





C'est en misant sur la puissance du digital alliée à une forte présence sur le terrain que Capifrance a su très tôt proposer une approche plus innovante, plus agile, plus réactive et plus proche des attentes clients. Capifrance, catalyseur d'idées et d'innovations, offre à l'immobilier ce que la French Tech apporte à l'économie numérique! Notre stratégie est claire: allier des équipes de proximité aux technologies de pointe.

Philippe Buyens

Directeur Général Capifrance

Sommaire

01

Capifrance, un acteur majeur dans			
ľu	inivers de la transaction immobilière	P 04	
•	Un modèle reconnu, chiffres à l'appui	P 05	
•	Une entreprise rassurante, filiale d'Artémis	P 06	
•	Une exigence soutenue depuis 15 ans	P 07	
0	2		
Ľ	immobilier connecté, 100 % phygital	P 09	
•	L'hyperproximité physique et digitale	P 10	
•	L'expertise du service client	P 11	
•	Des conseillers indépendants mais jamais seuls	P 12	
03			
Des projets ambitieux pour préparer l'avenir			
•	Une nouvelle promesse client	P 16	
•	Un service inédit dans l'univers immobilier :		
	les biens « À l'essai »	P 17	
•	Vers un parcours client novateur	P 18	



4 domaines d'expertise

L'ancien
Le neuf
Le commerce
La gestion locative

Véritables entrepreneurs répartis dans l'hexagone et dans les DOM, les conseillers travaillent sur leur territoire, au plus proche de leurs clients. En 2002, Capifrance crée le premier réseau de conseillers immobiliers indépendants en France. Ses services sont alors uniquement proposés en ligne, sans agence physique : une révolution.

Véritables entrepreneurs répartis dans l'hexagone et dans les DOM, les conseillers travaillent sur leur territoire, au plus proche de leurs clients. Ces négociateurs de proximité accompagnent quotidiennement acquéreurs et vendeurs dans la réalisation de leurs projets immobiliers, avec des conseils personnalisés et des services adaptés.

Soutenus par Capifrance, ils bénéficient de l'interactivité du réseau, de nombreux outils et solutions numériques (logiciel métier de gestion de la relation client, intranet collaboratif, etc.), d'un haut niveau de formation ainsi qu'une puissance de diffusion de leurs annonces, unique en France.

Leur expertise sur l'ensemble des filières immobilières (achat/vente dans l'ancien, le neuf, le commerce, la gestion locative) leur permet de proposer une offre globale et complète. Celle que le réseau se doit d'offrir à tout client.

Grâce à un maillage territorial étendu, des moyens humains solides, des outils technologiques adaptés et une présence sur les principaux sites Internet immobiliers, Capifrance est aujourd'hui leader de son secteur.

Un modèle reconnu, CHIFFRES À L'APPUI

En 2016, Capifrance c'est:











À horizon 2020, Capifrance a pour ambition de devenir le réseau incontournable du paysage immobilier français. Le réseau projette d'étendre le maillage territorial avec 2400 conseillers pour un volume de 15.000 ventes et un chiffre d'affaires prévisionnel de 110 millions d'euros.

Une entreprise rassurante, filiale d'Artémis



Au sein d'Artémis, Digit RE Group représente plus de 100 M€ de chiffre d'affaires, 3 100 conseillers en immobilier indépendants, plus de 150 collaborateurs, et près de 13 000 ventes par an. Cette nouvelle structure permet de bénéficier de moyens renforcés et supérieurs à ceux des principaux réseaux concurrents sur le marché français. Nos ambitions d'ici 2020, nous placer dans le top 3 des réseaux immobiliers en France.

