

Le confinement a-t-il convaincu les Français·es d'acheter leur appartement en ligne ?

Les agences immobilières en ligne devraient profiter de l'explosion des usages numériques constatée pendant le confinement. Et se préparent pour une bataille acharnée avec les acteurs traditionnels.

Temps de lecture : minute

17 juin 2020

Confinés pendant deux mois, les Français ont redécouvert les vertus de l'e-commerce : courses alimentaires, matériel informatique, jouets pour les enfants... Rien ne se perd, tout se commande et se livre ! Même un appartement ? L'engouement des consommateurs et consommatrices pour la vente à distance a-t-il contaminé jusqu'à l'immobilier ? Pas encore, à en croire Henri Pagnon, cofondateur de l'agence en ligne [Proprioo](#). *"L'achat dématérialisé est technologiquement possible mais in fine doit être sanctionné par une visite physique. Les clients veulent que leur expérience d'achat soit plus agréable, plus sympa et plus flexible mais pas qu'elle soit totalement dématérialisée."*

Pas question pour autant de remiser au placard visites 3D et signatures électroniques, qui ont été dopées par le confinement. *"Le confinement a accéléré l'adoption par les consommateurs de certaines pratiques auparavant moins bien acceptées, comme l'estimation à distance, souligne Laurent Sabouret, fondateur de l'agence en ligne [Imop](#). Et aujourd'hui, les propriétaires veulent tous une visite 3D parce qu'ils ont réalisé que c'était nécessaire ! Cela s'est démocratisé grâce à la crise."* Et les agences nouvelle génération ont saisi la balle au bond.

Le déconfinement dope les transactions

Alors que ces agences sans points de vente physique sont parfaitement rodées au travail à distance, elles ont pourtant été frappées aussi durement que leurs homologues traditionnels. *"L'impact a été décorrélé de la technologie : les clients ont été tétanisés face à l'incertitude pendant le confinement, explique Henri Pagnon. Ceux qui avaient des projets d'achat ou de vente les ont mis en pause parce qu'ils ne savaient pas de quoi demain serait fait. Alors même que nous étions capables de continuer de travailler, de commercialiser des biens et de mener des transactions à terme, nous étions dans l'attente que le marché reprenne."*

Mais après cette période de disette commerciale, l'activité immobilière s'est emballée au moment du déconfinement. *"On a constaté un vrai rebond, avec énormément de mandats de ventes et de transactions, se réjouit le fondateur d'Imop. Mai a été notre meilleur mois historique et nous attendons le même niveau en juin."* Même constat du côté de Proprioo, qui a enregistré 60 ventes et 100 mandats depuis le début du déconfinement. Un signal positif qui dépasse l'effet rattrapage post-confinement. *"Les ventes peuvent être dues à cet effet rattrapage, avec des décisions prises pendant le confinement qui se sont concrétisées après, reconnaît Henri Pagnon. Mais les mandats proviennent de clients qui n'avaient pas entamé leur démarche avant le confinement, ce sont donc purement de nouveaux dossiers."*

Un bénéfice à long terme

À terme, le confinement devrait donc être bénéfique aux agences immobilières en ligne. La démocratisation de certains usages dans le secteur, comme le fait de pouvoir réaliser une première estimation du bien en ligne, leur permettent d'avoir une longueur d'avance sur leurs concurrentes peu rompues aux codes numériques. *"Nos clients retrouvent avec nous des codes qu'ils ont eux-mêmes intégrés avec la découverte*

pour beaucoup du télétravail. Ils ont appris à travailler à distance et sont heureux de retrouver les mêmes pratiques dans leur agence immobilière" , précise Henri Pagnon. Une exigence en matière de rapidité et de flexibilité qui profite à ces nouvelles agences, agiles par nature.

Autre point fort à leur actif : leurs tarifs, plus réduits que ceux du marché traditionnel. En période de crise économique, les clients devraient être réceptifs à des commissions amputées parfois de moitié par rapport à ce qui se pratique dans les agences physiques. Cet argument est toutefois complémentaire du précédent, souligne le cofondateur de Proprioo. *"Les clients cherchent à payer moins cher avec un service plus efficace et plus performant que ce qu'ils connaissent. Mais la proposition de valeur ne peut être centrée seulement sur le prix, sans quoi les achats sans intermédiaire seraient largement majoritaires alors que ce n'est pas le cas aujourd'hui, ils ne représentent que 30% des transactions."*

Les agences en ligne se préparent donc à un essor de leur activité. Et ça tombe bien, elles ont profité du confinement pour se mettre en ordre de bataille. Imop s'est ainsi étendu en Île-de-France et dans les grandes agglomérations françaises et a lancé une offre dédiée aux biens hauts de gamme. Proprioo, de son côté, a elle aussi ouvert de nouvelles villes, notamment Lyon, et a agrandi son vivier d'agents immobiliers avec une dizaine de nouveaux talents. Désormais, les agences en ligne sont dans les starting-blocks pour grignoter de nouvelles parts de marché aux agences traditionnelles.