

SPÉCIAL

IMMOBILIER



CHOISISSEZ VOTRE CRÉNEAU ! N'HÉSITEZ PAS À COMMANDER NOS ANCIENS NUMÉROS !

Services aux entreprises (n°58) • Café, hôtellerie, restauration (n°59) • Soins à la personne (n°60) • Services aux particuliers (n°61) • Alimentaire (n°62) • Culture et loisirs (n°63) • Immobilier (n°64) • Services automobiles (n°65) • Prêt-à-porter (n°66) • Amélioration de l'habitat (n°67) • Beauté (n°68) • Restauration (n°69) • Coiffure (n°70) • Services aux entreprises (n°71) • Hôtellerie (n°72) • Amélioration de l'habitat (n°73) • Optique et appareils auditifs (n°74) • Spécial Services immobiliers (n°75) • Spécial Services automobiles (n°76) • Services aux particuliers (n°77) • Culture et loisirs (n°78) • Alimentaire (n°79) • Coiffure (n°80) • Services aux entreprises (n°81) • Extérieur de la maison (n°82) • Services automobiles (n°83) • Aménagement de l'habitat (n°84) • Prêt-à-porter (n°85) • Boulangerie (n°86) • Services immobiliers (n°87) • Équipement de la personne (n°88) • Beauté et santé (n°89) • Hôtellerie-restauration (n°90) • Culture et loisirs (n°91) • Monde de l'enfant (n°92) • Alimentaire (n°93) • Extérieur de la maison (n°94) • Services aux entreprises (n°95) • Coiffure (n°96) • Sport (n°97) • Aménagement de l'habitat (n°98) • Esthétique et bien-être (n°99) • Services aux particuliers (n°100) • Services automobiles (n°101) • Boulangerie, pâtisserie et terminaux de cuisson (n°102) • Prêt-à-porter (n°103) • Services immobiliers (n°104) • Équipement de la personne (n°105) • Extérieur de l'habitat (n°106) • Cafés-hôtels-restaurants (n°107) • Équipement de la maison (n°108) • Loisirs et culture (n°109) • Beauté et santé (n°110) • Services aux entreprises (n°111) • Services automobiles (n°112) • Alimentaire (n°113).

Immobilier : colosse aux pieds d'argiles ?

L'immobilier a subi une crise importante ces dernières années. Comment les réseaux s'en sont-ils tirés ? Les professionnels du secteur sont venus, le 16 juin 2011, témoigner des rebondissements et des évolutions du marché.



“**L**e contexte a été compliqué notamment en 2008 et 2009, mais on a senti une nette amélioration en 2010. Et en tout cas, il est porteur pour toutes les entreprises qui ont des concepts low-cost, analyse Jean-Philippe Crouau, directeur associé de Côté Particuliers, lors d'un petit-déjeuner débat organisé par L'Officiel de la Franchise le 16 juin 2011. On utilise énormément Internet, pour nous c'est un incontournable (...), mais on continue de penser que la proximité reste un élément essentiel pour notre métier.”

La crise a frappé en plein cœur du secteur et les agences immobilières ont souffert. “On a eu des fermetures de succursales pendant les périodes difficiles, témoigne Jérôme Bost, directeur communication et marketing d'Era Immobilier, mais on a perdu très peu de franchisés (...) et depuis six-huit mois maintenant”, on sent un développement qui repart vraiment à la hausse avec un discours très écouté par les professionnels installés. On voit également des créateurs revenir nous voir et cela augure un bel avenir pour le réseau et la profession en général.”

Et il est essentiel de “profiter” des périodes moroses pour revoir son organisation, sa stratégie. C'est ce qu'a choisi de faire L'Adresse : “La période de crise, pour le

“
L'organisation du savoir-faire dans un réseau dépasse les clivages du statut.
”

réseau L'Adresse, a plutôt été une période de réflexion pour la mise en place d'un projet d'entreprise (...) avec trois grands piliers que sont la formation, un pôle marketing et communication multimédia renforcé et un service développement”, explique Philippe Guéneau, directeur réseau. D'ailleurs, sa vision de l'avenir est positive : “Dans ce tour de table, nous avons beaucoup de jeunes réseaux qui se lancent. Je dirais que c'est un vrai bien pour la profession. Il ne faut pas oublier une base, c'est que notre principal concurrent aujourd'hui reste le particulier. Plus on sera nombreux à fon-

tionner en réseau avec des règles et des méthodes, plus on arrivera à conquérir des parts de marché sur le particulier.”