Olivier COLOMBETDirecteur Général
Digit RE Group

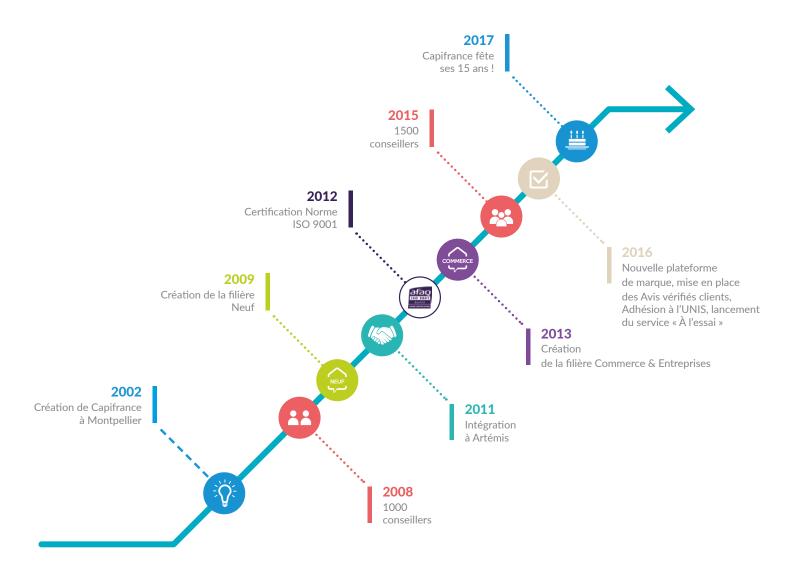
Gage de pérennité, c'est avec Capifrance que la holding patrimoniale de la famille Pinault, Artémis, choisit de se lancer pour la première fois sur le marché immobilier, en 2011. Reconnue pour sa capacité à anticiper et à investir dans des secteurs à fort potentiel de croissance, elle renforce ensuite cette prise de position par l'acquisition du réseau Optimhome, Immobilier Neuf, Drimki, Refleximmo et la création de La Centrale de Financement (courtiers en prêts).

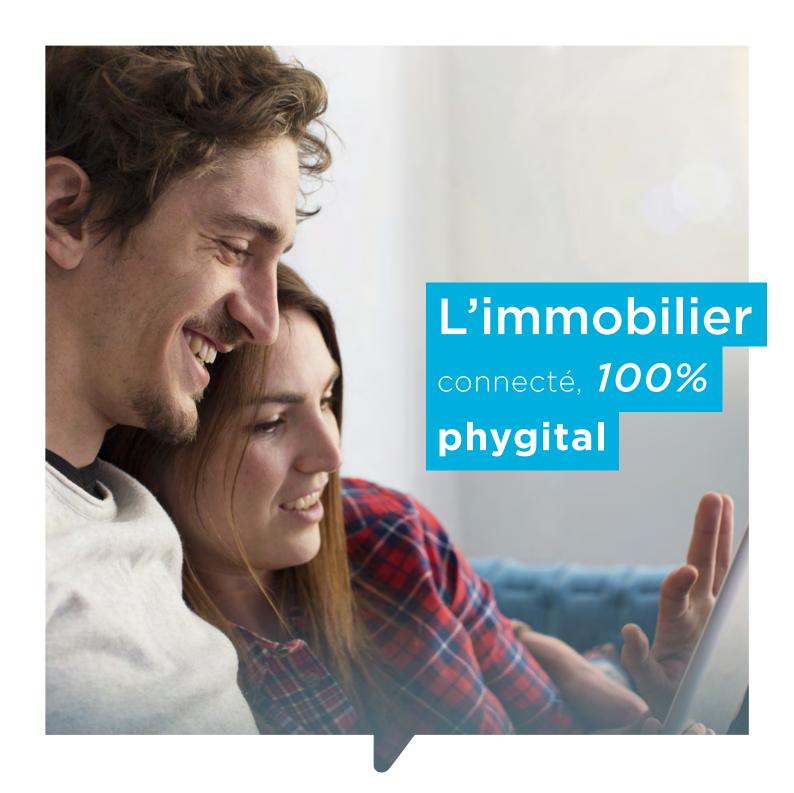
L'histoire ne s'arrête pas là puisqu'en en février 2016, Artémis crée Digit RE Group avec comme mission principale de centraliser toutes les fonctions administratives, juridiques, informatiques et financières ainsi que l'ensemble du back-office des marques du pôle immobilier.

Si toutes les marques sont autonomes et indépendantes, elles bénéficient pour autant de moyens renforcés (outils technologiques performants, formations complètes, offre de services adaptés), de la synergie des savoir-faire émanant de la mutualisation des compétences et d'une puissance d'action, notamment pour les achats auprès des portails d'annonces.



