Les réseaux de mandataires

40 000 entrepreneurs au service de nos projets immobiliers

Vincent Pavanello

Les réseaux de mandataires : 40 000 entrepreneurs au service de nos projets immobiliers

Vincent Pavanello

Sommaire

Préface de Danielle Dubrac 7

Chiffres clés 9

Résumé 10

Introduction 12

2020, année du logement 12

Modification des stratégies résidentielles et besoin de conseils 13

Les mandataires immobiliers :
expliquer, mesurer et se comprendre 14

1. Les réseaux de mandataires, un modèle né dans les années 2000 et qui est devenu incontournable 15

1.1 • L'intermédiation immobilière en France 15

1.1.1. Des marchands opportunistes aux agents spécialisés 15

1.1.2. Un taux d'intermédiation dans l'ancien en hausse depuis 1945 16

1.1.3. Les différents modèles d'affaires de la transaction immobilière dans l'ancien 19

1.1.4. Parts de marché des différents acteurs 22

1.2 • Mandataire immobilier, un modèle révolutionnaire 26

1.2.1. Le fonctionnement des réseaux 26

1.2.2. Un cadre réglementaire sécurisant pour le vendeur et l'acheteur 27

1.2.3. Comparaisons internationales 29

1.3 • 20 ans de croissance ininterrompue depuis les années 2000 32

1.3.1. Les premiers réseaux (2000-2010) 32

1.3.2. L'explosion du modèle des mandataires (2010-2020) 34

1.3.3. Diversification et ouverture d'antennes à l'international 38

2. Un poids économique croissant sur tout le territoire 40

2.1 • Un volume d'activité en forte augmentation 40
2.1.1. Composantes et évolution du chiffres d'affaires 40
2.1.2. Poids économique dans le secteur immobilier 42
2.1.3. Quelles perspectives d'ici 2023 ? 44
2.1.4. Analogie avec un autre marché bien connu du grand public 46
2.2 • Emploi et dépenses de formation 47
2.2.1. L'emploi dans les réseaux 47
2.2.2. L'effort de formation 50
2.3 • Gain de pouvoir d'achat et recette fiscales 52
2.3.1. Gain de pouvoir d'achat pour les clients 52
2.3.2. Recettes fiscales pour l'Etat et les collectivités locales 53

3. Un métier et une organisation adaptés aux nouveaux codes du monde du travail 54

3.1 • Le désir d'indépendance 54
3.1.1. Entreprendre pour gagner en autonomie 54
3.1.2. Un nouvel équilibre de vie 56
3.1.3. Les réseaux de mandataires sont-ils des plateformes ? 57
3.2 • Le travail collaboratif 61
3.2.1. Entre le réseau et les mandataires 61
3.2.2. Entre mandataires 62
3.3 • La quête de sens 65
3.3.1. Du sens dans les missions 65
3.3.2. Du sens dans les rémunérations 65
3.4 • Le digital au service des professionnels et des clients 67
3.4.1. Pour les têtes de réseaux et pour les mandataires 67
3.4.2. Pour les clients 68

Conclusion 70

L'auteur 72

Préface

Cet ouvrage est à parcourir de bout en bout tant il s'avère pédagogique, non seulement quant aux raisons qui ont conduit l'UNIS à accueillir les représentants nationaux des réseaux de mandataires mais aussi pour l'éclairage bienvenu qu'il apporte aux défis que l'activité de l'intermédiation immobilière va rencontrer et devoir surmonter.

Ce rapport arrive à point nommé. Après une année 2020 où le secteur immobilier a été durement touché, les différents acteurs doivent faire bloc. Ceci est particulièrement vrai pour les métiers de la transaction alors que les ventes de logements se sont arrêtées pendant plusieurs semaines et qu'elles se déroulent encore aujourd'hui dans des conditions très difficiles. Entreprises traditionnelles et nouveaux entrants défendront d'autant mieux leurs intérêts et ceux de leurs clients qu'ils parleront d'une seule voix.

Que l'on ne se trompe surtout pas de combat ; l'intermédiation est une, et ne se fragmente pas entre les deux modèles économiques qui la dynamisent car leur mode opératoire est identique. Notre véritable combat commun c'est de faire face à celles et ceux qui contestent jusqu'à l'existence même de notre profession et qui en relativisent son intérêt et mettent en cause la juste rémunération de nos intermédiations.

Au sein de l'UNIS (Union des Syndicats de l'Immobilier), cet impératif de concorde n'a cessé de nous animer depuis la création du mouvement en 2009. Alors même que nous représentons plus de 2 200 agences immobilières physiques, nous avons choisi d'ouvrir aussi nos portes aux réseaux de mandataires dès 2016. Optimhome et Capifrance ont été les premiers réseaux adhérents de l'UNIS, avant d'être suivis par iad et Safti un an plus tard. En tant que présidente de cette organisation professionnelle depuis quelques mois, je me félicite de favoriser le dialogue entre les différents modèles d'affaires de la transaction. Apprendre à se connaitre est un prérequis à la poursuite de combats communs.

Aussi, nous nous réjouissons de voir Vincent Pavanello se saisir de ce sujet des réseaux de mandataires. **Par ce rapport rédigé en toute indépendance, il fait œuvre de pédagogie.** Son travail d'analyse est précieux pour mieux comprendre les spécificités du modèle des réseaux. Nous émettons le souhait qu'il soit lu par le plus grand nombre afin de casser certaines idées reçues génératrices de défiance. Mieux encore, les conclusions de ce rapport confortent l'UNIS dans sa stratégie d'ouverture.

Ce n'est pas le montant des honoraires qui fait une vente, c'est le talent et le savoir-faire professionnels qui facilitent un rapprochement pour le cimenter en accord conventionnel à la satisfaction des deux parties, internet ayant fait disparaître de fait la distinction de savoir si la personne qui a réalisé la facilitation des deux projets est titulaire d'une carte d'habilitation dépendant d'une carte professionnelle détenue localement ou à distance.

A titre personnel, je retiens principalement deux choses de ces travaux. **Premièrement, les réseaux de mandataires ne sont plus des acteurs marginaux de l'industrie de la transaction immobilière.** Vincent Pavanello explicite avec justesse et objectivité non seulement les constituants de l'accroissement spectaculaire des réseaux de mandataires au regard de ce qu'expriment les Français en matière de flexibilité des horaires de travail cousins de l'indépendance et du souhait entrepreneurial, mais aussi des attentes de proximité et de services à valeur ajoutée des clients.

Ils représentent plus de 30 000 entrepreneurs et captent chaque année de nouvelles parts de marché. Ils se sont institutionnalisés et ont donc toute leur place dans une organisation professionnelle comme l'UNIS. De plus, contrairement au discours de certains de leurs détracteurs, ce ne sont pas des plateformes qui ubériseraient l'immobilier. Vincent Pavanello n'esquive pas cette question dans son rapport et montre bien que cette comparaison n'a pas de fondement. Deuxièmement, je retiens que la croissance des réseaux ne s'est pas faite au détriment des agences immobilières traditionnelles. Comme cela est expliqué dans ce document, le marché de l'intermédiation est un marché en croissance. Le nombre de transactions augmente, tout comme le taux d'intermédiation. En conséquence, des centaines de nouvelles agences physiques sont créées chaque année alors même que les réseaux de mandataires prospèrent. L'ignorance est souvent mère de méfiance et cet ouvrage a ce grand mérite de mieux nous faire connaître ce modèle économique, partie prenante avec le modèle économique classique et national en agence ou en bureau,et faire en sorte qu'ensemble ils relèvent les grands défis notamment du monde de l'habitat.