L'IMMOBILIER ET LA FRANCHISE

La franchise immobilière n'est toutefois pas si vieille en France. “Elle a été créée dans les années 80-85 par Jacques Ribourel qui est revenu des États-Unis avec dans la tête les nombreux réseaux qui existaient, raconte Hélène Helwaser, avocat à la Cour (cabinet Helwaser). À l'époque, les agents immobiliers étaient très indépendants en France et ne connaissaient pas la franchise, alors que le modèle existait déjà dans d'autres secteurs du commerce.”

Depuis, le secteur s'est ouvert à tous types de contrats : franchise, mais aussi licence de marque, coopérative, etc. Et parmi les modèles les plus récents, les réseaux d'agents commerciaux pouvant faire de la négociation immobilière sans détenir eux-mêmes la carte professionnelle d'agent immobilier fait débat. Cette carte doit toutefois être détenue par la tête de réseau ou le responsable de l'unité dont dépend l'agent commercial. D'ailleurs, Pascal Collin, négociateur indépendant pour La Fourmi Immo, rappelle que les agents commerciaux “ne peuvent officier qu'à travers des mandats. Il faut savoir qu'il y a des agences immobilières qui ont pignon sur rue et font appel à des agents commerciaux qui travaillent avec la carte de l'entreprise, la carte T, comme on l'appelle, et avec une attestation préfectorale délivrée sur dossier”.

Franchise, concession, agents commerciaux, coopérative... chacun a ses arguments en faveur de sa formule préférée, mais pour Jean-Philippe Crouau, directeur associé de Côté Particuliers, “l'organisation du savoir-faire dans un réseau dépasse les clivages du statut (...). On est plus dans une question de culture d'entreprise, de valeurs portées par les créateurs des enseignes et ses représentants”.





Yves Marot, conseil en franchise (cabinet Marot), estime quant à lui *“qu’il faut apporter une certaine importance au qualificatif donné par la tête de réseau à son contrat juridique (...). Mais il ne faut pas pour autant trop s’y attacher”*.

LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

De son côté, Jean-Yves Chicheportiche, directeur de Saint Ferdinand, s’interroge sur les problématiques de l’immobilier au niveau local. *“Aujourd’hui, beaucoup de grandes franchises sont nationales. Est-ce le même savoir-faire si on vend un appartement à Paris, à Sarcelles, à Courchevel ou à Cannes ?”* Si les fondamentaux sont toujours les mêmes, tout comme le mécanisme d’achat, il existe bien sûr des spécificités locales auxquelles le partenaire doit s’adapter. *“Être franchisé, c’est fournir à ses franchisés et aux négociateurs qui travaillent pour les franchisés un panel d’outils, indique Jérôme Bost. Dix, vingt, cinquante, cent, deux cents, peu importe. Par contre, il est illusoire de penser que quelqu’un va tout utiliser. Chacun va prendre dans son arsenal ce qui peut l’intéresser.”*

Pour sa part, Serge Redon, directeur général d’Imogroup, est *“complètement défenseur de cette position (du savoir-faire local, ndlr). Certes, on peut dire qu’il y a des éléments de standardisation qui peuvent convenir à tout le monde, mais il n’empêche que comme la relation fondamentale est une relation intuition personnelle, c’est sur cette base que l’on a construit la stratégie d’Imogroup”*.

LES AVANÇÉES

À noter : les évolutions ont bon train dans le secteur, notamment sur le plan législatif, comme le souligne Stephan Feschet, avocat à la Cour (cabinet Baschet) : *“Le législateur renforce la réglementation et l’information eu égard au consommateur : modification du décret d’application de la loi Hoguet, notamment sur les liens que peuvent avoir*

“

Un bel avenir
pour le réseau
et la profession
en général.

”

les agences immobilières avec certains groupes financiers ou bancaires ; information pré-contractuelle (l’agent immobilier doit donner ses titres, les références de sa carte de transaction au consommateur qui vient contracter par son intermédiaire).”

Mais les évolutions doivent aussi être axées sur le terrain et la stratégie de différenciation des enseignes. *“La segmentation du marché immobilier va se marquer de plus en plus, précise Jean-Baptiste Gouache, avocat à la Cour (Gouache Avocats). Parce qu’il faut bien que les enseignes aient une identité. Saint Ferdinand, c’est l’immobilier familial et bourgeois, on est sur des biens d’un certain standing, d’un certain prix ; Côté Particuliers se positionne sur des commissions low-cost, on a donc une différenciation par le prix.”*

Bernard Collini, consultant BCC (Bernard Collini Conseil), revient d’Australie et témoigne des pratiques en matière de communication immobilière dans ce lointain pays : *“Aujourd’hui, une agence immobilière à Sydney, par exemple, va mettre tous les moyens dans la presse papier, elle va complètement délaissé l’Internet car les sites sont courants. Elle va se différencier dans les magazines, avec des explications*