Une exigence soutenue depuis 15 ans





Un réseau de 1700 conseillers



Acteurs d'un nouveau genre, les conseillers
Capifrance proposent non seulement des biens immobiliers mais aussi un éventail de solutions dans une société en pleine mutation numérique exigeant des services sans limite.

Grâce à un modèle économique innovant et unique, Capifrance se positionne en agitateur du secteur immobilier depuis 2002 et reste en phase avec son temps et ses clients, grands consommateurs d'Internet et de réseaux sociaux. Il développe un immobilier connecté, centré sur le concept « Phygital » associant avancées technologiques nées du digital et représentation territoriale forte.

En effet, la marque peut compter sur ses 1 700 conseillers qui composent son réseau : des indépendants recrutés et formés, qui bénéficient d'un accompagnement individualisé et d'outils performants pour acquérir les bonnes pratiques. Acteurs d'un nouveau genre, ils proposent non seulement des biens immobiliers mais aussi un éventail de solutions dans une société en pleine mutation numérique exigeant des services sans limite.

Une forte réactivité à trouver des solutions immobilières

En entrant chez Capifrance, les conseillers adhèrent à une charte et s'engagent à employer tout leur savoir-faire dans l'accompagnement de leurs clients.

De l'ébauche du projet à la signature de l'acte authentique, ces experts 100% connectés les assistent dans toutes leurs démarches, avec des conseils sur-mesure, adaptés aux besoins et aux exigences de chacun, en amont et en aval de l'acquisition ou de la vente.

En tant qu'entrepreneurs indépendants, disposant de l'appui et des moyens de Capifrance et du pôle immobilier Digit RE Group, leur réussite n'a d'égal que leur disponibilité, leur dynamisme, leur implication et la satisfaction client. Leur engagement n'en est alors que plus fort.

Agents de proximité, spécialistes de leur secteur géographique, les conseillers sont souvent les propres voisins de leurs clients favorisant la transparence et la bonne connaissance de l'environnement. Véritables créateurs de liens et facilitateurs de transaction, ces agents mandataires entretiennent des relations de confiance avec tous les intervenants de la profession (vendeurs, acheteurs, notaires, géomètres, architectes...).

L'HYPERPROXIMITÉ PHYSIQUE ET DIGITALE

Une offre globale sur tous les métiers de l'immobilier, partout en France

La spécificité de Capifrance repose également sur son approche commerciale couvrant 100% des métiers de la transaction immobilière : vente de l'ancien comme du neuf, de commerces et d'entreprises ainsi que la location-gestion et le syndic. Certains conseillers sont également spécialisés dans les filières Prestige ou Viager, ce qui leur permet d'intervenir quelles que soient les problématiques rencontrées par les clients.



En 2016, Capifrance
c'est plus de 50.000
publications
sur des centaines
de sites partenaires
en France, dans les DOM
et à l'étranger.

Une visibilité maximale des biens confiés et des tarifs adaptés

La compétitivité de Capifrance s'affiche en outre par la puissance de diffusion inégalée des annonces. Visibles et bien référencées sur les portails immobiliers leaders :

- en Traditionnel (Se Loger, Leboncoin, Paru-Vendu, Logic-immo, etc.)
- en Commerce (Cession PME, immobilier-chr, Forum des commerces, etc.)
- dans les DOM pour la Guyane, la Guadeloupe et la Martinique (Domimmo, Cyphoma, etc.)
- à l'étranger pour notre clientèle internationale (Zoopla, Immoweb.be, etc.)

Son modèle, sans agence, permet de capitaliser non seulement sur les rémunérations de ses conseillers à des tarifs au-dessus des standards de la profession mais aussi d'investir massivement dans sa communication sur le web, pour une meilleure valorisation des biens.



L'EXPERTISE DU SERVICE CLIENT

Depuis 2012, Capifrance est certifié ISO 9001



Capifrance
accueille,
avant tout, des
collaborateurs
ayant les mêmes
valeurs de services,
d'implication
et de partage.

Pour satisfaire toutes les exigences, Capifrance s'assure de l'engagement et du professionnalisme de ses conseillers. L'entreprise les accompagne, pas à pas et quotidiennement dans la maîtrise de notions essentielles : la relation client, la négociation, la réglementation, l'intermédiation avec tous les professionnels du secteur immobilier... Des atouts majeurs pour renforcer, chaque jour, la confiance établie avec la clientèle.

