

Les pure players immobiliers peuvent-ils détrôner les agences traditionnelles ?

Les agences dématérialisées fleurissent, attirant les clients grâce à un suivi personnalisé à coût compétitif.

Temps de lecture : minute

6 juin 2019

Ce sont des poids plumes qui commencent à peser dans l'immobilier. Les agences immobilières en ligne se multiplient et cherchent à se faire leur place au soleil. Porte-drapeau du secteur, Proprioo a annoncé il y a quelques semaines une levée de fonds de 20 millions d'euros, preuve que le segment suscite la curiosité des investisseurs. Et pour cause : une myriade de startups se partagent aujourd'hui le marché des pure players immobiliers. Au Royaume-Uni, PurpleBricks, lancé en 2012, revendique aujourd'hui réaliser un vingtième des transactions du pays. De quoi laisser songeur quant au potentiel du marché français... Avec près d'un million d'achats dans l'ancien par an, l'Hexagone constitue un marché de choix.

Et le défi est de taille. *"Les acheteurs et vendeurs d'aujourd'hui utilisent Uber ou Airbnb, regardent Netflix... Ils sont habitués à la qualité d'expérience dont ces géants ont fait un standard"*, remarque Simon Primarck, cofondateur de Proprioo. Mais entre des agences immobilières à l'ancienne qui n'ont pas eu à réaliser leur transformation numérique pour séduire des clients dans un marché saturé et des plateformes de vente entre particuliers aux services minimalistes, un vide demandait à être comblé. Les startups se sont empressées de le faire.



À lire aussi

La PropTech peut-elle réinventer notre relation à l'immobilier ?

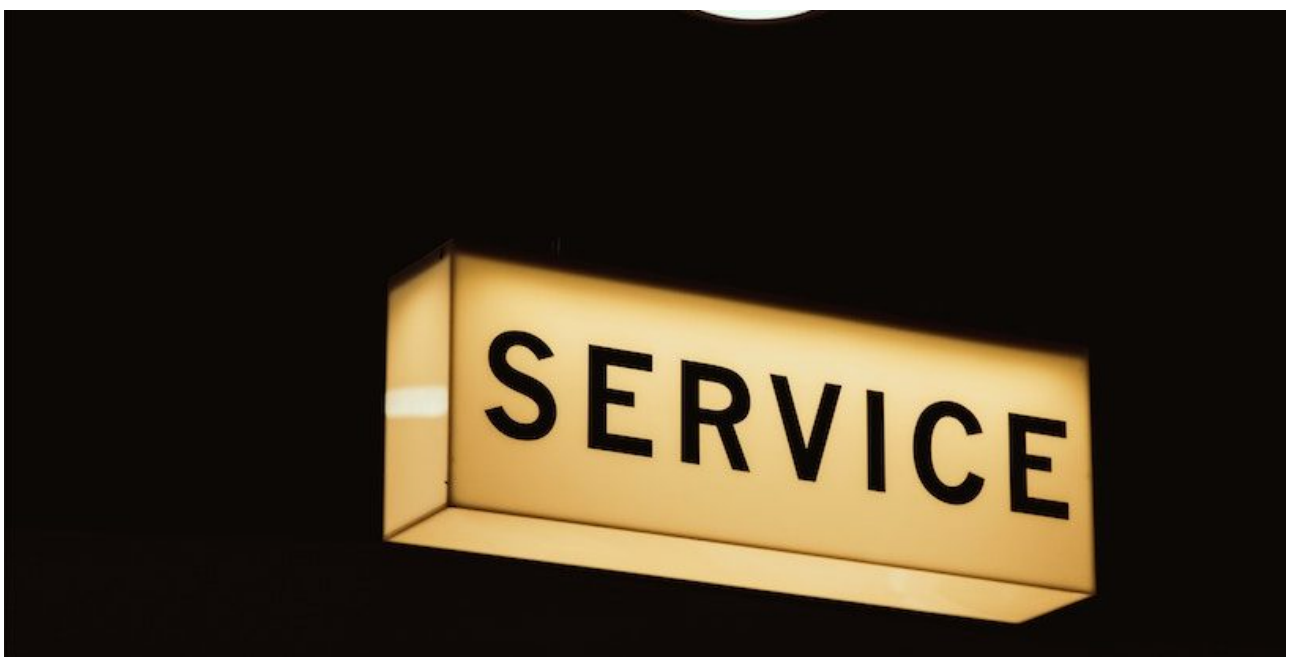
Ainsi, la plupart proposent aux propriétaires un certain nombre de services, certains inclus dans leur tarification plancher, d'autres en option : estimation du bien, accompagnement dans la réalisation des diagnostics obligatoires, séance photo du bien, diffusion de l'annonce sur divers canaux, gestion des visites, négociation avec les acheteurs potentiels et accompagnement jusqu'à la signature chez le notaire. Un suivi minutieux du client qui compense la relation à distance et le fait de ne pas avoir pignon sur rue.