Les deux modèles sont incontestablement complémentaires, comme nous l'avons toujours pensé à l'UNIS.

Voilà bien longtemps que nous n'avions pas eu à disposition un ouvrage aussi documenté que passionnant à lire ! Merci Vincent Pavanello et merci aux têtes de réseau du Collège des Mandataires Indépendants UNIS sans lesquels cet ouvrage n'aurait pas vu le jour.

Danielle Dubrac
Présidente de l'Unis, cheffe d'entreprise

Chiffres clés

40 000

le nombre de mandataires immobiliers rattachés à des réseaux en France en 2020

140 000

le nombre de transactions réalisées en 2020 par les mandataires immobiliers

20 %

la part de marché des réseaux de mandataires en 2020

12 %

la contribution des réseaux de mandataires à la création d'emplois non-salariés en France entre 2014 et 2019

1 milliard d'€

le chiffre d'affaires cumulé des réseaux de mandataires en 2020

310 millions d'€

le pouvoir d'achat gagné par les vendeurs et les acheteurs grâce aux réseaux de mandataires entre 2018 et 2020

Résumé

Les réseaux de mandataires immobiliers, un modèle né dans les années 2000 et qui est devenu incontournable

Depuis une vingtaine d'années émergent en France des réseaux de mandataires immobiliers qui concurrencent ici et là les agences traditionnelles. Ces réseaux ont la particularité de ne pas s'appuyer sur des agences physiques pour proposer leurs services. Ils agrègent des conseillers immobiliers indépendants qui travaillent de chez eux et qui vont rencontrer leurs clients directement à leur domicile.

Contrairement à une idée parfois vicieusement répandue, les mandataires immobiliers indépendants évoluent dans un schéma réglementaire parfaitement défini. Les têtes de réseaux étant titulaires d'une carte de transaction (la carte T), ils sont soumis comme tous les agents immobiliers aux exigences de la loi Hoguet. C'est bien dans ce cadre précis qu'ils habilitent des agents indépendants affiliés, non-porteurs de ladite carte, à négocier, s'entremettre ou s'engager pour leur compte.

La structure de coûts des réseaux de mandataires est plus faible que celle d'une agence physique, ce qui rend possible une diminution des honoraires d'environ 10% à 15%. Cependant, hier comme aujourd'hui, le prix ne constitue pas le principal argument des réseaux de mandataires qui préfèrent mettre en avant la proximité et la disponibilité de leurs conseillers. On compte aujourd'hui environ 90 réseaux actifs pour un total de 40 000 mandataires affiliés sur l'ensemble du territoire national.

Un poids économique croissant sur tout le territoire

Ces réseaux ont réalisé 140 000 transactions en 2020 et représentent donc 20% du marché intermédié (700 000 transactions), contre seulement 3% en 2010. iad a opéré près de 45 000 transactions en 2020, soit une part de marché de 6,4% à lui tout seul. Dans le même temps, Safti et Capifrance se rapprochent chacun des 20 000 transactions. Le chiffre d'affaires cumulé des acteurs de ce marché a donc considérablement augmenté au cours des dernières années. Il était de 212 millions d'euros en 2014, 503 millions d'euros en 2017 et près d'un milliard d'euros aujourd'hui[1]. Le taux de croissance annuelle moyen a été de près de 30% au cours de cette période.

En gardant ce rythme, les réseaux pourraient avoir plus de 30% de parts de marché d'ici 2023, soit près de 240 000 transactions réalisées par environ 60 000

(1) Selon le site meilleursréseaux.com et nos estimations.

conseillers indépendants. Ils resteraient donc des importants créateurs d'emplois non-salariés : entre 2014 et 2019, 12% des créations d'emplois non-salariés en France (tous secteurs confondus) sont directement imputables aux réseaux de mandataires. On observe que la hausse de l'activité dans les réseaux de mandataires ne s'est pas faite au détriment de l'emploi dans les agences traditionnelles. Au contraire, le nombre d'agences immobilières à retrouver récemment son niveau d'avant la crise de 2008, soit environ 30 000 après avoir atteint un point bas à 25 000 il y a quelques années. A titre d'illustration, Orpi a 100 agences de plus en 2020 qu'en 2016, idem pour Century 21. Les nouveaux entrants, principalement Stephane Plaza Immobilier et Nesteen, ont aussi ouvert plusieurs centaines de nouvelles agences au cours des dernières années. Dans un marché en forte croissance, la prospérité des uns ne se fait pas forcément au détriment des autres.

Ce dynamisme se traduit aussi par une augmentation des recettes fiscales générées par ces entreprises. Nous estimons que les têtes de réseaux et leurs indépendants affiliés sont fiscalisés à hauteur d'environ 200 millions d'euros par an, sans prendre en compte la fiscalité locale.

Un métier et une organisation adaptés aux nouveaux codes du monde du travail

L'organisation des réseaux de mandataires correspond enfin aux nouveaux codes du monde du travail. Le désir d'indépendance est de plus en plus prégnant au sein de la société française mais encore faut-il trouver une activité dont le lancement ne nécessite pas de compétences rares ou des capitaux trop importants. De ce point de vue, les réseaux de mandataires peuvent être considérés comme de véritables incubateurs d'entrepreneurs indépendants. Au-delà de l'offre de formation initiale largement décrite dans ce rapport, qui facilite grandement les reconversions professionnelles de nombreux français, la particularité des réseaux est de proposer une opportunité sans barrière financière à l'entrée. Il n'y pas non plus de barrière à l'entrée digitale dans la mesure où l'ensemble des logiciels nécessaires à l'exercice du métier de vendeur sont mis à disposition du mandataire. Ce point important quand on sait que beaucoup de logiciels métier de l'industrie immobilière sont encore vendus plusieurs milliers d'euros.

De plus, plus personne ne considère dorénavant l'entreprise comme le lieu d'exercice d'un pouvoir vertical où les rapports entre parties sont uniquement dictés par un esprit de compétition. L'heure est aux organisations agiles qui incitent les parties prenantes à coopérer pour créer plus de valeur. De ce point de vue aussi, le mode de collaboration entre les têtes de réseaux et les mandataires est très adapté aux valeurs de notre époque.

Introduction

Ce livre blanc est un cri du cœur. Le monde du logement est confronté à de tels défis qu'il est grand temps pour les professionnels de la transaction d'apprendre à se connaitre et à se respecter. Les français ont besoin de conseil pour les accompagner dans leurs parcours résidentiels et les différents acteurs du secteur doivent consacrer toute leur énergie à répondre à ses sollicitations. Le temps des bisbilles internes est révolu. Les agences immobilières traditionnelles et les réseaux de mandataires sont deux formes d'organisation différentes qui co-existent depuis plus d'une décennie et qui vont continuer à co-exister.

Le présent document s'inscrit pleinement dans cette volonté d'apaisement. Les réseaux de mandataires nourrissent des fantasmes et soulèvent bien des questions. Aussi j'ai voulu, en toute indépendance, rappeler leurs spécificités, mesurer le poids économique qu'ils représentent et démontrer qu'il existe une forte adéquation entre leur modèle et les valeurs montantes de la société.

