

## 4 Immobilier

24 heures | Mercredi 28 mars 2018

### Transactions

# Le courtage fait sa mue sous la pression du numérique

**Une société introduit en Suisse un modèle de courtage axé sur la digitalisation. Elle supprime aussi la commission en fonction du prix de l'objet**

Laurent Buschini

Depuis le temps qu'on l'annonce, la digitalisation des activités de courtage dans l'immobilier semble prendre son essor en Suisse romande. Rien d'étonnant puisque la numérisation touche toujours plus de pans de l'économie et que de nombreux métiers sont déjà impactés, à des degrés divers, par les nouvelles technologies numériques.

Un modèle qui se veut le plus digital possible a déjà bouleversé les pratiques de courtage dans plusieurs pays, dont la Grande-Bretagne. La première société qui importe ce modèle en Suisse, Neho, start-up fondée par deux diplômés de l'EPFL et deux issus de HEC Lausanne, s'inspire d'ailleurs en partie de l'expérience britannique et compte prendre pied sur le marché de la vente immobilière en Suisse romande. Comment? Elle table sur la transparence des services qu'elle entend fournir aux vendeurs et sur la suppression de la commission de courtage, remplacée par un prix forfaitaire indépendant du prix de vente de l'objet immobilier.

Neho, un nom qui fait référence à New Home (nouvelle maison) ou au néo latin (nouveau), propose un prix fixe de 7500 francs pour l'ensemble de ses services de courtage. Le client paie une première tranche de 3000 francs qui comprend l'évaluation du bien, les coûts de présentation dans une brochure numérique, la création d'une visite virtuelle en 3D accessible sur son site et la promotion de l'objet à vendre sur les différents portails immobiliers déjà existants.

La deuxième étape comprend la gestion du dossier de vente, les conseils en matière de négociation et la conclusion de la transaction jusque devant le notaire. «Neho ne demande pas l'exclusivité de contrat, assure Florent Bourachot, cofondateur de la



Le travail du courtier reste essentiel au travers des conseils qu'il peut donner à sa clientèle. Par contre, son mode de rémunération pourrait changer avec la montée en puissance du forfait en lieu et place de la commission perçue en fonction de la valeur du bien à vendre. GETTY IMAGES



Florent Bourachot

Cofondateur de Neho



Olivier Sauzet

Patron de Fleximmo



Thomas Bise

Président de l'ARCID

start-up. Mais nous tenons à responsabiliser nos clients. La somme entière de 7500 francs est due si le bien est vendu dans les dix mois après la conclusion du contrat, même si le propriétaire vend son objet par un autre canal que le nôtre. Le coût des visites, si le vendeur en confie l'orga-

nisation à la start-up, n'est pas compris dans le forfait.

#### Processus transparent

Le propriétaire peut suivre constamment l'évolution de son dossier sur le site de Neho. Il connaît le nombre de visites, les feedbacks des acheteurs potentiels et leurs offres. Les informations sur le bien mis en vente sont aussi transparentes. «En donnant tous ces renseignements, nous faisons sorte de n'attirer que les personnes qui s'intéressent vraiment à l'objet en question», souligne Florent Bourachot. Le courtier traditionnel a tendance à faire l'inverse: donner le moins d'informations possible pour attirer un maximum de personnes. Nous donnons aussi tout de suite l'adresse et l'emplacement de l'objet en vente, ce qu'un courtier traditionnel ne fait pas car il ne veut pas être court-circuité.

La numérisation des processus est poussée au maximum des possibili-

tés. Neho recourt à des logiciels d'estimation statistique des biens immobiliers à partir de transactions réelles. «Plus il y a de transactions dans une localité ou dans un quartier, plus les données sont précises», admet Florent Bourachot. C'est pourquoi nous nous concentrons sur les biens immobiliers entre 500 000 francs et 2 millions. En dehors de cette fourchette, on a affaire à des cas particuliers: vers le bas, le bien doit être rénové, vers le haut on arrive dans le marché de prestige.

Pour autant, le courtier n'est pas hors-jeu. Sa plus-value se trouve désormais dans les services et les conseils. Dans chaque région, un professionnel associé à la start-up, qui connaît le contexte local, peaufine l'estimation de chaque bien pour arriver à la meilleure offre. Un prix que le propriétaire reste libre de ne pas suivre, avec le risque de proposer un objet trop cher. «Aujourd'hui, on vend au prix du marché», souligne Florent

Bourachot. Les acheteurs connaissent les prix. Le temps où un courtier pouvait les faire grimper est révolu.

Neho a déjà commencé son activité sur le marché romand. «Nous constatons qu'il nous faut environ 35 à 40 heures de travail pour conclure une vente», affirme Florent Bourachot. En valeur, la moyenne de nos ventes se situe à 1,2 million de francs.

Neho n'a pas inventé ce modèle de transaction immobilière, qui vient des pays anglo-saxons. Elle reprend d'ailleurs certains éléments graphiques du site internet de Purplebricks, agence immobilière devenue en quelques années leader sur le marché en Grand-Bretagne. «Les 500 courtiers de la start-up y font environ 60 000 transactions par an», souligne Florent Bourachot. Mais nous n'avons pas suivi l'entier de leur modèle d'affaires, qui se contente de mettre en relation acheteurs et vendeurs. Nous ne prôtons pas le mo-

dèle do it yourself. Nous pensons qu'un travail de conseil et d'accompagnement avec une équipe de courtiers professionnels est souhaitable et recherché dans notre pays.»

Président de l'ARCID, Chambre suisse des diplômés de l'immobilier, Thomas Bise estime que la jeune génération pourrait être attirée par ces nouvelles pratiques. «Pour les propriétaires plus âgés, qui sont la grande majorité des vendeurs, elles apparaissent comme trop futuristes.»