Des outils et services adéquats

La force commerciale du réseau : développer une palette d'outils interactifs et des services répondant aux habitudes de consommation des clients finaux. L'innovation et la qualité de service, ses leitmotiv, l'encouragent à multiplier des partenariats technologiques avec d'autres structures. Grâce à une collaboration étroite, ces partenariats permettent de compléter l'offre du réseau (estimation, réalité augmentée, visites 3D, home staging virtuel, etc.).

Un recrutement sélectif et une formation illimitée

Autre force du réseau : sa capacité à recruter des candidats de formations et d'expériences très diverses, expérimentés ou non. Capifrance accueille, avant tout, des collaborateurs ayant les mêmes valeurs de services, d'implication et de partage.

Certifié ISO 9001, le réseau propose à ses conseillers un parcours de formations au travers d'un cursus complet réunissant 25 modules pour 315 heures par an, ainsi que près de 150 webinars. Dispensées partout en France, en présentiel ou en e-learning, ces formations s'adaptent à tous les niveaux :

- les essentielles, fondamentales pour bien débuter son activité
- les plus expertes, plus techniques pour se spécialiser

Chaque module doit être validé pour passer au suivant. Tout au long de l'année, un comité de formation se réunit afin d'analyser les programmes et d'améliorer les modules.

DES CONSEILLERS INDÉPENDANTS MAIS JAMAIS SEULS

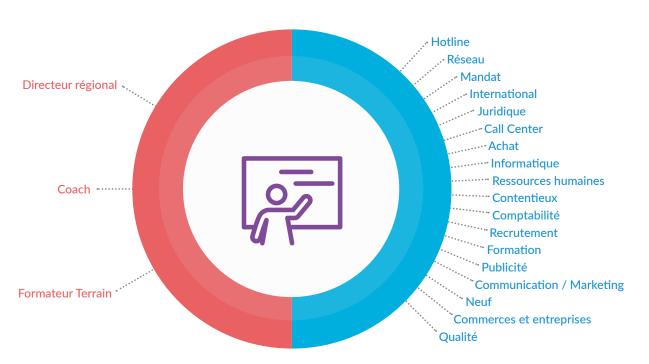


- 3 métiers (ancien, neuf, commerce) et 3 spécialisations (viager, prestige, location-gestion-syndic)
- Un portail, capifrance.fr diffusant l'ensemble des annonces du réseau
- Un espace internet par conseiller bénéficiant du référencement de la marque pour valoriser ses propres annonces, sa connaissance du territoire et son expertise
- Une organisation collaborative favorisant les échanges entre conseillers sur les réseaux sociaux et une page grand public pour informer sur le savoir-faire et l'actualité de la marque

- Le libre arbitre dans le choix des biens qu'il commercialise
- Une totale autonomie dans la gestion de son emploi du temps
- Des formations gratuites et illimitées
- Un accompagnement permanent du siège comme sur le terrain
- Des perspectives d'évolution : spécialisations ou missions d'encadrement
- Une rémunération attractive allant jusqu'à 98% de la commission

365 Accompagnants du terrain

90 Accompagnantsau siège



Une entraide collective et un soutien permanent du siège

« Indépendant, mais jamais seul ! », est la devise qui fait le plus écho au concept originel de Capifrance. Parce qu'indépendant ne rime pas avec isolement, tout un dispositif d'animation du réseau permet aux conseillers de se rencontrer à l'occasion de réunions de travail et d'échanges d'expérience.
En plus d'une équipe d'experts au siège, dans chaque département, un coach assiste

et guide les conseillers. Enfin, avec plus de 300 formateurs terrain, Capifrance apporte un accompagnement individualisé à tous ses nouveaux conseillers. Les plus anciens peuvent aussi recourir à leur assistance dans certaines de leurs démarches commerciales. L'appui d'un collaborateur plus expérimenté permet ainsi d'optimiser les résultats de chacun.