2020, année du logement

La crise de la Covid-19 a montré le lien particulier qui unit les français à leur habitat. Contrairement à une idée en vogue depuis quelques années, **le logement n'est pas un bien de consommation comme les autres.** Nous n'achetons pas un appartement ou une maison comme on se porte acquéreur d'une voiture ou d'un téléphone portable. Autrement dit, ce n'est pas une commodité matérielle classique que manipuleraient des agents économiques (acheteurs, vendeurs, locataires, etc.) dépourvus d'affect. Au contraire, le confinement de mars 2020 a amené les français à prendre conscience du caractère particulier de leur rapport au logement. Quand tout s'écroule autour de nous, il reste un cocon que l'on partage ou dans lequel on vit seul. Une partie des citoyens se sont alors félicités d'avoir choisi un appartement ou une maison adaptée à leurs besoins. **Parmi ces bien-logés, certains se sont rendus compte de la pertinence des conseils du professionnel qu'ils avaient sollicité lors de leur dernière acquisition immobilière.** Ce qui est vrai pour la résidence principale l'est aussi pour la résidence secondaire. En témoignent les 189.000 parisiens qui ont rejoint leur maison de vacances durant la période de confinement du printemps 2020[2], soit environ 12% de la population de Paris intra-muros.

(2) Population présente sur le territoire avant et après le début du confinement, Insee, 18/05/2020.

En miroir, nombre de nos compatriotes ont eu à souffrir des conditions offertes par un habitat non-adapté à leurs nécessités. Logements trop petits dans les métropoles ou logements trop éloignés des services publics dans les territoires détendus, **les lacunes de notre parc résidentiel national apparaissent au grand jour et créé des inégalités immenses face au confinement.** Une étude de l'INSEE[3] de mai 2020 a montré que près de 600,000 personnes vivaient dans des logements suroccupés uniquement en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, soit 12% de la population. Comme on pouvait le craindre, ce taux atteint 25,8% dans les familles monoparentales (et même 34,2 % des familles monoparentales comprenant au moins un enfant de moins de dix ans).

Modification des stratégies résidentielles et besoin de conseils

Les différentes crises de l'année 2020, et les bouleversements durables qu'elles induisent, ont incité beaucoup de français à **questionner leur stratégie résidentielle.** Certains d'entre eux sont déjà passés à l'acte dès la fin du premier confinement et cela explique en partie la très forte activité des intermédiaires immobiliers lors des mois de juin et juillet 2020. Cela dit, il est probable que le plus gros reste à venir. Même s'il est difficile de prédire aujourd'hui des grands mouvements unilatéraux de population, par exemple de la ville-centre des métropoles vers les villes périphériques ou encore des grandes zones urbaines vers les territoires ruraux, il est clair que de nombreuses mobilités individuelles vont être à l'ordre du jour, notamment en raison de la hausse anticipée du télétravail et du nouveau paradigme bureau/logement qui en résulte. Ce phénomène est mondial. En octobre 2020, les ventes de logements anciens aux Etats-Unis ont ainsi atteint leur plus haut niveau depuis début 2006 selon la fédération nationale des agents immobiliers américains (NAR[4]). En parallèle, nous savons que la montagne d'épargne directement issue des deux confinements ira en grande partie vers l'immobilier eu égard à la grande incertitude qui affecte les autres sous-jacents financiers. Le logement est plus que jamais une valeur refuge. Pour ces deux raisons, mobilité des occupants et volonté d'investir, **le nombre de transactions devrait rester à un très haut niveau lors des prochaines années.**

Dans la période qui s'ouvre, le besoin de conseils pour l'achat ou la vente d'un bien immobilier sera donc décuplé. Plus de transactions mais également plus de questionnements sur chaque transaction. En effet, nos logements sont davantage sophistiqués et l'intervention d'un spécialiste devient indispensable pour éclairer vendeurs et acheteurs. Habitat connecté, rénovation énergétique, nouveaux

(3) Surpeuplement, isolement, pauvreté : des ménages inégalement dotés face au confinement, Insee, 06/05/2020.
(4) Existing-Home Sales Housing Snapshot, Aout 2020.

espaces communs dans les immeubles, autant de sujets nouveaux auxquels les français ne sont pas encore habitués. Contrairement à une idée reçue, le niveau d'intermédiation, c'est-à-dire le nombre de transaction qui passe par un tiers, augmente chaque année en France. **Parmi ces tiers, les réseaux de mandataires immobiliers sont en plein essor** car ils apportent une solution d'accompagnement qui correspond aux attentes des acheteurs et des vendeurs. Plus encore, le métier de mandataire immobilier indépendant correspond aux aspirations, encore renforcées par la crise liée à la Covid-19, qu'expriment les français : flexibilité des horaires de travail, indépendance, entreprenariat, proximité avec les clients, etc.

Les mandataires immobiliers : expliquer, mesurer et se comprendre

Au-delà de la compatibilité entre le statut de conseiller immobilier indépendant et les valeurs de notre société, sur laquelle nous reviendrons dans la troisième partie, il nous a paru utile de profiter de cette publication pour **présenter dans un premier temps le modèle des réseaux** de mandataires (historique de la création de ce nouveau métier de services, cadre réglementaire en vigueur, comparaisons internationales, etc.). Dans la deuxième partie, nous nous attachons à **mesurer le poids économique de ce segment de marché** qui est en réalité beaucoup plus important d'aucuns pourraient le penser. L'objectif de ce travail est également de dissiper les doutes ou les incompréhensions qui pourraient émaner d'autres corps de métier de l'industrie immobilière à propos des réseaux de mandataires. Par exemple, nous montrerons, chiffres à l'appui, que le développement des réseaux de mandataires n'a pas fait diminuer le nombre de salariés dans les agences immobilières traditionnelles, bien au contraire. Le client final ne prête pas attention à ses débats internes mais ces derniers peuvent être un frein au rassemblement de toute la profession pourtant nécessaire pour mener certains combats. C'est le cas notamment pour les enjeux législatifs liés à la digitalisation du processus de vente immobilière sur lequel les mandataires sont moteurs.

Apprenons à nous connaitre. Clients, concurrents, responsables politiques ou médias, ce livre blanc vous est destiné. La méconnaissance des réseaux de mandataires est préjudiciable pour toutes les parties prenantes et il est temps d'y remédier pour relever ensemble les grands défis du monde de l'habitat.

1. Les réseaux de mandataires immobiliers, un modèle né dans les années 2000 et qui est devenu incontournable

1.1 L'intermédiation immobilière en France

1.1.1 Des marchands opportunistes aux agents spécialisés

En France, dès le Moyen-Age, courtiers et marchands avaient parfois l'occasion d'exercer leurs talents sur des biens immobiliers. D'aucuns étaient ainsi chargés de trouver une demeure pour le compte d'un seigneur ou d'un évêque, ou de vendre des terres pour subvenir aux besoins d'un roi dispendieux. Le renforcement progressif, bien que non linéaire, du droit de propriété au fil des siècles, augmente mécaniquement le nombre de transactions immobilières officielles et la demande d'intermédiaires capables de piloter ces opérations. Cela dit, ces intermédiaires sont rarement des spécialistes de l'immobilier et la plupart de leurs revenus proviennent d'autres activités commerciales. **C'est pourquoi on considère généralement que le métier d'agent immobilier, fait par des professionnels formés et uniquement dédiés à ce type de bien, date du début du XXème siècle.** C'est en 1921 que fut créée à Lyon la première chambre syndicale des agents immobiliers de France, pour établir des règles éthiques professionnelles. Une initiative similaire avait été lancée quelques années auparavant aux Etats-Unis avec 120 membres fondateurs. La « National Association of Realtors » a en effet vu le jour en 1908 afin de permettre aux agents immobiliers de parler d'une seule voix et de mieux défendre leurs intérêts. L'association compte aujourd'hui 1,3 million de membres, ce qui en fait de loin la plus grande association professionnelle de tout le pays.