ILS ÉTAIENT PRÉSENTS AU DÉBAT

- **Stephan Feschet**, cabinet Baschet
- **Jean-Baptiste Gouache**, Gouache Avocats
- **Hélène Helwaser**, cabinet Helwaser
- **Yves Marot**, cabinet Marot
- **Bernard Collini**, BCC (Bernard Collini Conseil)
- **Olivier Le Coq**, Futur Transactions
- **Frédéric Jean-Baptiste**, Elyse Avenue
- **Jérôme Bost**, Era Immobilier
- **Jean-Philippe Crouau**, Côté Particuliers
- **Serge Redon**, Imogroup
- **Jean-Yves Chicheportiche**, Saint Ferdinand
- **Patricia Ouaki**, Force Média
- **Mélinda Bhikeea**, La Fourmi Immo
- **Pascal Collin**, La Fourmi Immo
- **Maël Bemier**, Broker France by Empruntis
- **Harley Govi**, Mon Département Immobilier
- **Philippe Guéneau**, L’Adresse

FRANCHISE TV

Retrouvez le débat sur Franchise TV en suivant ce lien : www.franchisetv.fr/tv/recontres-immobilier-2011.

très claires sur le bien à vendre, la méthode employée, le ressenti du propriétaire et du futur acquéreur, etc. (...). Les négociateurs sont mis en avant comme je n’ai jamais vu. Quand un négociateur fait une vente, au pied de l’immeuble, il y a un panneau de trois mètres de haut avec sa photo (...). Pourquoi ne sommes-nous pas capables de faire la même chose ?”

*Le débat a eu lieu le 16 juin 2011.

Laforêt a 30 ans

Le réseau Laforêt est né en 1981 avec l'ouverture d'une première agence immobilière en région parisienne. L'enseigne s'est lancée en franchise en 1991 et en juillet 2011, trente années après sa création, elle comptait 750 agences en



France. Elle en vise un millier d'ici trois ans. Le contrat de franchise est conclu pour une durée de cinq ans et six mois pour le premier contrat, puis de cinq ans. Le droit d'entrée est fixé à 28 000 euros HT, la redevance d'exploitation se chiffre à 6 %, 4 % ou 2 % selon le chiffre d'affaires réalisé. Concernant la communication, le taux s'élève à 2 %. L'apport personnel débute à 50 000 euros, pour un projet global avoisinant les 150 000 euros. ■

600 agences pour Foncia

Foncia œuvre en particulier sur les activités de transaction immobilière, gestion d'immeubles locatifs et syndicat de copropriété. Créée en 1972, l'enseigne s'est lancée en franchise en 2006 et comptait, en juillet 2011, 600 agences immobilières dont 110 en franchise. Le contrat est

signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 18 000 euros HT. La redevance est dégressive (de 6 à 2 %) et il convient d'ajouter 2 % pour la communication. L'investissement moyen s'élève à 120 000 euros (hors local), pour un apport minimum de 70 000 euros. ■

L'Adresse se développe en coopérative

Créé en 1999 à l'initiative de la Fnaim (Fédération nationale de l'immobilier), L'Adresse traite les activités traditionnelles (transaction immobilière, location et location saisonnière, administration de biens) et se lance dans l'immobilier d'entreprise.

Le réseau se développe en coopérative. Le contrat est signé pour trois ans, avec un droit d'entrée compris entre 13 000 et 23 000 euros. La redevance d'exploitation s'élève à 541 euros, auxquels il faut ajouter 2,2 % du chiffre d'affaires (CA) mensuel. Concernant la publicité, 185 euros et 1 % du CA mensuel sont demandés. L'apport personnel minimum est évalué à 30 000 euros, pour un investissement de 60 000 euros (hors local). En juillet 2011, L'Adresse rassemblait 300 agences en France. ■



L'Immo du Particulier : avec ou sans local

Né en 2004, L'Immo du Particulier intervient à la fois sur le secteur des agences immobilières et sur celui des particuliers (qui réalisent en direct la moitié des transactions). Le contrat de licence est conclu pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 4 000 euros HT et des redevances mensuelles de 350 euros HT.

