

Document de synthèse

2 juillet 2018

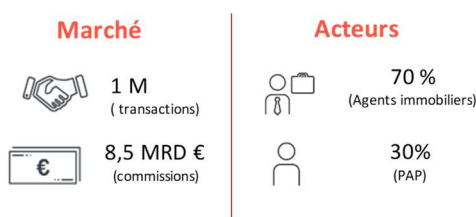


Prenez part à la transformation du marché de la transaction immobilière en France, qui pèse 8.5 MRD€.

Avec UNBONTOIT, vous avez l'opportunité de miser sur le projet le plus fort du marché qui repose sur : la scalabilité, un modèle économique profitable et la digitalisation de l'expérience client.

L'ambition d'UNBONTOIT est de devenir le leader de la commercialisation hybride de biens immobiliers en France. La commercialisation hybride correspond à l'utilisation des nouvelles technologies et d'internet afin de créer de nouvelles solutions qui permettent de vendre un bien tout en réduisant les frais de transaction par 10 comparé à un agent immobilier.

Un marché de la transaction immobilière significatif mais fossilisé



Les méthodes de travail des agents immobiliers, en France, n'ont pas changé depuis les années 1980. Ils sont parmi les plus chers au monde avec 5 à 6 % d'honoraires en moyenne.

Des vendeurs qui cherchent une alternative aux agents immobiliers

Auparavant, seuls les agents disposaient des bases de données immobilières. Ils jouissaient d'un pouvoir dû à l'asymétrie de l'information. Cette asymétrie tend à s'estomper grâce à internet.

Aujourd'hui, 70% des particuliers essaient de vendre par eux-mêmes leurs biens immobiliers, mais seuls 30% y arrivent. Ceci illustre le manque d'une solution qui s'inscrit entre les agents immobiliers (trop chers) et les sites d'annonces de particuliers (pas assez efficaces).

Les modèles alternatifs réussissent à l'étranger

L'évolution des marchés étrangers et l'émergence de modèles alternatifs hybrides qui y réussissent (à l'instar de Purple Bricks aux UK qui a pris 6% de parts de marché en 6 ans, réalise 100 M€ de CA et est valorisé 1 MRD€), montrent la voie et poussent à la création, en France, de multiples initiatives. Mais nous en sommes encore au début et aucun acteur n'est significatif.

UNBONTOIT : l'agent exclusif du vendeur

Notre solution est inspirée des Etats-Unis, où l'acheteur et le vendeur sont représentés par deux agents distincts. Notre concept adopte cette approche et propose une offre bâtie uniquement autour des intérêts du vendeur.

Une proposition de valeur unique qui répond à la psychologie du client

Notre proposition de valeur a été réfléchie en partant des besoins du client, qui sont fonctionnels (baisse des coûts, gain de temps, simplicité, réduction de l'effort) mais surtout émotionnels (réduction de l'anxiété, espoir, affiliation). Au-delà de l'avantage prix (10 fois moins cher qu'un agent), nous offrons plus de valeur au travers d'une approche complémentaire entre la digitalisation (qui permet de professionnaliser et de standardiser les processus métiers) et les points de passage humains (qui permettent la réassurance).

Les processus de visite, d'expérience client, ou encore de commerce sont standardisés et digitalisés alors que les contacts autour de la valorisation, la mise en avant du bien et l'organisation des visites, la gestion des offres restent bien humains.

L'abandon de la facturation au succès comme base du modèle économique

Le modèle économique repose sur une relation contractuelle dans laquelle le vendeur délègue la réalisation des tâches lui permettant d'atteindre ses objectifs, le tout inclus dans un pack à 999 €.

Ce pack est payable à l'exécution de la transaction, ou au plus tard au bout de 6 mois, que la vente soit réalisée ou non. En effet, la répartition des tâches avec le vendeur, qui assure lui-même les visites, n'impose pas le besoin de détenir le statut d'agent immobilier (loi Hoguet) et donc permet de ne plus facturer les services au succès.