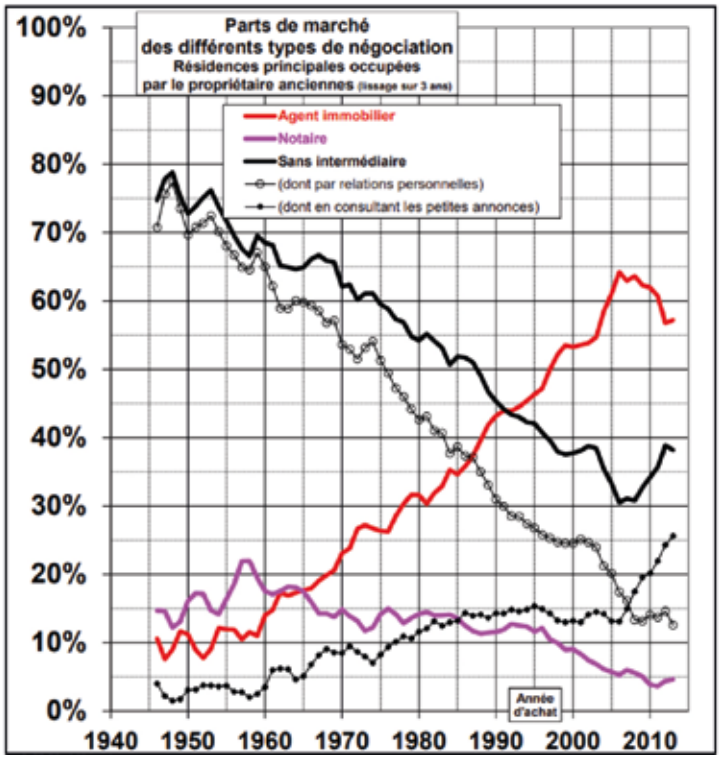
En France, le rôle de l'agent immobilier consiste à accompagner un vendeur, plus rarement un acheteur, dans une transaction immobilière. Ses missions vont de l'évaluation de la valeur du bien à la conclusion de la vente, en passant entre autres par l'organisation des visites et l'analyse des offres. **D'un point de vue formel, on dit que l'agent immobilier est « mandaté » par le vendeur pour administrer la transaction.** En cas de vente effective, l'agent immobilier se rémunère généralement par un pourcentage du montant de la transaction. En France, les taux sont inversement proportionnels aux prix, c'est-à-dire qu'ils baissent à mesure que la valeur du bien augmente. Le taux moyen d'honoraires en France était de 5% TTC en 2010 et les experts s'accordent à dire que l'on observe chaque année une légère déflation. Il serait aujourd'hui compris entre 4,6% et 4,4%[5]. La France, comme l'Allemagne, pratique des taux légèrement inférieurs à ceux observés aux Etats-Unis et au Canada[6] (où on approche plutôt les 6%), mais significativement supérieurs à ceux du marché anglais (2 à 3%). Au fil du temps, les agents immobiliers ont également diversifié leurs activités en s'intéressant à l'immobilier tertiaire. Ils vendent donc des bureaux ou des surfaces commerciales en pied d'immeuble. Ils proposent aussi des services de gestion locative et de gestion de copropriété.

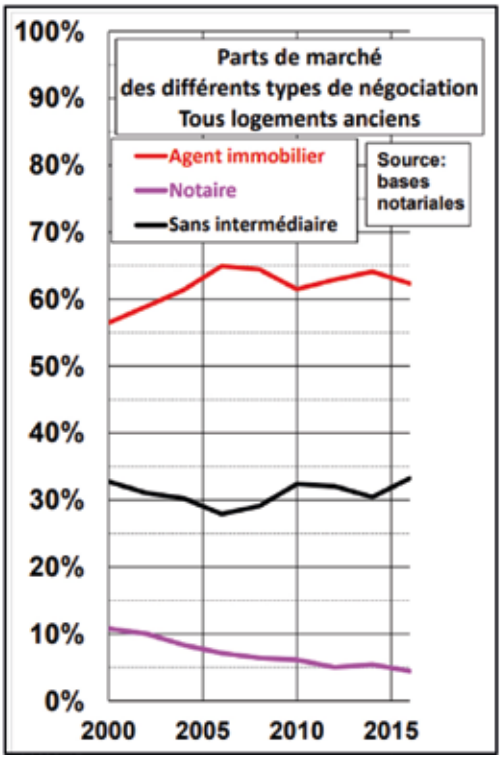
1.1.2 Un taux d'intermédiation dans l'ancien en hausse depuis 1945

La professionnalisation du métier de transactionnaire est à la fois la cause et la conséquence d'un autre phénomène observé depuis la fin de la seconde guerre mondiale : **la hausse significative du taux d'intermédiation.** Autrement dit, le client final se tourne de plus en plus vers des agences immobilières, qui elles-mêmes se structurent pour répondre aux attentes. Notons que les notaires jouent parfois le rôle d'agent immobilier, notamment dans les territoires à faible densité de population où les villages pris individuellement sont trop petits pour justifier la présence d'une agence immobilière classique. Sur 100 logements vendus en 1947, 10 seulement nécessitaient l'intervention d'un agent immobilier[7]. En 1998, ce chiffre était de 55 ce qui signifie qu'il y avait davantage de transactions intermédiées par un professionnel que de ventes directes entre particuliers.

(5) Selon experts interrogés en janvier 2021.
(6) La révolution numérique et le marché du logement, Bernard Worms, France Stratégie, Novembre 2016.
(7) Chiffres de J. Friggit, Conseil général de l'environnement et du développement durable, novembre 2008.

Graphique 1
Évolution des parts de marché des différents types d'intermédiaires depuis 1940





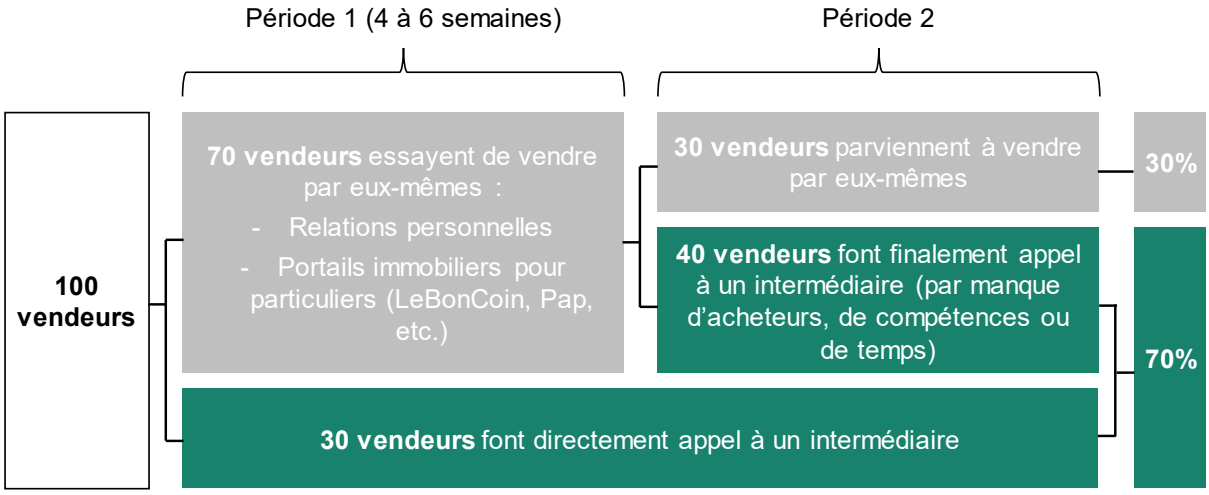
Les chiffres les plus récents sur le sujet ont été publiés en novembre 2019 par J. Friggit, ingénieur général au Conseil général de l'environnement et du développement durable (CGEDD). Ils permettent de comprendre ce qu'il s'est passé entre 2000 et 2016 en matière de taux d'intermédiation. Selon ces travaux[8], réalisés à partir des bases notariales, le taux d'intermédiation était de 67% en 2016. Les agents immobiliers, dont les mandataires, intermédiaient 62% des ventes et les notaires 5%.

