



> Lire cet article sur le site web

Franchise : l'immobilier à l'heure d'Internet

Alors que certains pensaient que le Web allait laminer les agences immobilières, il n'en est rien. Au contraire, selon le cabinet d'études Xerfi, la part de marché de ces dernières a cru durant les quinze dernières années.

Sur un marché compliqué, Internet a tout de même transformé le secteur et favorisé l'apparition de nouveaux concepts de distribution comme les réseaux de mandataires ou la création d'une nouvelle forme de concurrence avec le développement des sites d'annonces classées. Le Bon Coin, leader des annonces classées immobilières sur Internet « Ces nouveaux portails ont généré un chiffre d'affaires de 240 millions d'euros en 2013, soit l'équivalent d'un réseau de 500 agences physiques et touchent 30% des internautes chaque mois », révèle l'étude réalisée par David Targy pour Xerfi. Sur ce marché, le site Internet Le Bon Coin se classe désormais en première place devant Seloger.com, précurseur des petites annonces immobilières en ligne. Pour contrer une telle concurrence, les réseaux d'agences immobilières doivent se montrer innovants et accélérer leur mue numérique. « Ils doivent se différencier et créer de la valeur pour leurs clients, conditions indispensables au maintien de leur modèle de rémunération et de leurs marges. » Des modèles différenciants □ Loide se laisser distancier, les réseaux immobiliers traditionnels proposent à leurs franchisés d'élargir leurs sources de revenus. En lançant une solution de financement destinée à ses clients acquéreurs, l'enseigne Côté Particuliers souhaite générer un flux de clientèle supplémentaire et un chiffre d'affaires additionnel. Et nombreux sont les réseaux immobiliers à s'être récemment lancés sur le créneau de la gestion locative, du syndic de copropriété ou encore de l'immobilier commercial en complément de leur activité de transaction. D'autres enseignes ont pensé un modèle totalement différent. « Notre enseigne permet à des candidats à la franchise de rentrer dans la profession en évitant les investissements et les charges fixes d'un point de vente et en conservant la quasi-totalité de leur chiffre d'affaires (100 % la première année, puis 97 % à vie). Un concessionnaire 123webimmo.com travaille son territoire en totale exclusivité et il est pleinement propriétaire de son fonds de commerce, librement cessible. En phase avec les attentes des consommateurs comme avec l'intérêt des entrepreneurs, notre modèle s'avère particulièrement bien adapté à ces temps de crise », explique François Touze, fondateur d'123webimmo.com. Proposant un taux de commission inférieur à celui des agences traditionnelles et s'appuyant sur des collaborateurs travaillant depuis leur domicile, les réseaux d'agents mandataires pèsent autour de 8 % du marché de la transaction immobilière (contre 6% en 2012 et moins de 3% en 2011) et devraient voir leur part de marché se situer entre 9 et 12 % en 201 (source Xerfi). Créés pour répondre à la mutation et l'évolution de la profession, les réseaux de conseillers indépendants ont réussi à se tailler une place dans le paysage immobilier. Ainsi, le réseau d'agents mandataires en immobilier Capifrance prévoit, d'ici 2016, de porter à 2 500 le nombre de ses conseillers. « Nous proposons un modèle moderne et efficace qui répond aux besoins de clients de plus en plus exigeants. L'arrivée d'Internet a véritablement changé le mode de consommation y compris dans le secteur de l'immobilier. Le particulier qui veut acheter ou qui veut vendre a aujourd'hui le réflexe Internet. Parce que c'est facile, parce que c'est rapide, parce qu'il peut consulter les annonces de son bureau. Il n'a plus l'obligation, comme il y a dix ans, d'ouvrir son journal ou de faire le tour des agences pour pouvoir découvrir les biens qui sont à la vente », clame Jacques Daboudet, Président de Capifrance. Positionnée sur un marché de niche, l'enseigne Espaces Atypiques créé par Julien Haussy entend se développer sur le créneau des biens contemporains. « Notre réseau n'a pas de concurrence directe. Des agences haut de gamme locales ou des réseaux traditionnels peuvent être amenés à proposer des biens atypiques mais ils n'ont ni notre expertise, ni le même éventail de biens atypiques que nous pouvons proposer. Nous nous différencions vraiment des agences traditionnelles », assure le fondateur du réseau. Avec leurs concepts innovants, ces réseaux répondent aux recommandations de Xerfi de réinventer les codes « en créant des concepts de distribution fondés sur la segmentation de l'offre ou l'innovation tarifaire. » Et demain ? Finalement, le retour à la croissance des agences immobilières devrait s'opérer de 2016 à 2020 « avec des progressions de 1 à 2% par an »,





précise toutefois Xerfi. En 2015, le chiffre d'affaires des agences immobilières devrait atteindre les 9,5 milliards d'euros, contre 10 milliards en 2011. « Alors que 4 000 agences ont déjà disparu depuis 2008, l'écrémage devrait persister. En fait, l'avenir du secteur se présente plus sous la forme d'un retour à la normale, après une décennie en or, que sous celle d'une crise.