Le paradoxe du low cost à forte valeur

ajoutée

Tout cela pour un prix défiant toute concurrence : de quelques centaines à quelques milliers d'euros pour les agences qui ont adopté un forfait fixe et 1,99% pour Proprioo. Bien loin des 5,4% de commission moyenne relevée par Homepilot l'an dernier pour un bien à 450 000 euros, soit... près de 25 000 euros. *"Le prix est évidemment un élément important de notre offre, reconnaît Simon Primarck. Les prix parisiens ont doublé en 15 ans mais les taux de commission sont restés les mêmes alors que le service des agences, lui, ne s'est pas amélioré."*

Pour attirer vendeurs comme acheteurs, les néo-agences ont donc cassé les prix pour *"dynamiter le marché"*, selon l'expression d'Henri Pagnon, cofondateur de Proprioo. Au risque de brouiller le message : quel service vaut si peu cher ? Après avoir pratiqué pendant près de deux ans un prix fixé autour de 1000 puis de 2000 euros, Proprioo a ainsi fait le choix l'hiver dernier de revenir à un modèle de commission. *"Nous voulions préserver une tarification attractive mais également investir massivement pour nous développer et préserver notre qualité de service, expliquent les entrepreneurs. Et, avec un prix fixe, notre modèle économique n'était pas assez attractif pour rassurer certains vendeurs."*



À lire aussi

Un service, qu'est-ce que ça vaut vraiment ?

Une bataille urbaine

C'est en effet tout le paradoxe de ces agences nouvelle génération : faire plus avec moins. Plus de services, plus de ventes - Proprioo en revendique 600 sur l'année écoulée, contre une trentaine en moyenne pour des agences traditionnelles - mais moins de coûts de structure en se passant d'agences physiques et moins d'agents immobiliers - Proprioo vise, à terme, 1000 agents répartis dans une quarantaine de villes, contre plusieurs milliers pour les réseaux d'agences traditionnelles. Cette rationalisation des coûts repose évidemment sur la technologie : systèmes d'information de pointe, CRM affûté et automatisation à gogo facilitent le travail des agents et leur permettent d'optimiser leur temps. Certaines agences rognent également sur les dépenses de personnel, en reposant sur un modèle ubérisé. Ce n'est pas le cas de Proprioo, qui a choisi de salarier - en CDI - tous ses agents.

Reste que la myriade de pépites qui se sont lancées sur le marché ne pourront pas toutes subsister. D'abord parce que le marché des transactions, aussi dynamique soit-il, semble se stabiliser. Ensuite parce que ces startups ciblent presque toutes la même clientèle : une population urbaine, active et rompue aux usages du numérique. Même si celle-ci a tendance à augmenter, il n'y aura pas de place pour tout le monde. "*Après une phase d'effervescence, le secteur va connaître une phase de concentration*", confirme Robin Rivaton, cofondateur de Real Estech, qui rassemble des pépites du secteur. La bataille pour les grandes villes françaises ne fait que commencer dans le secteur.