Il est difficile d'obtenir des chiffres fiables sur le taux d'intermédiation en 2020. Il existe cependant un consensus au sein des réseaux de mandataires pour affirmer qu'une partie de leur développement des dernières années s'est fait auprès d'une population qui avait pour habitude de contourner les agents immobiliers. Il s'agit notamment de personnes vivant dans des territoires que les agences immobilières classiques ne couvraient pas ou peu. **Notre estimation du taux d'intermédiation pour 2020 est donc de 70%.** Elle est cohérente avec une étude[9] publiée récemment par les chercheurs Fabrice Larceneux, Thomas Lefebvre et Arnaud Simon. Ces derniers aboutissaient à la même hypothèse à partir d'une analyse menée sur un échantillon d e 4 000 transactions. Ce chiffre reste inférieur à ce qu'on observe aux Etats-Unis où, selon la National Association of Realtors, 90% des vendeurs confient leur bien à un agent immobilier. Idem au Royaume-Uni où les transactions de particulier à particulier ne représentent pas plus de 10% des ventes[10].

(8) Répartition du marché de la négociation de logements anciens depuis 1945, CGEDD, J. Friggit, novembre 2019.
(9) La perspective des coûts de transaction perçus : une explication de l'intermédiation immobilière, Fabrice Larceneux, Thomas Lefebvre, Arnaud Simon, Revue d'Économie Régionale et Urbaine, 2014.
(10) La révolution numérique et le marché du logement, Bernard Worms, France Stratégie, Novembre 2016.

D'aucuns pensaient pourtant qu'Internet sonnerait le glas de l'intermédiation, les particuliers étant désormais libres de contracter en direct. C'était une erreur. D'abord, de nombreuses initiatives avaient été lancées bien avant Internet dans le but de contourner les agents immobiliers. Le journal De Particulier à Particulier a été créé en 1975 et, s'il a eu un certain succès, il n'a pas freiné la tendance vers davantage d'intermédiation. Ensuite, les portails internet bien connus des français comme SeLoger ou Logic-Immo sont abondés en offres par des agents immobiliers et non par des particuliers en direct. Pour les intermédiaires immobiliers, ces portails constituent davantage un outil de commercialisation qu'un concurrent. Enfin, ce type de prédiction était faite par des observateurs qui négligeaient le besoin d'un tiers de confiance dans ce qui est, pour beaucoup de français, le plus gros investissement de leur vie. Les vendeurs savent qu'il est précieux de bénéficier d'un regard extérieur pour évaluer la valeur de son bien, de même qu'un agent immobilier est souvent plus efficace pour faire visiter une maison ou un appartement que le vendeur lui-même. La sophistication croissante des règles fiscales et légales, couplée à celle des logements eux-mêmes (habitat connecté, consommation énergétique avec des critères changeants, etc.), a encore accentué ce besoin de conseil. Pour comprendre ce phénomène, il faut garder à l'esprit qu'environ 70% des français essayent dans un premier temps de vendre leur logement en direct mais que seulement 30% y parviennent[11]. Les autres font appel à un intermédiaire professionnel après avoir constaté leur échec.

Graphique 2
Décomposition du parcours de vente d'un bien immobilier



(11) Selon les chiffres de l'agence en ligne Liberkeys publiés en 2020.

Cette tendance à la professionnalisation donne ainsi tort aux défenseurs de la théorie du DIY (Do It Yourself) qui voudrait que la plupart des métiers d'intermédiaires disparaissent au profit de relations particulier-particulier. Ce qui est vrai pour les métiers de la transaction immobilière l'est aussi pour les métiers de l'administration de bien. Dans la gestion locative, le taux d'intermédiation augmente d'environ 1%[12] par an et atteint aujourd'hui de 40%. Ainsi, environ 3,5 des 7 millions de logements en location en France font l'objet d'une intervention par un professionnel. Pour ce qui relève de la gestion de copropriété, 90% des immeubles sont gérés par des professionnels et ce chiffre est stable depuis de nombreuses années.

1.1.3 Les différents modèles d'affaires de la transaction immobilière dans l'ancien

D'abord gérants d'agences physiques qui portaient souvent leur nom, **certains agents immobiliers se regroupent dans des réseaux de franchisés à partir des années 1960.** Orpi (Organisation régionale des professionnels de l'immobilier), créé en 1966, fait figure de pionnier. D'autres réseaux suivront (Laforêt en 1991, Guy Hoquet en 1994, l'Adresse en 1999) et connaitront un fort développement sur tout le territoire national. Ces succès donneront aussi envie à des enseignes américaines, notamment Century 21 et Era Immobilier, de lancer des succursales en France au tournant des années 1990. Dans le modèle de la franchise, le gérant reste indépendant dans la gestion quotidienne de ses affaires. Il verse une redevance à la tête de réseau (une part de fixe et une part de variable sur le chiffre d'affaires) et bénéficie en contrepartie d'une palette de services adaptées à ses besoins. Parmi ceux-ci, il y a d'abord la possibilité d'afficher l'enseigne du réseau sur la devanture des agences physiques ou encore l'accès au site internet national pour mettre en avant les biens à vendre. On compte deux nouveaux entrants importants dans ce modèle de franchise : Stéphane Plaza Immobilier créé en 2015 et Nesteen créé en 2017. Ils disposent déjà chacun de plus de 400 agences[13] en France, ce qui les place dans la même catégorie que l'Adresse et Era Immobilier. Laforêt et Guy Hoquet comptent environ 600 agences chacun alors que Century 21 (900 agences) et Orpi (1 300 agences) sont les plus gros acteurs du marché. **D'autres entreprises ont préféré développer des réseaux d'agences en propre,** notamment en rachetant des agences indépendantes. C'est le cas de Foncia, créé en 1972, qui s'appuie aujourd'hui sur environ 600 agences en France. Les activités d'administration de biens restent le cœur de métier de Foncia mais l'entreprise réalise quand même plus de 10 000 ventes par an. Square Habitat, filiale du Crédit Agricole, est l'autre acteur institutionnel significatif du marché

(12) Selon experts interrogés en janvier 2021.
(13) Les agences immobilières face à la crise, Xerfi, décembre 2020.

avec près de 500 succursales. C'est autant que le principal indépendant présent dans cette catégorie des réseaux développés en propre : la Bourse de l'Immobilier, créée en 1980 à Libourne près de Bordeaux. Citya et Nexity sont aussi des réseaux intégrés importants mais leurs principales sources de revenus proviennent des activités de syndic et de gestion locative, et non de la transaction.

Cela dit, la plupart des agences immobilières en France n'ont pas rejoint un réseau de franchisés, ni été rachetées par un opérateur intégré. On estime que 75% des 30 000 agences physiques sont encore totalement indépendantes ou appartiennent à des petits réseaux. Dans ces entreprises, on trouve souvent un seul agent immobilier au sens légal du terme, c'est-à-dire un titulaire de la carte T[14]. Les autres membres de l'équipe sont des conseillers immobiliers qui travaillent pour lui mais qui ne sont pas porteurs de ladite carte. Ils peuvent être salariés (on parle alors de négociateurs salariés) ou indépendants (agents commerciaux). Depuis la crise de 2008 et l'instauration du statut d'auto-entrepreneur en 2009, ces agences traditionnelles ont eu largement recours à des agents commerciaux indépendants. Ces derniers seraient aujourd'hui 35 000 à être rattachés à une agence physique, soit presque autant que la somme des agents immobiliers et des négociateurs salariés (45 000). Selon Orpi, la proportion d'agents commerciaux indépendants est plus élevée dans les zones rurales que dans les zones urbaines[15]. Cela, s'explique par le fait que les zones rurales sont plus étendues et que les agences parviennent plus facilement à les couvrir avec des indépendants très mobiles qu'avec des négociateurs salariés. A titre d'exemple, un réseau d'agences intégré a lancé une campagne de recrutement de 800 personnes en janvier 2020 : 500 salariés et 300 agents commerciaux[16].