Le réseau encourage aussi les collaborations interprofessionnelles, gages d'une réelle synergie d'équipe couvrant toutes les demandes clients : neuf, commerce, viager... Autre axe de développement majeur : la gestion de carrière de ses conseillers qui peuvent évoluer vers des postes d'encadrement : formateur terrain, coach, recruteur.





Transparence et service client ont été les mots d'ordre du début d'année 2016 chez Capifrance.
Site internet, logo, nouvelle promesse client, diffusion d'avis clients certifiés NF sont autant de nouveautés venues enrichir la marque! Mais le réseau ne compte pas s'arrêter en si bon chemin : offre de services et solutions innovantes sont plus que jamais à l'honneur avec le lancement d'un service inédit dans le secteur de l'immobilier ainsi que bien d'autres nouveautés d'ici 2020!

Emmanuel DAVID

Directeur Marketing & Communication Capifrance Après avoir observé les nouveaux modes de consommation ainsi que les services nés du digital (le collaboratif, les avis et partages, les outils de proximité, la recommandation active, etc.), Capifrance entend dérouler son programme d'offres dédiées au « Parcours Client ».

De nouveaux outils autour du bien et de l'écosystème immobilier s'inscrivent ainsi dans les développements de l'entreprise.

Il s'agira de proposer, d'ici 2020, une offre servicielle complète, globale et multicanale, avec des solutions d'accompagnement en phase avec les attentes des consommateurs.

Bien entendu, les propositions sont étudiées pour répondre aux enjeux de la mobilité et de la proximité. Mais ce n'est pas tout, car aujourd'hui le besoin de services personnalisés autour du projet immobilier est fort. Les futurs acquéreurs et vendeurs attendent de la transparence et un niveau d'information élevé en phase de recherche (avis vérifiés, simulations, centres d'intérêt, etc.), des outils d'aide à la décision au moment de finaliser leur choix (services à la carte, diagnostics, etc.), un suivi personnalisé à la concrétisation de leur acte (dossiers de financement, démarches administratives, etc.) et bien au-delà (estimations prédictives de vente, historique des travaux, etc.).

UNE NOUVELLE PROMESSE CLIENT

- + de proximité
- + d'accompagnement

 dans toutes les démarches

 du client
- de diffusion maîtrisée
- + d'outils personnalisés

Capifrance fait évoluer sa promesse client en s'engageant à "Faire plus pour votre bien" Une nouvelle plateforme de marque, un nouveau logo et une identité plus moderne scellent le début d'une nouvelle ère pour soutenir l'ambition 2020.

Dès le printemps 2016, ce renouveau sur la communication du réseau témoigne de son engagement à faire évoluer sa promesse client :

« Faire plus pour votre bien ».

La première preuve de cette résolution : la diffusion des avis clients sur le site



Dorénavant, les enquêtes de satisfaction ne se font plus en interne. Systématisées et validées par un organisme tiers certifié NF, les notations sont aujourd'hui publiées sur chaque site des conseillers. Cette transparence démontre la volonté de favoriser le choix des futurs acheteurs et vendeurs. Capifrance entend ainsi impliquer la clientèle de son réseau dans l'évolution vertueuse des pratiques de la profession.

Un service inédit Dans l'univers immobilier : LES BIENS « À L'ESSAI »

Deuxième engagement d'un programme défini pour les 18 prochains mois, Capifrance lance, en novembre 2016, un nouveau service totalement en rupture avec le secteur mais cependant déjà bien adopté par d'autres acteurs de la grande consommation (automobile, sport, habillement, etc.) :

« L'essai avant l'achat »!

Disponible aussi bien pour la filière traditionnelle que pour le commerce et les entreprises, ce dispositif offre un avantage solide : en effet, avant de confirmer sa décision d'achat, l'acquéreur peut désormais « vivre » et « découvrir » son futur bien !

Ce nouveau service audacieux, éprouvé auprès d'un panel de clients acheteurs et vendeurs, permet de s'engager en toute connaissance de cause et d'être rassuré sur son futur achat. Pour le vendeur, qui aura signé un mandat exclusif avec un conseiller, la visibilité de son annonce estampillée « À l'essai » sera maximale. Quant aux conseillers indépendants, ils peuvent rassurer leurs clients acheteurs en toute transparence. En proposant cette offre novatrice et exclusive, ils possèdent un avantage concurrentiel inédit et leur notoriété s'en trouvera plus forte.