Le concept se décline sous deux formes : avec ou sans local. Avec un Espace Conseils situé en zone de forte chalandise, l'investissement moyen est de 45 000 euros, hors pas-de-porte (apport personnel supérieur à 20 000 euros). Sans local (en misant sur la visibilité Internet), l'investissement est évalué à 18 000 euros (l'apport personnel peut être inférieur à 10 000 euros). Le réseau se compose de près de vingt Espaces Conseils répartis principalement sur le quart Sud-est de la France. ■



ImmoSky vise les 100 agences en dix ans

Né en 2003 en Suisse, ImmoSky s'est lancé en franchise l'année suivante et arrive en France en 2006. Le contrat de franchise est signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée établi à partir de 5 000 euros pour une zone contractuelle de 80 000 habitants. La redevance mensuelle est de 10 % du chiffre d'affaires HT encaissé et l'enseigne publie en continu des annonces Web refacturées au prix réel, soit environ 7 euros par bien et par mois. L'investissement global est de l'ordre de 30 000 euros, dont au moins 50 % d'apport personnel (aucun investissement en pas-de-porte n'est nécessaire).

Objectif : ouvrir une agence par zone de 350 000 à 1 million d'habitants, soit environ 100 unités en France en dix ans. En juillet 2011, ImmoSky réunissait 18 franchisés dans l'Hexagone. ■

Les trois formules d'Imogroup

Imogroup est né en 1996, racheté en 2006 par la société SNIS. Le réseau propose trois formules à ses adhérents : la concession Imogroup à l'échelle d'un département, l'agence agréée Imogroup (agence de proxi-

mité) ou le courtier Imogroup Only pour les indépendants qui ne veulent pas s'isoler. Le droit d'entrée est de 20 000 euros pour un concessionnaire, 6 685 euros pour un agent agréé et 0 euro pour un courtier. Les redevances générales s'élèvent à 590 euros par mois pour les deux premières formules et 156 euros pour la troisième (pas de redevance communication). L'investissement débute à 20 000 euros pour un concessionnaire, 7 000 euros pour un agent agréé et 0 euro pour un courtier. L'apport personnel nécessaire est de 50 %. En juillet 2011, le réseau recensait 60 points de vente. ■



Le courtier en crédit Broker France by Empruntis



Broker France by Empruntis est courtier en crédit immobilier. Le réseau est né en 2005, racheté par Fincorp, société mère d'Empruntis.com, fin 2010. En juillet 2011, l'enseigne réunissait 35 franchises et prévoit l'ouver-

ture de 12 nouvelles unités d'ici la mi-2012. Le droit d'entrée s'élève à 20 000 euros HT, avec une redevance de 1 200 euros par mois, auxquels s'ajoute un pourcentage dégressif du chiffre d'affaires, allant de 7 à 2 %. Cette redevance est plafonnée à 60 000 euros par an et n'est exigée qu'à compter de la deuxième année d'exploitation. Le niveau d'investissement se chiffre à 75 000 euros, dont 25 000 euros d'apport personnel. ■

Elyse Avenue : 60 agences en France

Créé en 2006, Elyse Avenue est un réseau national d'agences spécialisées dans la transaction de biens immobiliers. Fin juin 2011, l'enseigne regroupait près de 60 unités sur le territoire français. "La solidarité financière du groupe a permis d'effectuer une croissance externe par le rachat d'un autre réseau en novembre 2009", souligne Éric Mormina, responsable du développement. Le contrat de franchise est signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 17 000 euros. La redevance d'exploitation s'élève à 700 euros HT par mois et celle liée à la communication à 200 euros HT par mois la première

année, puis 350 euros. Le budget initial moyen est évalué à 100 000 euros, dont 40 000 euros d'apport minimum. ■



Capifrance : plus de 1 300 agents commerciaux

Ouvrant sur le secteur de la transaction immobilière, Capifrance a importé des États-Unis, en l'adaptant à la France, le concept d'agents commerciaux en immobilier à domicile. Créée en 2002, l'enseigne a étendu son réseau d'agents commerciaux immobiliers à domicile jusque dans les Dom-Tom en moins de dix ans. Avec un chiffre d'affaires (CA) 2010 de 35 millions d'euros, Capifrance prévoit un CA de 55 millions d'euros pour 2011. En juin de cette année, le réseau rassemblait 1 340 agents commerciaux, qui bénéficient

d'un contrat de partenariat d'un an, sans royalties ni droit d'entrée. En 2012, l'enseigne envisage de dupliquer son modèle sur certains pays d'Europe. ■



Agenda et ses 350 diagnostiqueurs



Agenda est né en 1996 et réalise les diagnostics des pathologies du bâtiment relatifs à l'amiante, le plomb, le gaz, etc. L'enseigne a également une activité autour de l'étude de rénovation énergétique (marque Agenda Éner-

gies). En juillet 2011, le réseau comptait 350 diagnostiqueurs dans 203 cabinets. Le contrat de franchise est signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 19 000 euros HT sans apport de clientèle et plus de 30 000 euros avec apport de clientèle. La redevance est de 5 % dégressifs, la cotisation de communication de 1 %. L'investissement s'élève à 75 000 euros, pour un apport de 50 %. ■