Au-delà de la distinction entre agences indépendantes, réseaux de franchisés et réseaux intégrés, **la première innovation radicale en matière d'intermédiation immobilière va voir le jour au début des années 2000 avec la naissance des réseaux de mandataires[17] immobiliers indépendants.** Ces réseaux ont la particularité de ne pas s'appuyer sur des agences physiques pour proposer leurs services. Au contraire, ils agrègent des conseillers immobiliers indépendants qui travaillent de chez eux et qui vont rencontrer leurs clients directement à leur domicile. A l'issu d'une vente réalisée avec l'aide d'un mandataire, les honoraires sont facturées par la tête de réseau qui en reverse en moyenne 80% à l'indépendant en charge de l'opération. En contrepartie, les mandataires payent une cotisation mensuelle au réseau, notamment pour pouvoir utiliser la marque et les nombreux outils digitaux mis à leur disposition. **Capifrance** a été le premier réseau à se structurer en 2002 alors que ce segment de marché compte aujourd'hui environ **90 réseaux actifs et 40 000 mandataires indépendants.** Comme nous le verrons

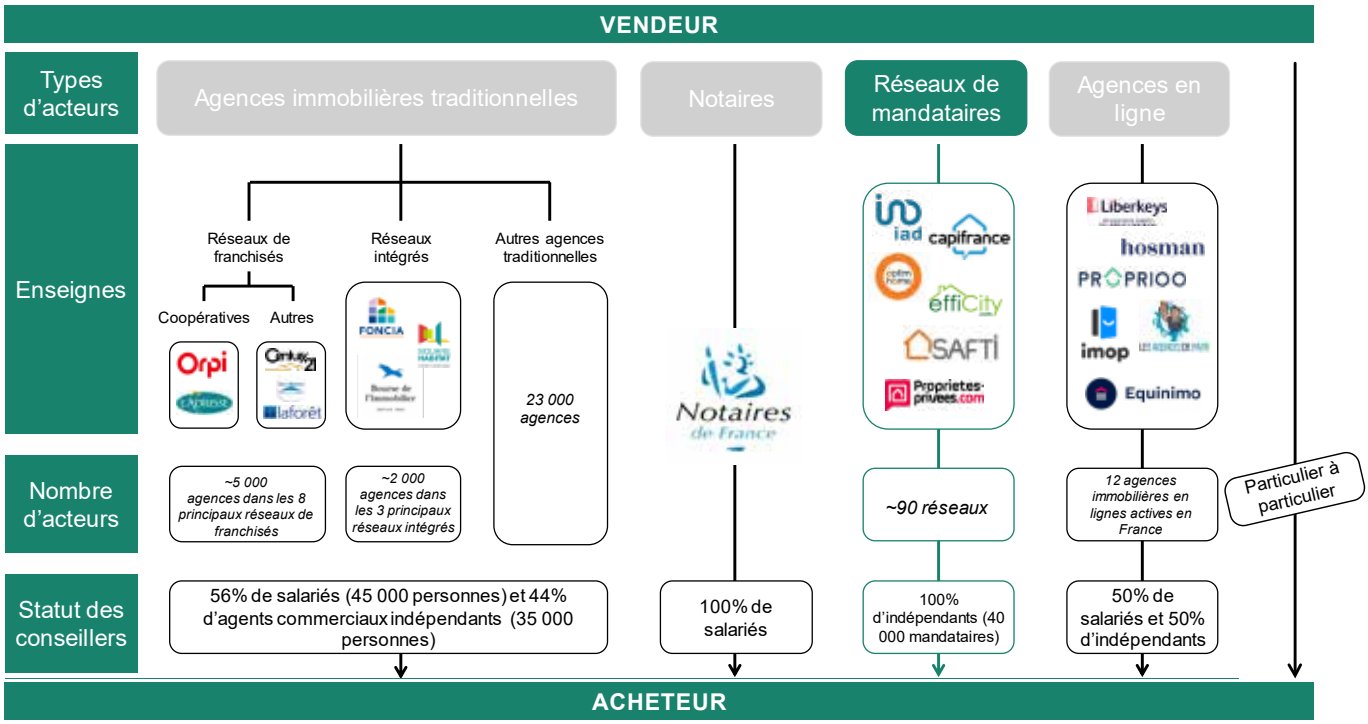
(14) La carte T (transaction) est nécessaire pour pouvoir utiliser l'appellation d'agent immobilier (nous reviendrons plus bas sur ce point important). Il y 28 000 cartes en circulation pour environ 80 000 vendeurs travaillant pour des agences physiques (salariés ou indépendants).
(15) Agents immobiliers et agents commerciaux : l'urgence de clarifier la relation économique, Colloque FNAIM, avril 2019.
(16) La Bourse de l'immobilier annonce plusieurs centaines d'emplois, SudOuest, Janvier 2020.
(17) Les agents commerciaux rattachés aux agences traditionnelles sont aussi parfois appelés « mandataires ». Pour une meilleure compréhension, l'emploi du mot « mandataire » dans ce rapport sera cependant uniquement réservé aux conseillers indépendants rattachés à des réseaux de mandataires.

plus bas, les cinq plus gros acteurs **(iad, Safti, CapiFrance, Propriétés-privées et Optimhome)** hébergent à eux-seuls 72% des mandataires immobiliers actifs en France. La structure de coûts des réseaux de mandataires est plus faible que celle d'une agence physique, ce qui rend possible une diminution des honoraires. Comme nous le verrons, cette baisse était de 25% dans les années 2000 et elle serait aujourd'hui plus proche de 10% à 15%, soit environ 4% TTC[18] contre 4,5% TTC en moyenne dans les agences classiques. En effet, les acteurs traditionnels ont récemment revu leurs tarifs à la baisse et l'écart a diminué. Cela montre que la concurrence bénéficie in fine aux consommateurs, c'est-à-dire ici aux vendeurs et aux acheteurs. Cependant, hier comme aujourd'hui, le prix ne constitue pas le principal argument des réseaux de mandataires qui préfèrent mettre en avant la proximité et la disponibilité de leurs conseillers.

