

“ UBÉRISER L'IMMOBILIER SANS IMPACTER LE SERVICE CLIENT ET FLUIDIFIER LE MARCHÉ EST NOTRE PRIORITÉ ”

Entretien avec Arnaud Albin, Frédéric Ibanez et Nicolas Fratini, cofondateurs des Agences de Papa

Un nouveau-venu dans le monde de l'immobilier pourrait bien bouleverser les tarifs et les pratiques proposés jusque-là. Arnaud Albin, Frédéric Ibanez et Nicolas Fratini, les fondateurs de cette agence d'un nouveau genre dévoilent les dessous de leur concept inédit et innovant, lancé le 25 juillet dernier.



Vous avez mis en ligne de votre site internet, les Agences de Papa, il y a un mois. Pouvez-vous présenter votre concept ?

Il est vrai que le nom intrigue ! Nous sommes trois papas et nous voulons laisser à nos enfants les bases d'une société plus égalitaire, où l'acquisition d'un appartement serait facilitée. Notre source d'inspiration était sous nos yeux : les Agences de Papa, c'était le nom le plus évident que l'on pouvait donner à notre projet. Nous ne vendons évidemment pas des papas mais bien certains services d'une agence immobilière.

Derrière ce projet, il y a beaucoup d'ambition, et une équipe. Pouvez-vous présenter cette dernière ?

Nous pouvons compter sur l'enthousiasme et les nombreuses compétences de notre équipe pluridisciplinaire. Les fondateurs sont des entrepreneurs avec Arnaud Albin, dit Papa, issu du monde la franchise; Nicolas Fratini, notre expert digital issu de la restauration rapide, Jean Merra aux finances et Frédéric Ibanez, avec à son actif plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de l'immobilier. Pour nous accompagner dans cette aventure, nous nous sommes entourés du centre d'affaires DSO, en charge du développement et de l'innovation, du cabinet de Maître Eric Caprioli spécialiste dans le droit du digitale et de la propriété intellectuelle pour la partie juridique, et le Groupe Caspel, véritable expert dans la recherche et le développement du digital.

Vous proposez une palette très étendue de services mais des prix "low cost". Comment se situe les Agences de Papa sur le marché de l'immobilier ?

Notre offre est complète! C'est très simple, nous proposons les services d'une agence immobilière traditionnelle pour une commission fixe. Et cela peu importe le prix de vente final du bien. Nous avons développé en interne des logiciels capables d'automatiser et de centraliser toutes les informations et avons fait le choix de dématérialiser de nombreuses tâches afin d'éviter les frais liés aux emplacements physiques, tout en privilégiant la communication digitale en nous montrant très agiles et réactifs.

Difficile de se faire une idée sur une période si courte mais pouvez-vous nous donner quelques chiffres sur votre début d'activité ?

Notre stratégie a très rapidement porté ses fruits. Notre site a été mis en ligne le 25 juillet et en trois

semaines, nous avons déjà atteint des pics de 3 000 visiteurs par jour et plus de 800 000 vues sur les réseaux sociaux et 400 000 vues de nos petites vidéos humoristiques. Cela nous a permis de transformer l'essai en plein mois d'août, alors que le marché de l'immobilier est en "stand-by" durant cette période. À notre compteur, 52 mandats de ventes et 8 offres d'achats avec compromis à la clef. Notre offre profite aux vendeurs et aux acheteurs, tout autant dans le neuf que l'ancien.

Vous attendiez-vous à un tel engouement ?

Non, en 3 semaines tout est allé très vite. Début août, nous avons dû adapter la puissance de notre serveur au vu du nombre croissant de visiteurs sur notre site et de la demande qui explosait. Notre équipe travaille sans répit sur le terrain afin de répondre aux clients, promoteurs et particuliers. Très prochainement, de nombreuses offres seront disponibles en ligne dans le neuf et l'ancien. Pour cela, nous devons encore adapter notre site et étoffer notre équipe commerciale. Chaque jour, de nouveaux clients nous font confiance et nous montons en puissance progressivement.

Vous envisagez un recrutement régional ou national ?

Nous avons prévu de tester et d'améliorer notre concept durant une période de 6 mois dans les départements du Var (83) et des Alpes-Maritimes (06). Par anticipation, nous avons également lancé une campagne de recrutement ciblée dans les plus grandes villes de France. De très nombreux candidats ont répondu avec enthousiasme.

Quels sont vos projets et comment perfectionner votre concept ?

Ubériser l'immobilier sans impacter le service client et fluidifier le marché sont nos priorités. Nous développons une application révolutionnaire permettant à tous nos commerciaux de disposer d'une véritable agence immobilière dans la poche ! La mise en service est prévue dans quelques mois. En attendant, une nouvelle version de notre site web verra le jour d'ici le mois d'octobre. Nous voulons préserver le prix net vendeur et ne pas alourdir les frais pour l'acheteur. Nous agissons efficacement sur le prix des honoraires d'agences. Pour rappel, l'ubérisation du service des taxis n'a pas seulement gagné des parts de marché sur les taxis, elle a permis à de nombreux utilisateurs de trouver une offre qui répond à leurs besoins. Par exemple, Nice est une des villes où les commissions sont les plus élevées

de France, affichant une moyenne de 25 960 € pour un bien vendu à 450 000 €.

Une offre low cost pourrait-elle décrédibiliser la profession ?

Low cost ne rime pas avec low service. Toutes les professions qui ont vu la concurrence low cost arriver ont connu les mêmes appréhensions. Plusieurs exemples : les avions low cost étaient critiqués sur leur sécurité, le forfait téléphonique illimité à 20 € sur la qualité du réseau, sans parler d'Uber...

Finalement, toutes ces offres ont permis une nouvelle approche des marchés et de capter de nouveaux utilisateurs. Il s'agit de proposer un prix bas, accessible à tous. L'acquisition d'un appartement, c'est l'achat d'une vie. La commission est généralement payée avec le bien immobilier via un emprunt. Nous allons toujours dans le sens de l'intérêt du client. Les Agences de Papa, c'est une offre adaptée sur ce marché en pleine mutation. Les clients mènent leurs vies, travaillent et n'ont pas le temps de s'occuper de tout. Ils s'attendent à être pris en charge et sécurisés. Les métiers de l'immobilier restent très encadrés par les notaires. Proposer une commission à 2 000€ permet de répondre aux attentes du client. Vendre vite et acheter mieux, c'est la base de notre concept.

Quels sont vos objectifs et sur quelles ressources envisagez-vous de vous appuyer pour y parvenir ?

À long terme, le low cost perdra son nom de naissance. On parlera de commission de service ou d'assistance à la vente et cela représentera l'ensemble du marché à l'exception du luxe et de certains biens commerciaux. Les Agences de Papa se situe aux prémices de cette modernisation et nous comptons rester parmi les principaux acteurs de cette révolution. À court terme, nous pensons avant tout à l'évolution et l'adaptation de notre modèle pour satisfaire nos clients et à moyen terme, obtenir 10 % des parts de marché en France constitue un objectif très réaliste. Concernant les ressources, elles sont humaines avant tout, une équipe d'entrepreneurs expérimentés et décomplexés à l'image de notre communication et de nos résultats.

Des rendez-vous à annoncer ?

La nouvelle version de notre site web en octobre et le lancement de notre campagne Streets.