Cimm Immobilier, depuis 1979

L'enseigne Cimm Immobilier a été créée en 1979 à Grenoble (Isère) et propose le statut de franchisé en 2002. Entre 2003 et 2007, le réseau enregistre pas moins de 25 à 30 ouvertures par an. Fin 2009, avec la mutation des modèles économiques, l'enseigne s'adapte aux évolutions du marché et propose le statut d'agent commercial indépendant, plus accessible. Le réseau comptait, en juillet 2011, 176 points de vente en France, Outre-mer compris : 42 succursales, 68 franchises et 66 agents commerciaux. L'enseigne propose donc désormais deux statuts : un contrat de franchise d'une durée de cinq ans, avec un investissement d'environ 75 000 euros ; et un contrat d'agent commercial qui ne nécessite pas d'investissement. ■



Futur Transactions, l'immobilier traditionnel

Futur Transactions évolue sur le secteur de l'immobilier traditionnel avec agences (achat, vente, location, gestion, défiscalisation, neuf, financement). Le réseau se développe en franchise depuis 2007 et comptait, en juillet 2011, 33 unités. Il devrait atteindre 50 agences début 2012. Le contrat de licence de marque est conclu pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 7 500 euros. L'investissement global est de 50 000 euros, avec un apport de 25 000 euros. ■

Le low-cost signé Côté Particuliers

La franchise immobilière Côté Particuliers propose un concept low-cost de proximité, avec des agences implantées en cœur de ville. Né en novembre 2008, le réseau a ouvert plus de dix agences en 2009, plus de dix en 2010 également et autant rien que sur le premier semestre 2011. En juillet 2011, il comptait 32 unités sous contrat de licence de marque (signé pour cinq ans) en France. Le droit d'entrée est fixé à 9 900 euros, la redevance d'exploitation à 690 euros et la redevance publicitaire à 190 euros. Le niveau d'investissement moyen se chiffre à 50 000 euros, avec un apport personnel minimum de 20 000 euros. Le chiffre d'affaires HT moyen à deux ans est évalué à 280 000 euros. ■



Abithea se développe autour de l'Île-de-France

Abithea est un réseau d'agences immobilières composé de près de 30 agences, dont 28 franchisées, principalement réparties sur les départements de la Seine-et-Marne, l'Essonne, le Val-de-Marne et la Seine-Saint-Denis. C'est en 2005 que le réseau décide de se développer en franchise. L'année 2007 est marquée par la création de la master-franchise pour le suivi et le déve-

loppement des agences Abithea sur le nord de la Seine-et-Marne, l'Aisne et la Marne. Le contrat est conclu pour une période de cinq ans, avec un droit d'entrée de 7 500 euros HT. La redevance mensuelle se chiffre à 1 050 euros HT, dont 150 euros alloués à la publicité. L'investissement doit être de l'ordre de 40 000 euros, dont 15 000 euros d'apport. ■

Oméga Expertise : diagnostic et contrôle

Oméga Expertise évolue sur le marché des diagnostics immobiliers et contrôles réglementaires. Créée en 2007, l'enseigne comptait, en juillet 2011, 36 membres sous contrat de franchise, conclu pour sept ans.

Le droit d'entrée est de 10 000 euros, la redevance de fonctionnement de 3 % et celle liée à la publicité de 180 euros par mois. L'investissement se chiffre à 45 000 euros, pour 15 000 euros d'apport. ■

Avis-Immobilier : plus d'un demi-siècle d'existence

Avis-Immobilier est présent sur trois métiers : la transaction dans l'immobilier ancien (achat et vente), l'immobilier neuf (en résidence principale ou investissement locatif) et la location et gestion locative. Le réseau a été créé en 1957 et depuis 2008, il appartient à neuf de ses franchisés historiques.

Le contrat de franchise est signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 20 000 euros.

La redevance est fixée à 3,5 % du chiffre d'affaires de l'agence, avec un plancher mensuel à 700 euros et un plafond à 1 400 euros. Concernant la publicité, une redevance de 100 euros par mois est allouée à la communication nationale et une autre de 100 euros à la communication régionale. L'investissement se situe autour de 50 000 à 80 000 euros. En juillet 2011, le réseau comptait 165 franchises. ■

AB Immobilier orienté vers les particuliers

Réseau d'agences immobilières et d'agents mandataires, **AB Immobilier** œuvre principalement sur le secteur de la transaction immobilière auprès d'une clientèle de particuliers. L'enseigne a vu le jour en 1997. Il existe deux possibilités pour rejoindre le réseau : un contrat de licence de marque de cinq ans permettant d'utiliser l'enseigne AB Immobilier sur un secteur exclusif et protégé ; ou un contrat de mandataire immobilier.