Depuis peu, une autre génération d'intermédiaires innovants se développent en France, eux-aussi sans présence physique sur le terrain. Il s'agit des agences immobilières en ligne, uniquement présentes sur Internet et qui proposent généralement des tarifs plus faibles. Certaines entreprises réduisent ainsi le pourcentage des honoraires (3% pour Proprioo, 2% pour Welmo) quand d'autres privilégient un montant fixe indépendant du prix de vente du bien (5 000€ pour Liberkeys ou Hosman, 2 000€ pour les Agences de Papa). Au total une douzaine d'acteurs se sont aventurés sur ce segment au cours des dernières années, ciblant principalement les grandes métropoles. Plusieurs d'entre eux font appel à des agents commerciaux pour assurer leur croissance. Les Agences de Papa ont annoncé en mai 2020 leur souhait de recruter plusieurs centaines de conseillers indépendants. Liberkeys et Proprioo recrutent aussi ce type de profil depuis 2019. Ces startup françaises se sont largement inspirées de l'entreprise PurpleBricks créée au Royaume-Uni en 2012 et introduite en bourse en 2015. Pratiquant des honoraires fixes très bas (entre 1 000£ et 1 500£ selon la localisation, payable dès le départ sans garantie de succès), la société réalise plus de 70 000 transactions[19] par an pour un chiffre d'affaires qui dépasse les 100 millions de livres. Leur part de marché en nombre d'opérations atteint les 6% (70 000 sur environ 1 100 000 transactions intermédiées au Royaume-Uni) même si une analyse en fonction du chiffre d'affaires serait moins flatteuse. On estime que Purplebricks facture des honoraires 6 fois plus faibles que la moyenne du marché, soit une part de marché en chiffre d'affaires qui serait plutôt de l'ordre de 1%[20]. Afin d'augmenter cette part de marché, l'entreprise a annoncé en septembre 2020 le lancement d'une nouvelle offre qui se rapproche beaucoup de celles de Liberkeys ou Hosman en France : 4 499£, au succès.

(18) Selon experts interrogés en janvier 2021.
(19) Selon communication financière officielle du groupe.
(20) Selon experts interrogés en janvier 2021.

Graphique 3
Tableau récapitulatif des différents modèles d'intermédiation immobilière



1.1.4 Parts de marché des différents acteurs

Au-delà du nombre d'établissements de chaque catégorie, **il est intéressant de s'intéresser au volume de transactions généré par les différents acteurs.** Pour réaliser nos estimations, nous avons retenu l'hypothèse d'un million de transactions dans l'ancien par an. Ce chiffre représente la moyenne observée au cours des 36 derniers mois et il est cohérent avec nos prévisions pour les années à venir, eu égard aux changements de stratégies résidentielles décrites en introduction et sur lesquels nous reviendrons plus bas. Nous anticipons donc qu'environ 300 000 transactions (30% du total) seront désintermédiées chaque année et que 700 000 donneront lieu à l'intervention d'un tiers professionnel.

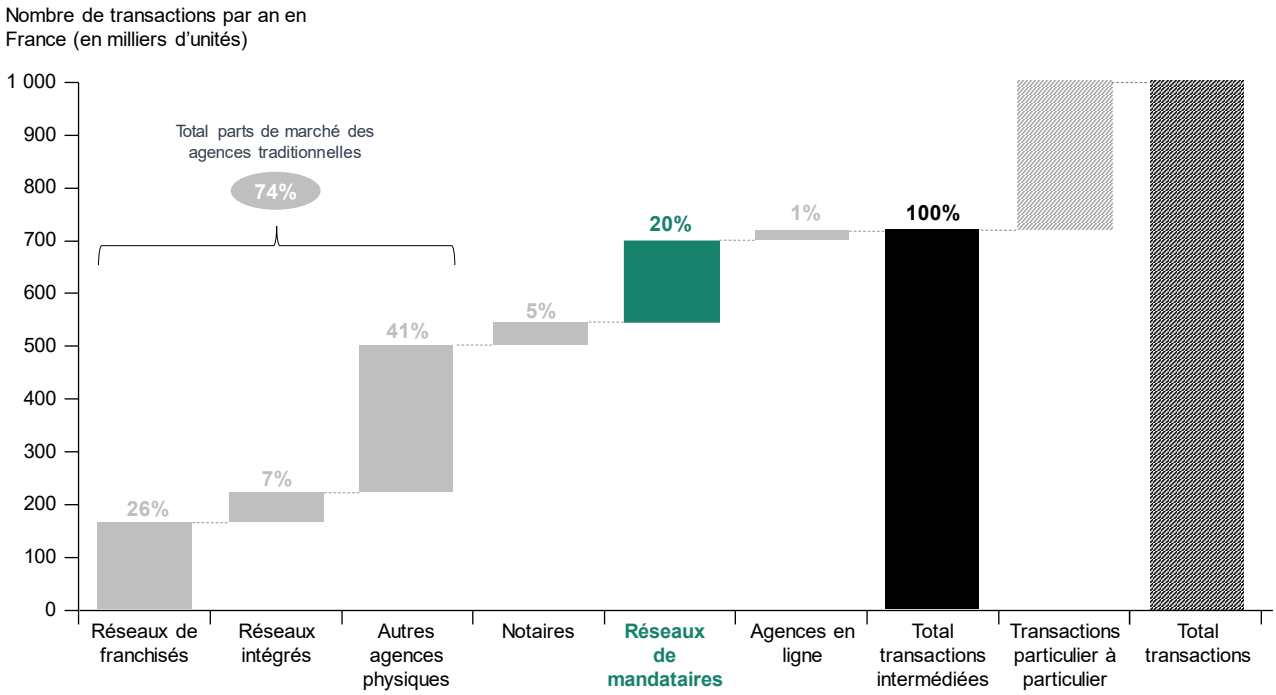
D'après les informations recueillies dans les publications officielles des enseignes et des entretiens avec des experts du marché, **les 8 principaux réseaux de franchisés réaliseraient en moyenne un peu moins de 190 000 transactions par an,** dont la moitié seraient captées par les deux leaders Orpi et Century 21. Ces deux acteurs affichent chacun entre 40 000 et 45 000 transactions par an[21], ce qui représente a minima 5,7% du marché intermédié (40 000 / 700 000) pour chaque réseau. Laforêt et Guy Hoquet atteignent le chiffre de 25 000 transactions par an et les 4 autres acteurs (Stephane Plaza Immobilier, Nestenn, L'Adresse et Era Immobilier) se partagent les 50 000 opérations restantes. **Les agences des réseaux**

(21) Selon rapports annuels 2018 et 2019 de Nexity et experts interrogés en janvier 2021.

intégrés (Foncia, Square Habitat et la Bourse de l'Immobilier) interviennent dans environ 50 000 ventes par an, soit 7% du marché intermédié en cumulé. Les autres agences physiques, indépendantes ou appartenant à des petits réseaux, font environ 300 000 transactions par an, soit davantage que la somme des réseaux franchisés et des réseaux intégrés. Les notaires jouent un rôle dans environ 35 000 transactions soit 5% du marché.

Dans les nouveaux acteurs, on constate que les agences immobilières en ligne ont réalisé environ 7 000 transactions en 2020, soit une part de marché qui atteint 1%[22]. Hosman, Liberkeys et Proprioo feraient chacun au moins 1 000 transactions par an, essentiellement en Ile-de-France et dans les grandes métropoles régionales. **Enfin, les réseaux de mandataires ont réalisé 140 000 transactions au cours des 12 derniers mois et peuvent donc afficher 20% de parts de marché.** iad a opéré près de 45 000 transactions en 2020, soit une part de marché de 6,4% à lui tout seul. Dans le même temps, Safti et Capifrance se rapprochent des 20 000 transactions. En ajoutant Propriétés-privés et Optimhome, on constate que les 5 plus gros réseaux représentent plus de 60% de l'ensemble des opérations gérées par les mandataires.

