

TENDANCE

Ces as de la rénovation font un carton

Sur les réseaux sociaux, des particuliers débrouillards racontent comment ils transforment de vieilles bâtisses en lieux de charme. Séduisant des internautes en quête d'inspiration, ils sont aussi courtisés par des marques.

PAR CLÉMENCE LEVASSEUR.

Début novembre, dans une nouvelle story de son compte Instagram, Paulo, 24 ans, cheveux courts et sourire communicatif, partage le programme de ses travaux du jour : « Bienvenue à la maison ! Au planning, aujourd'hui, peinture du contreplaqué cintrable d'un meuble de la cuisine et aménagement du cellier qui est sens dessus dessous. Allez, c'est parti ! » Depuis plus de deux ans, avec sa compagne, Lulu, 23 ans, le jeune homme rénove une école normande de 280 mètres carrés, datant de 1747. Un défi fou : avec leur famille et leurs amis, ils ont mis à nu les murs et la charpente, reposé les planchers, remplacé la toiture, rénové les façades... Documentée en vidéo chaque jour sur @paulo.lulu_renovation, cette aventure impressionnante séduit 657 000 followers.

Comme celui du couple normand, de nombreux comptes racontant des chantiers de réhabilitation hors norme, avec humour et pédagogie, connaissent un succès phénoménal. Pour n'en citer qu'une poignée, Océanne (@oceanne.au.chateau, 171 000 abonnés sur Instagram) retape une superbe demeure Renaissance en Vendée, tandis que Lilian et Valentin Gougeon-Richard (@2boys1house,



Sur le compte Instagram @2boys1house, Lilian et Valentin Gougeon-Richard (en haut, à g.) documentent le chantier XXL qu'ils mènent dans le Pas-de-Calais.

479 000 abonnés, photos ci-contre) redonnent vie à une ferme troglodytique, et que Pierre et Phil (@3housesreno, 1,3 million d'abonnés) bricolent en Auvergne. « Depuis les confinements liés au Covid-19, alors que tout le monde était coincé à la maison, les contenus autour du bricolage et de la décoration ont décollé sur les réseaux sociaux, explique Julien Drisch, fondateur et directeur de Talentcy, une agence de marketing d'influence. Désormais, le public se passionne pour les comptes qui racontent des chantiers un peu dingues, sur des bâtiments atypiques ou en très mauvais état. Leur communauté les suit afin de voir la progression des travaux, les encourager et s'y attache comme à des personnages de série. D'autres s'y intéressent car ils y puisent de l'inspiration et de pour leur propre projet immobilier. »

Paul Barnier, 33 ans, a lancé son compte éponyme sur Instagram il y a trois ans lorsque, avec sa compagne, il acquiert une immense grange près de Toulouse pour la transformer en habitation. But initial ? Informer amis et famille de l'avancée des travaux. « Mais, très vite, les chiffres se sont emballés, se souvient celui qui est désormais suivi par 404 000 fans. Si notre compte plaît autant, c'est qu'avoir une belle maison est un rêve partagé par tous. Nous avons effectué nous-mêmes une grande partie des travaux et cela a poussé certains à se lancer. En partageant nos galères, nos joies, notre budget, en demandant des conseils, nous avons créé une vraie relation de proximité avec nos followers. »

Une belle vitrine pour les cuisinistes et les magasins de bricolage

Avec leur large communauté et leur ton authentique et amusant, ces influenceurs spécialisés en rénovation ont rapidement intéressé les marques. Magasins de bricolage, cuisinistes, marques d'outils ou de matériel les courtisent, leur proposant des placements de produits contre rémunération ou dons en nature. Depuis plusieurs années, Leroy Merlin collabore ainsi avec certains d'entre eux. « Grâce à leur contenu accrocheur et pédagogique ou leurs tutos, ils montrent que le bricolage, les travaux, le *do it yourself* sont accessibles à tous et économiques, explique Anna Faure, responsable du pôle réseaux sociaux, relation presse et influence de l'enseigne. Ils nous permettent de communiquer autrement, avec des personnes qui ressemblent à nos clients. » Preuve en chiffres, le budget qui leur est alloué par l'enseigne a été multiplié par quatre en cinq ans.

Grâce à ces collaborations, au bout de deux ans, Paul Barnier a quitté son métier dans la vente de produits de bien-être pour se consacrer pleinement à celui de créateur de contenu. « Tourner les vidéos, les monter, écrire les textes, monétiser les posts, répondre aux messages des internautes demande de s'y consacrer 7 jours sur 7, indique-t-il. Après avoir travaillé sur le chantier, j'y consacre au moins deux heures quotidiennement. » Surfant sur cette tendance, de nombreux comptes sont lancés sur ce thème. Alors que, selon un sondage de la Fédération des magasins de bricolage datant de décembre 2024, 60 % des Français se déclarent bricoleurs, les poses de parquet, les coups de pinceau et les chapes de béton n'ont pas fini de rafraîchir la Toile. ■

PHOTOS © @2BOYSHOUSE.SP



ICONIQUE

Le sac Lady Dior

D'OÙ ÇA VIENT ?

À l'arrivée, en 1994, de Sidney Toledano à la tête du département de la maroquinerie de Dior (groupe LVMH, propriétaire du *Parisien - Aujourd'hui en France*), ce dernier souhaite mettre en avant le savoir-faire des artisans de la maison. Pour y parvenir, il imagine un sac sur lequel chaque élément, du surpiquage du cuir aux lettres en métal accrochées à l'anse, est un clin d'œil au style et à l'histoire de Christian Dior.

UNE HISTOIRE DE PRINCESSE...

En septembre 1995, le premier modèle à sortir des ateliers est offert par Bernadette Chirac, alors première dame de France, à Lady Diana, de passage à Paris. Un sac que la princesse ne quittera plus. Après avoir été surnommé « chouchou », il prendra le nom de Lady Dior (en photo, modèle en vente dès le 2 janvier prochain, 5 000 euros) lors de sa commercialisation, en janvier 1996. Il s'en vendra 100 000 en quelques mois.

... ET D'ESTHÈTES

Depuis 2015, Dior invite des artistes – peintres, sculpteurs, dessinateurs... – à réinterpréter à leur façon ce sac mythique, qui se transforme pour l'occasion en œuvre d'art. Pour fêter ces dix ans de collaborations, l'ouvrage rétrospectif *Dior Lady Art* (éd. Rizzoli, 352 pages, 90 euros) met en lumière plus de 270 réalisations à la créativité sans limites. **Airy Aubry**