La transparence mise en avant par Neho ne semble pas être une différence selon Thomas Bise. «Les clients d'une agence peuvent aussi savoir où en est le processus de vente de leur bien. Nous faisons régulièrement un point de situation avec eux.»

#### Confiance primordiale

Un modèle trop numérique pourrait aussi inspirer de la méfiance. «Les propriétaires sont attachés à la relation de confiance qu'ils ont avec leur courtier», rappelle Olivier Sauzet, patron de la société Fleximmo. «Je le remarque dans ma pratique: les clients viennent souvent chez nous parce qu'une de leurs connaissances nous a recommandés après avoir fait une bonne expérience avec Fleximmo.»

«Le réseau du portefeuille du courtier reste sa première force», ajoute Thomas Bise. La relation avec les clients est essentielle. Les propriétaires viennent dans une agence avant tout grâce au bouche-à-oreille. Le bon courtier se doit de bien faire les choses, de conseiller son client à bon escient. Il ne doit pas privilégier le volume d'affaires. Il vend grâce à la qualité de la relation qu'il instaure entre le vendeur et l'acheteur.»

Le président de l'ARCID rappelle que le courtier offre une série de services supplémentaires, comme le décompte acheteur-vendeur, des conseils fiscaux sur la déclaration d'impôt tenant compte des gains immobiliers ou la prise en charge d'un certificat énergétique comme le CECB dans le canton de Vaud.

Actuellement en Suisse, 60% des biens immobiliers sont vendus par l'entremise d'un courtier, qu'il soit formé ou non puisque la profession n'est pas protégée. L'avenir dira si la transparence sur le marché immobilier sera telle qu'on choisira son bien comme on sélectionne aujourd'hui sa chambre d'hôtel, en comparant les prix et les emplacements sur un site internet.

## Immobilier 5

24 heures | Mercredi 28 mars 2018

### Système de rémunération par commission abandonné

U La société Neho attaque frontalement le modèle de prix du courtage traditionnel en proposant un forfait et non plus une commission qui se situe, en principe, entre 3 et 4% du prix de vente (lire ci-contre). «Les prix des biens immobiliers ont doublé depuis une vingtaine d'années», indique Florent Bourachot, cofondateur de la start-up. La rémunération des courtiers a en corollaire doublé alors que leur charge de travail a diminué avec l'avènement d'internet. Nous proposons un prix fixe de courtage, quelle que soit la valeur de l'objet vendu. D'ailleurs, le travail reste grosso modo le même, indépendamment du prix du bien à vendre. Le problème vient du fait que les vendeurs contactent le plus souvent plusieurs agences. Par conséquent, plusieurs courtiers font en parallèle le même travail de présentation et de promotion en vue de vendre l'objet, mais seul celui qui le vend effectivement est rémunéré. En moyenne, un courtier réalise une transaction sur trois. Il fait donc supporter les coûts de son activité globale sur les clients pour qui il a finalisé une vente.»

La start-up n'a pas non plus introduit le prix par forfait en Suisse romande. Il y a quatre ans, la société Fleximmo débarquait sur le marché avec ce nouveau modèle d'affaire. Son fondateur, Olivier Sauzet, indiquait alors dans nos colonnes s'être inspiré de pratiques qu'il avait découvertes au Canada. «Je m'attendais que les propriétaires se ruent sur le modèle à la carte, qui leur permet de choisir les services professionnels dont ils ont besoin», reconnaît Olivier Sauzet. Cela n'a pas été le cas. Environ 20% de notre clientèle choisit ce modèle, une proportion stable depuis quatre ans. Je mets cet échec sur le compte du conservatisme du marché suisse. Les propriétaires ont une réticence à dépenser de l'argent avant d'avoir vendu leur bien immobilier, même si le modèle à la carte ou au forfait leur coûte moins cher au final.

Depuis, nous avons introduit différents forfaits modulables en fonction du prix des biens immobiliers, que le propriétaire paie uniquement en cas de vente.»

Olivier Sauzet souligne encore que le marché suisse du courtage est atomisé, avec de nombreux acteurs dans chaque région, et qu'il faut une forte présence médiatique pour prendre des parts de marché. La start-up Neho est de fait très présente sur nombre de sites internet suisses et étrangers et semble avoir les moyens de ses ambitions, à l'instar de son principal actionnaire, Investis Holding SA, basé à Zurich, qui possède 44% des parts de la nouvelle société. La start-up entend atteindre le seuil de rentabilité en 2020. D'ici à la fin de l'année, elle sera présente sur tout le territoire suisse. «Cette présence médiatique peut renforcer la notoriété du forfait comme modèle de paiement du courtage, que nous pratiquons depuis quatre ans», se réjouit Olivier Sauzet.

Florent Bourachot pense que la commission fixe usuelle de 3% va de plus en plus être remise en question. «Avec le tassement des prix des biens immobiliers, les vendeurs vont être de plus en plus sensibles au coût du courtage. Ils ne veulent pas que la commission du courtier diminue par trop leur marge, voire les empêche de récupérer leurs fonds propres.»

Président de l'ARCID, Chambre suisse des diplômés de l'immobilier, qui compte beaucoup de courtiers dans ses rangs, Thomas Bise ne pense pas que le modèle forfaitaire va prendre trop d'ampleur. «Il y a un frein à dépenser tout de suite une somme d'argent sans savoir s'il y aura un résultat. Mais une pression sur les prix est possible avec l'arrivée de nouveaux acteurs pratiquant d'autres modèles d'affaires comme le forfait. Les agences qui se contentent de faire le minimum de service, sans offrir une plus-value de qualité, vont souffrir. Il pourrait y avoir un écrémage.»