Concernant le concessionnaire, le droit d'entrée s'élève à 9 000 euros HT, la redevance mensuelle à 600 euros HT et la contribution à la publicité à 282 euros HT. L'apport est d'environ 40 000 à 45 000 euros pour un budget global de 80 000 à 100 000 euros. En juillet 2011, l'enseigne disposait de 19 agences et 15 mandataires en formation. ■



La gestion de patrimoine par Avenir Laser Patrimoine

Avenir Laser Patrimoine est un cabinet de gestion de patrimoine qui répond à un besoin de ses clients (cadres, chefs d'entreprises, professions libérales) dans l'immobilier de placement, résidentiel et de loisir. L'histoire a démarré en 1996 et l'enseigne développe aujourd'hui son concept de "Boutique du patrimoine" à travers la franchise.

Le contrat est établi pour cinq ans, avec 7 000 euros de droit d'entrée ainsi qu'une redevance générale et une commission évolutive la deuxième année pour la publicité. L'investissement moyen est évalué à 15 000 euros, avec un apport de 7 000 euros. En "pré-phase" de lancement, l'enseigne comptait, en juillet 2011, deux unités en France. ■



Solvimo Immobilier : 165 partenaires en France

Solvimo Immobilier a été créé en 2001 et s'est lancé en réseau via la licence de marque en 2003 avant de passer en contrat de franchise en 2006. En juillet 2011, l'enseigne comptait 165 partenaires en France et a ouvert une agence à Miami, aux États-Unis. Le contrat de franchise est conclu pour une période de cinq ans, avec un droit d'entrée de 20 000 euros HT et une redevance mensuelle générale d'environ 720 euros HT par mois. La redevance communication se chiffre quant à elle à 350 euros HT. L'enseigne préconise un investissement moyen de 90 000 à 140 000 euros HT au départ, avec un apport personnel de 50 000 euros HT à 70 000 euros HT.



Propriétés-Privées lance la licence de marque

Né en 2006, Propriétés-Privées œuvre sur le même créneau qu'une agence immobilière traditionnelle, mais avec une vitrine 100 % Web. La marque est présente sur toute la France à travers un réseau de négociateurs indépendants (agents commerciaux ou portage salarial). Propriétés-Privées a atteint la barre des 200 négociateurs en 2011 et propose également aux candidats, depuis le début de l'année, de rejoindre le réseau en tant que concessionnaires (licence de marque). Leur mission : manager une équipe sur un territoire donné. Pas droit d'entrée ni de royalties pour eux, à l'exception d'une redevance territoriale. Le contrat est signé pour trois ans. L'investissement est faible, puisque sans pas-de-porte, donc sans agencement coûteux.



Trois profils de courtiers chez Vousfinancer.com

Vousfinancer.com œuvre sur le secteur du courtage en prêt immobilier. La marque a été déposée en novembre 2007 et est exploitée par Réponse Financement, société de courtage en prêt immobilier créée en février 2005. Le contrat de franchise est établi pour cinq ans.

Il existe trois profils. Le premier, le courtier affilié +, s'adresse à des chefs d'entreprise souhaitant apporter à leurs clients un service complémentaire. Le courtier leader exerce ce métier à titre d'activité principale, dans une zone de 50 000 habitants maximum. Enfin, le courtier premium nécessite une implantation dans une zone de 100 000 habitants maximum. L'investissement moyen, hors pas-de-porte, est compris entre 70 000 et 120 000 euros. En juillet 2011, 64 agences étaient ouvertes ou en cours d'ouverture.



Saint Ferdinand, l'immobilier de standing

Saint Ferdinand est positionné sur le segment de l'immobilier familial et bourgeois, dans Paris et ses banlieues résidentielles. Une clientèle aisée, française comme internationale (professions libérales, cadres supérieurs, hommes d'affaires...). La première agence a vu le jour début 1990. Après quatre autres ouvertures, les deux fondateurs ont émis le souhait de développer le réseau

et proposent aujourd'hui un contrat de franchise de sept ans. Le droit d'entrée s'élève à 35 000 euros, la redevance à 5 % la première année, 6 % la deuxième et 7 % les années suivantes. La redevance de communication est établie à 2 %. Quant à l'investissement moyen, il se chiffre à 90 000 euros, hors droit au bail et trésorerie, pour un apport d'environ 60 000 euros.