« À l'essai » qu'est-ce que c'est?

Le principe du service « Biens à l'Essai »
est simple : il s'agit de donner l'opportunité
à un acquéreur démontrant un réel intérêt
pour un bien immobilier de conforter sa
décision d'achat en y séjournant de quelques
heures à une nuitée, selon l'accord
et les disponibilités du vendeur.

16 h



Les biens à l'essai sont consultables sur le site

www.testez-votre-bien.fr

VERS UN PARCOURS CLIENT NOVATEUR

Étude des comportements par :

"opinionway



Pour 75 % des français en cours de projet immobilier, le conseiller est l'interlocuteur de référence pour visiter les meilleurs biens et dispenser l'information la plus complète

Afin de répondre au mieux aux attentes clients, Capifrance a mandaté l'institut de sondage Opinionway pour réaliser une étude sur « *Les nouveaux modes de consommation issus de digital et leur impact sur l'univers immobilier* »*. Elle est destinée à analyser l'évolution des modes de consommation afin de comprendre comment refonder un secteur immobilier 2.0 avec des solutions innovantes et en osmose avec les attentes d'un monde qui change.

Les principaux enseignements de cette étude :

- Le numérique a profondément bousculé les habitudes de consommation des français qui attendent aujourd'hui des services 360°, accessibles à la fois physiquement et en ligne.
 L'immobilier est donc pour eux un secteur dont les usages peuvent être encore améliorés.
- Le besoin d'une digitalisation des services ne signe pourtant pas la fin des acteurs traditionnels auxquels les français accordent davantage de confiance qu'aux services en ligne pour s'informer, obtenir les meilleures prestations et éviter les désagréments. L'accompagnement des conseillers reste pour eux primordial dans toutes leurs démarches immobilières.
- Les français souffrent d'un déficit d'information lors de leur transaction immobilière et comptent sur l'outil numérique pour pallier cette faiblesse. Ils comptent sur le développement de solutions qui leur permettraient de mieux connaître l'historique des biens, de mieux se projeter (travaux, financement, décoration). De manière plus générale, ils souhaiteraient effectuer leurs démarches avec plus de simplicité.

35 %	Les voyages	
81 %	La banque	
80 %	Les médias	
78 %	La grande distribution	
73 %	Les transports	
68 %	Les cosmétiques	
66 % L'immobi		
55	% Le luxe	
5	0 % L'optique	

L'intégration dans les grands secteurs de consommation des nouveaux services à valeur ajoutée nés du digital



des français ont le sentiment de bénéficier de davantage de services via Internet qu'en boutique

L'ensemble des informations comportementales recueillies ainsi que l'écoute des remontées directes de son réseau permet à Capifrance de conforter son positionnement, d'adapter son offre et de définir les services immobiliers de demain.

*L'Etude « Les nouveaux modes de consommation issus de digital et leur impact sur l'univers immobilier » a été réalisée pour Capifrance, les 12 et 13 octobre 2016, auprès d'un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas.

Il s'agira de proposer, d'ici à 2020, une offre servicielle globale et multicanale avec des solutions embarquées.



SAS CAPI

www.capifrance.fr Tél: 04 99 61 61 61 Fax: 04 67 58 77 40

Parc Activité Aéroport L'Aéroplane Bât. C 99 imp. Adam Smith CS 70058 34473 Pérols cedex Contact presse: Laurence BLESTEL 06 09 94 00 26 lbrpcom@gmail.com

www.presse.capifrance.fr

SIRET : 441 338 985 000 76 APE : 6831Z - Carte Professionnelle n°CPI 3402 2016 000 005 429 Chambre de commerce et d'industrie de Montpellier - Capital 100 000 € N° Intracommunautaire : FR 44 441 338985 - Garantie : 110 000€ sans manipulation de fonds par CEGI - 128 Rue Lla Boétie 75378 Paris cedex 08 - RCP ; AON - 45 Rue Kléber 92 697 | EVAI LOIS PERRET Cedex - Compte séquestre n°04149 15820506000 - Société Marseillaise de Crédit - Place de la Comédie - 34 007 MONTPELLIER Cedex 07