

Habx, de jeune pousse Proptech à pionnier de l'immobilier

Comment Habx est devenu le pionnier de la personnalisation pour la construction d'un bien immobilier ? Quels ont été les moments clés de son histoire ? Les défis qu'elle relève au quotidien ? Et comment gère-t-elle ses perspectives d'évolution ? Maddyness a fait le point avec Benjamin Delaux, son président-fondateur.

Temps de lecture : minute

10 janvier 2019

En France, près de 400 000 logements ont été construits en 2017. Pourtant, parmi les personnes cherchant à acquérir un bien immobilier, 72% craignent de ne pas trouver le logement correspondant à leurs attentes, selon les statistiques de la 17ème édition de l'observatoire du moral immobilier. En effet, une forte demande est observée mais l'offre auprès des agences reste standardisée et ne convient pas forcément aux besoins des futurs propriétaires.

La croisée des chemins, en 2013, de Benjamin Delaux et Édouard Lacoste d'un côté et Bastien Dolla de l'autre, "*marque le début de la rencontre entre l'immobilier et les nouvelles technologies numériques, aujourd'hui au coeur de l'identité de Habx*", explique Benjamin Delaux, président fondateur de Habx. Le premier est fondateur de Nouvelles fonctions urbaines (NFU), une plateforme de services spécialisée dans le montage d'opérations immobilières, le deuxième en était le directeur général, tandis que Bastien Dolla était conseiller chargé de l'économie du logement auprès du ministère de l'égalité des territoires et du logement, avant de devenir directeur général adjoint du Grand Paris Aménagement.

L'idée de Habx ? Renverser le déroulement classique d'une opération

immobilière. Il s'agit d'impliquer très tôt le futur acquéreur, en lui permettant de modeler son futur logement selon ses besoins, se distinguant ainsi des offres déjà présentes sur le marché. Les futurs propriétaires n'ont plus à se contenter de l'offre très uniforme qui leur est proposée. Habx a en effet opté pour un accompagnement en ligne qui inverse le rapport entre l'offre et la demande grâce au numérique. L'entreprise ambitionne même d'imaginer avec ses partenaires, en France et dans le monde, l'immobilier du 21^{ème} siècle, un immobilier de la demande, selon l'expression de l'entrepreneur.



À lire aussi

L'évolutivité comme nouvelle exigence !

L'objectif ? Personnaliser en réduisant les coûts

Il leur a fallu trois années pour mettre en place Localizer, un algorithme de recommandation géographique, et Pricer, un algorithme d'estimation financière fondé sur les besoins exprimés par les clients. *"Le meilleur moment de notre histoire : la mise en ligne de notre plateforme le 12 janvier 2017. Ça a été une immense fierté collective de voir opérationnel le premier outil permettant la production de plans sur-mesure à partir des besoins réels de futurs propriétaires"*, se rappelle Benjamin Delaux.

Outre la conception, Habx a aussi fait appel au numérique pour la promotion de son offre afin de réduire les frais des concepteurs. *"Grâce aux optimisations permises par notre communication et notre marketing numériques, cette offre est généralement moins coûteuse pour le promoteur que le recours à des prestataires classiques"*, indique Benjamin Delaux. Une baisse des coûts répercutée auprès des acquéreurs: *"cela permet de produire des logements non seulement choisis mais également moins coûteux : la démarche Habx augmente le pouvoir d'achat des ménages et facilite l'accession à la propriété"*.

Une offre déjà éprouvée

Le premier projet qui a vu la démarche Habx être mise en oeuvre a débuté en mars 2018. Il concerne les travaux d'Edison Lite dans le 13^e arrondissement de Paris. Grâce aux partenariats tissés avec des acteurs de la construction tels que Nexity, Vinci, Aviva Investors et plus de 70 promoteurs, aménageurs, foncières ou collectivités locales, la jeune pousse participe actuellement à 25 opérations immobilières en cours, représentant 1000 logements environ, et a déjà 150 opérations en attente.



À lire aussi

Le marché serait-il enfin prêt à voir émerger les startups de la PropTech ?

"Nous avons par ailleurs signé trois conventions de partenariat avec des établissements publics d'aménagement, EPA Marne à Marne-la-Vallée, l'EPA Bordeaux-Euratlantique à Bordeaux et Oppidea à Toulouse. Les élus locaux apprécient la production de logements choisis, abordables et durables, et habités principalement par des propriétaires-occupants dans leurs communes", ajoute l'entrepreneur.

Passer à l'échelle

Pour mener à bien ces projets, Habx a dû revoir à la hausse ses effectifs. L'entreprise est donc passée de 0 à 60 salariés en trois ans. En outre, son

tour de table de 10 millions d'euros bouclé en février 2018 auprès de Xange, Idinvest, NFU Digital et Jean-Pierre Rousseau doit lui permettre de se déployer dans les métropoles françaises et de préparer une internationalisation prévue pour cette année. Le conseil du CEO pour les entrepreneurs qui souhaitent se lancer ? *"Ne pas lancer un roadshow de levée de fonds au printemps !"* Il explique que *"le temps de faire le tour des investisseurs potentiels, la période estivale arrive et on repart à zéro au mois de septembre. La période idéale : l'automne, pour un closing en hiver"*.

Un développement rapide qui ne doit pas faire oublier les difficultés de gérer une entreprise dans un contexte toujours plus évolutif et donc imprévisible. *"Le plus déroutant aujourd'hui pour nous, c'est la temporalité dans laquelle évolue une startup, souligne Benjamin Delaux. Chaque jour, nous voudrions pouvoir pivoter, développer de nouveaux outils et de nouvelles offres, bref, ouvrir de nouveaux horizons, mais nous ne pouvons pas tout faire en même temps, malgré l'énergie que donne la conviction d'inventer quelque chose d'utile. Il faut consolider tout ce qui a déjà été accompli et rester cohérents avec la ligne que nous avons fixée."* Avant de pouvoir voir plus loin, plus grand, plus vite.