Swixim, franchise immobilière suisse

La franchise immobilière suisse Swixim se compose d'agents et courtiers immobiliers et se développe sur trois métiers : l'immobilier résidentiel, les commerces et bureaux, et la gestion locative/ location de vacances. Exploitant ses agences pilotes depuis 1995, la tête de réseau a opté en 2005 pour un développement mixte en succursales et franchise.

L'organisation de Swixim repose sur un partenariat régional entre un Agent Master (master-franchisé) et une équipe de courtiers. L'Agent Master, titulaire d'une carte professionnelle, bénéficie d'un contrat de franchise de cinq ans, avec exclusivité territoriale et droit d'entrée proportionnel au territoire concédé. Le réseau regroupe 100 agents et courtiers en France.



Maisons Natilia : l'ossature bois

Maisons Natilia est né à l'initiative d'AST Groupe, constructeur de maisons



individuelles depuis 1993. L'enseigne propose aux primo-accédants des maisons à ossature bois. Créée début 2010, elle comptait 23 franchisés en juillet 2011 et devrait en totaliser 30 à la fin de l'année. Maisons Natilia dispose également de 3 succursales. Le contrat est signé pour deux périodes de sept ans, avec un droit d'entrée de 25 000 euros. Les redevances d'enseigne sont de 5 % sur le chiffre d'affaires HT et celles liées à la communication de 1 %. L'investissement est estimé à 150 000 euros, dont un tiers d'apport. ■

Coldwell Banker revient en France

Coldwell Banker France et Monaco développe deux enseignes en franchise : Coldwell Banker (immobilier familial et résidentiel) et Coldwell Banker Previews International (immobilier de prestige). Fondée en 1906 à San Francisco, la première compte 3 600 bureaux dans 50 pays et est

de retour en France depuis 2010. La seconde a quant à elle été créée en 1933 et revient cette année dans l'Hexagone. Les deux enseignes proposent un modèle d'affiliation, avec droit d'entrée et royalties. Près de 150 agences. L'objectif est d'atteindre 300 unités en 2015. Le réseau se développe via la franchise, avec un contrat de sept ans. Le droit d'entrée s'élève à 24 500 euros HT, la redevance à 6 % du chiffre d'affaires HT et la redevance publicitaire à 2,5 %. L'investissement initial est évalué à 130 000 euros HT environ, pour un apport personnel minimum de 30 000 euros HT. ■

Era Immobilier : une assise internationale

Créé en 1971 aux États-Unis, Era Immobilier est présent dans 46 pays, dont 18 en Europe, et recense plus de 2 600 agences. En France, en juillet 2011, le réseau comptait près de 350 unités. Il se développe sous le modèle de la franchise, avec un contrat de cinq ans. Le droit d'entrée s'élève à 20 000 euros, la redevance est de 6 %, dégressifs selon le chiffre d'affaires, auxquels il faut ajouter 2 % pour la publicité institutionnelle. L'investissement se chiffre à 130 000 euros, avec un apport de 50 000 euros. ■



Mon Département Immobilier mise sur la proximité

Le groupe Mon Département Immobilier s'est lancé en 2005 et propose aux



agents immobiliers un concept d'enseignes de proximité basé sur le logo du département (par exemple : Huit Cinq Immobilier en Vendée, dans le 85). Chaque réseau départemental bénéficie de son propre site Internet. Le contrat de licence de marque est signé pour cinq ans, avec un droit d'entrée de 9 000 euros HT. La redevance est de 4 % HT, avec un minimum de 500 euros HT par mois. L'investissement moyen est de 100 000 euros, l'apport personnel de 40 000 euros. Le groupe réunissait, en juillet 2011, 16 agences immobilières sur cinq départements. Le réseau souhaite dépasser les 300 agences à l'horizon 2020. ■

Mikit : le prêt-à-finir

Mikit commercialise des maisons individuelles traditionnelles en "prêt-à-finir". La société accompagne ses clients dans toutes les étapes du projet : recherche du terrain, obtention du financement, dépôt du permis de construire, construction, garanties financières et assurances. Créée en 1983, l'enseigne regroupait, en juillet 2011, près de 150 agences. L'objectif est d'atteindre 300 unités en 2015. Le réseau se développe via la franchise, avec un contrat de sept ans. Le droit d'entrée s'élève à 24 500 euros HT, la redevance à 6 % du chiffre d'affaires HT et la redevance publicitaire à 2,5 %. L'investissement initial est évalué à 130 000 euros HT environ, pour un apport personnel minimum de 30 000 euros HT. ■



