monument nous ont vite remballé, mais nous, on avait risqué le coup, c'était le souhait du client. Au final nous lui avons trouvé un chouette penthouse au sud de Bruxelles.*



Coralie Verheyden, c'est le charme à l'état pur, et c'est aussi une perle rare, une « **Home Stager** ». Derrière ce nom un peu barbare se cache la « mise en scène de la maison ». Le concept, qui est né dans les années septante aux Etats-Unis, vise à améliorer un bien pour favoriser la vente. *Ce n'est pas du tout de la « redécoration »*, annonce d'emblée Coralie. *Quand on décore sa maison, on réinvestit dans sa maison pour y rester. Avec du « home staging », on rend le bien neutre pour que l'acheteur potentiel*



puisse se projeter dans un endroit où il risque d'habiter du jour au lendemain. On ne décore pas en imposant un style. Nous suggérons des choses pour que le visiteur ait envie d'y investir les lieux et d'y vivre. Un home stager fonctionne avec de tout petits budgets, puisque justement l'investissement doit être rentable assez vite. La fourchette va de 0,5 à 2% maximum du prix de vente du bien. Les sommes dépensées se récupèrent assez rapidement sur la vente qui se produit généralement dans le mois. Mais le home stager est souvent montré du doigt par les agents immobiliers, parce que le but de la « mise en scène » est d'éviter une négociation du prix. En période de crise, un candidat acheteur va essayer de trouver le plus défauts possibles pour faire diminuer le prix, raconte C. Verheyden. Nous nous allons justement tout faire pour qu'il y ait moins de défauts possibles. Quand le marché est plus difficile, il faut pouvoir se démarquer, et donc la vente rapide à un bon prix, c'est ce que tout le monde souhaite, et le

home staging est une des solutions qu'il faut envisager pour aller dans cette optique. Si vous parlez de « maquillage » à Coralie, elle balaye le terme d'un trait au pinceau ! Le home staging, c'est quelque-part du maquillage, mais nous sommes là pour présenter le potentiel de la maison, ce que l'on pourrait en faire. Quand la mission est accomplie, le home stageur repart avec ses meubles et les choses qu'il a apporté. Le client n'achète pas les meubles ou les lustres, les éléments de déco, etc.. Nous sommes aussi là pour faire faire les travaux si par exemple, il y a des problèmes d'humidité, des charnières à remplacer, des vitres brisées, etc... Pour l'acheteur c'est donc également un avantage parce qu'il n'aura plus ce souci des travaux à réaliser, conclut-elle.

Pas de nouvelle battisse à la clef ou un chèque-construction en fin de saison. Le programme veut surtout venir en aide aux particuliers. La détresse est parfois telle que les gens acceptent que des inconnus viennent dans leur maison et ils leur laissent carte-blanc. « *A vendre ou à acheter* » a déjà fait ses preuves au Royaume-Uni et en Flandre avec succès. Les Francophones tomberont-ils également sous le charme ?

« **A vendre à acheter** », mardi 27 avril à 20h20 sur **RTL-TVi**.