Ce modèle (l'abandon de la facturation au succès) est celui qui a réussi à l'étranger, car il permet de réaliser 60% de marge brute sur chaque produit vendu et de vendre des services additionnels (impossible dans un modèle au succès).

Pourquoi les agents hybrides au succès échoueront

Le marché français de l'intermédiation immobilière possède un taux de mandats exclusifs très bas de 30% contre 90% aux Etats-Unis par exemple. Un agent immobilier, en France, ne vend qu'un mandat sur 4 en moyenne (1 sur 7 pour les mandats non exclusifs).

Les agents immobiliers hybrides, qui facturent généralement 2000 € au succès, ne réalisent donc qu'un CA de 500 € TTC par mandat rentré, soit 400 € HT, alors que leurs coûts par mandat (photos, diffusion, marketing, vente, structure...) peuvent difficilement être comprimés en dessous de 1 000 €.

Leur poids mort se situe à 5 000 €, peu attractif comparé aux mandataires immobiliers, qui offrent, eux, un service complet d'agent immobilier.

UNBONTOIT n'est pas confronté à cette difficulté car l'abandon de la facturation au succès permet de facturer chaque client. Même à 999€, son modèle reste profitable.

Traction : nécessité de massification

Notre preuve de concept, qui a duré un an et demi et dans lequel nous avons investi près de 200 K€ nous a démontré que l'abandon du success fee n'est pas un frein et que le coût d'acquisition client initial est significatif dans ce marché concurrentiel.

Ceci est en phase avec la trajectoire de Purple Bricks (qui a également abandonné la facturation au succès dans son modèle) dont le coût d'acquisition client initial était supérieur à 1 500 € et qui a été optimisé, en quelques années, autour des 300€.

Les projets d'hybridation ne pourront atteindre cette performance que par la massification, acquise au travers d'une approche marketing forte.

Stratégie marketing et commerciale au service de la réassurance

Le plan marketing que nous avons construit est basé sur une campagne media et RP, permettant la réassurance, couplée à une stratégie digitale, axée sur le display et le SEA.

Notre stratégie media a été préparée pour les deux années à venir, de manière à suivre la montée en puissance de la structure.

La conversion des prospects en clients se fera par une équipe commerciale sédentaire, experte en évaluation immobilière.

De nombreuses opportunités de sortie

Les options de sortie sont nombreuses : fonds d'investissements, acteurs traditionnels de l'immobilier, family offices, concentration dans l'hybridation immobilière, industriels souhaitant monétiser notre base de données (assureurs, banques, médias...), sites d'annonces...

3M€ de levée pour accélérer le projet

La stratégie d'UNBONTOIT est simple : utiliser le travail de conversion du marché par les agents hybrides, tous lancés sur une approche au succès, et les prendre à revers en appliquant une stratégie qui repose sur un modèle économique rentable, scalable, et qui nécessite 4 fois moins de capital (nous faisons avec 3 M€ ce qu'ils font avec 12 M€) :

1,8 M€	Marketing digital et communication
0,4 M€	Plateforme
0,5 M€	Commerce
0,3 M€	Structure (net de la marge brute)
3 M€	

La société / la preuve de concept

- Analyse de marché et préparation depuis début 2017
- Preuve de concept lancée en mars 2018 (200K€ d'investis)
- 20 ventes, équivalentes à 140 mandats non exclusifs

Business plan

Le business plan a pour objectif de structurer la société puis d'atteindre la rentabilité en 5 ans

	2 ans	5 ans
CA (M€)	1	11
Marge brute %	61%	62%

L'équipe



Thierry Lenoir



Thierry est un serial entrepreneur, qui a su créer, gérer, faire croître et vendre plusieurs sociétés. Il maîtrise le commerce et les activités de service.



Txomin Kuhn-Artola



Txomin a connu une carrière internationale dans un grand Groupe coté, dont il a été le Directeur Général Adjoint Finance et Opérations d'Amérique Latine.

Contact

Txomin KUHN-ARTOLA
txomin.kuhn@unbontoit.com
06 11 28 73 23

Thierry LENOIR
thierry.lenoir@unbontoit.com
06 17 46 17 49