Pro Comm, l'immobilier professionnel

Pro Comm est un réseau de cabinets d'affaires spécialisés en transactions sur fonds de commerce, immobilier de commerce et d'entreprise. Créé en 1997, il se développe sous licence de marque avec deux formules : un contrat Senior conclu avec des cabinets déjà existants, des cabinets d'affaires ou des créateurs sûrs de leur choix ; et un contrat Junior permettant à des agences immobilières "habitat" de tester leur aptitude à développer un département "commerce et entreprise". Le contrat Junior est signé pour un an maximum. À son issue, le licencié qui souhaite continuer voit son contrat évoluer vers le Senior. Le droit d'entrée est de 22 000 euros pour 2011. L'investissement se situe entre 100 000 et 120 000 euros, avec un apport personnel compris entre 40 000 et 60 000 euros. En juillet 2011, le réseau comptait 42 cabinets en France et cinq en Suisse. ■

Engel & Völkers : présent dans 37 pays



Le groupe international Engel & Völkers revendique un positionnement sur la franchise immobilière de qualité. Né il y a trente ans, le réseau est implanté dans 37 pays, avec 450 agences dans le monde. L'enseigne est présente en France à travers une master-franchise dédiée au développement de l'Hexagone, de la Belgique, du Luxembourg et de Monaco. En France, le réseau est implanté en région parisienne, dans le Nord et en Provence-Alpes-Côte d'Azur. Pour ouvrir une unité, il faut s'acquitter d'un droit d'entrée de 40 000 euros. ■

Guy Hoquet l'Immobilier en France, au Maroc et à Madagascar

Réseau d'agences immobilières et de cabinets d'affaires, le groupe Guy Hoquet l'Immobilier est né en 1994. Il réunit plus de 500 unités réparties sur le territoire français, mais aussi au Maroc et à Madagascar. Le contrat de franchise est de cinq ans, avec un droit d'entrée de 28 000 euros HT, une redevance de 650 euros HT plus 2 % du chiffre d'affaires (CA) HT. La redevance publicité et communication s'élève à 230 euros HT et 1 % du CA HT. L'investissement hors pas-de-porte est évalué à 125 000 euros, pour un apport de 70 000 euros. ■

Ex'im, le diagnostic immobilier

Ex'im intervient dans le cadre de la vente ou de la location de biens immobiliers et réalise l'ensemble des diagnostics obligatoires : amiante, plomb, performance énergétique... L'enseigne est née en 2002 et a signé son premier contrat de franchise en 2005. En juillet 2011, elle réunissait plus de

75 cabinets. Le contrat est conclu pour une période de cinq ans, avec un droit d'entrée commençant à 26 500 euros. La redevance générale est de 4,5 %, celle liée à la communication de 1 %. L'investissement se chiffre à 140 000 euros, avec un apport de 40 000 euros. ■



I@D, les services immobiliers

I@D évolue sur l'ensemble des domaines du service lié à l'immobilier, en particulier la transaction immobilière. L'enseigne est née en 2008 et évolue aujourd'hui sur plus de 80 % du territoire français, outre-mer compris, soit plus de 1 000 conseillers indépendants en juillet 2011. I@D fonctionne avec un contrat de licence de marque conclu pour une durée d'un an. Il n'y a pas de droit d'entrée. La participation est basée sur 3 % des revenus HT d'activité générés par mois, avec un minimum mensuel de 150 euros HT. ■

Gemofis développe la franchise en province

Gemofis assure des missions de commercialisation, de recherche, d'assistance et de conseils immobiliers pour des opérations de transaction. L'entreprise est née en 1986 en Île-de-France. En dehors de cette région, la société travaille avec des structures franchisées. Le droit d'entrée est de 22 500 euros et le réseau souhaite encore s'implanter sur Dijon, Nancy-Metz, Reims et Clermont-Ferrand afin de couvrir les principales métropoles régionales. ■

ET AUSSI...

4 % Immobilier, Actionnarial, Administrer Autrement, Akerys Services Immobiliers, Anne Carole Immobilier, Cabinet Bedin, Century 21, Côté Acheteur, Defim, Diagamter, Equuleus L'Immobilier, Fip patrimoine, Alliance Labelisation, Fabrice Blacher Immobilier, Norman Parker, Kéops Résidentiel, Le Standard de l'Immobilier, Fiventis, Logêka, ImmoFinances.net, Immo-liaison, Immoconseil, Le Tuc Immo, Logia, Maisons Arlogis, Maisons Kerbêa, Maisons Pierre, Maisons Phénix, Michel Simond, Omega Expertise, Orpi, Pietrapolis, Re/Max France, Victoria Keys, Optimhome...

Attention, liste non-exhaustive.