Graphique 4
Parts de marché de chaque catégorie de transactionnaire (en nombre de transactions réalisées en 2020)



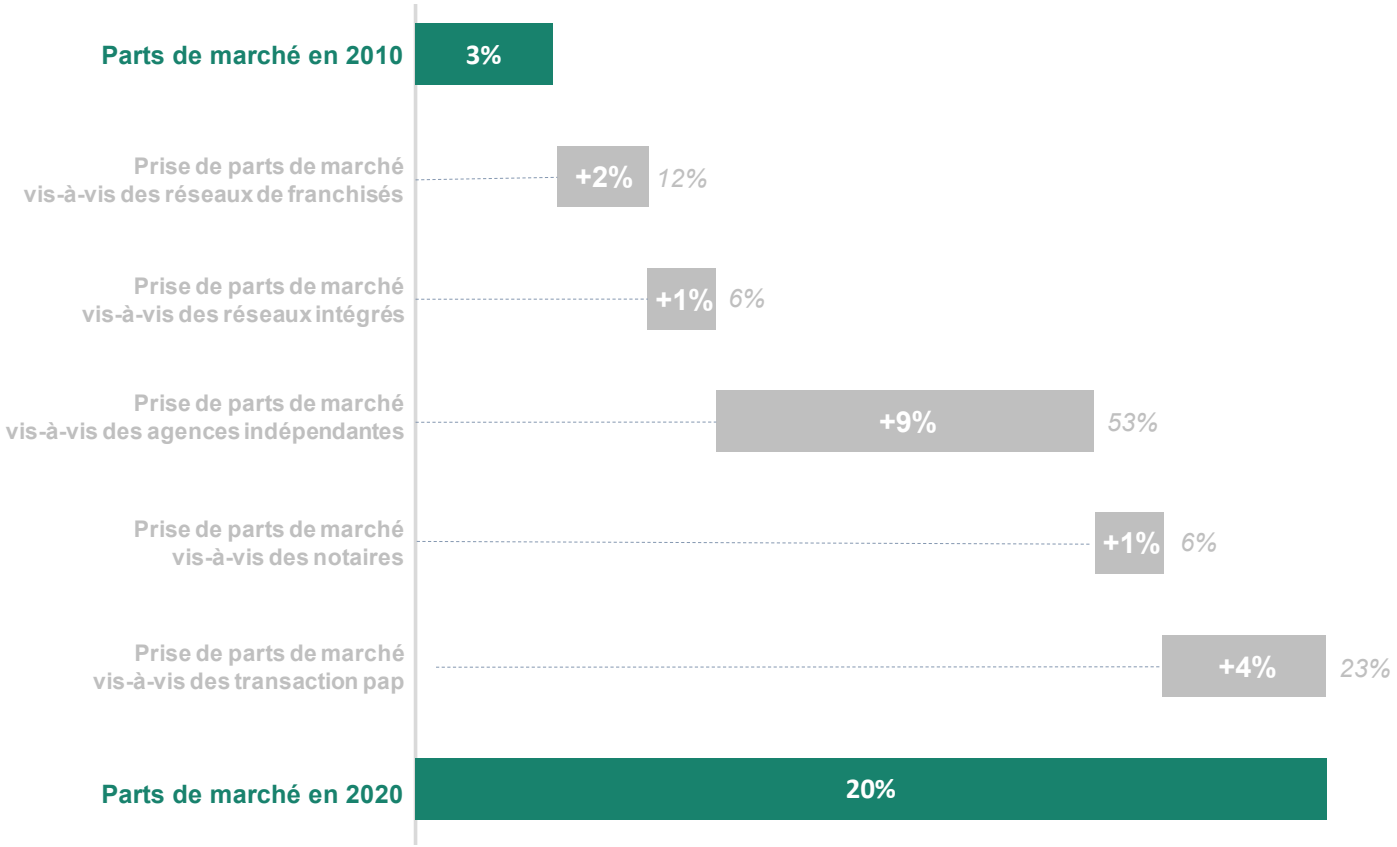
(22) Selon experts interrogés en janvier 2021.

En dynamique, on constate que le marché a fortement évolué depuis 2010. **Toutes les catégories ont bénéficié d'une augmentation significative du nombre de transactions intermédiées,** qui est passé d'environ 400 000 en 2010 (65% de 600 000) à 700 000 en 2020 (70% de 1 000 000). La croissance de la taille du marché est donc de 75% en 10 ans (5,8% en moyenne par an). Ce chiffre pourrait être encore plus élevé si on prenait en compte les honoraires générés par les intermédiaires, ceux-ci prenant pour base de calcul des prix de ventes qui ont eux-mêmes considérablement augmenté au cours de la dernière décennie.

En revanche, les courbes de croissance ne sont pas identiques pour tous les acteurs. Les réseaux de franchisés et les réseaux intégrés ont vu leurs parts de marché se réduire légèrement, notamment les acteurs de taille intermédiaire (qui disposent de 300 à 500 agences), et malgré des stratégies de croissance externe auprès d'agences indépendantes. **Selon nos estimations, les réseaux de franchisés réalisaient 28% des transactions en 2010 contre 26% en 2020.** Pour les réseaux intégrés, la baisse est similaire, avec un taux qui passe de 8% à 7% sur la période. Ces acteurs ont tout de même réalisé une croissance en volume d'environ 70% sur 10 ans. C'est beaucoup moins que les chiffres affichés par les réseaux de mandataires. **Ces derniers ont vu leur position concurrentielle s'améliorer de façon spectaculaire, passant de 3% des transactions intermédiées en 2010 à 20% en 2020.** Leur volume d'activité a connu une croissance annuelle supérieure à 25%, ce qui traduit une surperformance claire par rapport au marché (5,8%).

Cette hausse de la part de marché des mandataires s'explique d'abord par une captation massive du surplus d'intermédiation du marché. Toutes choses égales par ailleurs, 35 000 transactions ont été intermédiées en 2020 alors qu'elles ne l'auraient pas été si le taux d'intermédiation était resté à 65%. Il semblerait que les mandataires se soient arrogés la majeure partie de ce surplus. De plus, étant actifs sur des territoires où les notaires avaient de fortes positions, les premiers ont logiquement bénéficié du retrait relatif des seconds. Ceteris paribus, les notaires ont accompagné en 2020 environ 7 000 transactions de moins que ce qu'ils auraient fait s'ils avaient su maintenir leur part de marché à 6% (versus 5%). Enfin, les mandataires ont bénéficié du déclin, là encore relatif, des agences physiques non rattachées à un grand réseau. Ces dernières réalisaient plus de la moitié des transactions intermédiées en 2010 contre 41% aujourd'hui. Les composantes de la croissance des réseaux de mandataires sont donc multiples.

Graphique 5
Composantes de la croissance des réseaux de mandataires (2010-2020)



Si le nombre de transactions est un bon indicateur pour définir la part de marché, une approche en fonction du chiffre d'affaires aurait également du sens. En effet, les différents acteurs ne pratiquent pas exactement les mêmes niveaux d'honoraires et les prix de vente moyen varient aussi. Avec ce mode de calcul, sur lequel nous reviendrons, le poids des agences physiques traditionnelles et des notaires serait légèrement revu à la hausse.

1.2.1 Le fonctionnement des réseaux

Les entrepreneurs qui ont mis sur pied sur les premiers réseaux de mandataires étaient convaincus de l'existence de deux principaux facteurs clés de succès en matière d'intermédiation immobilière. D'une part, **un transactionnaire efficace est d'abord un vendeur de talent qui doit être directement intéressé à ses résultats commerciaux.** Plus que dans d'autres métiers, la réussite est avant tout liée à la qualité du conseiller qui accompagne le vendeur. D'autre part, **un intermédiaire efficace doit pouvoir s'appuyer sur des outils qui lui permettent d'améliorer la qualité de son service client et sa productivité,** surtout dans un monde de plus en plus digitalisé. Disposer d'une agence physique peut-être pertinent pour certains professionnels, mais il ne s'agit pas, aux yeux des pionniers des réseaux de mandataires, d'un élément indispensable à la bonne exécution d'une transaction. De même, appartenir à une enseigne traditionnelle où il existe un lien de subordination entre le gérant de l'agence et les conseillers n'est pas dénué de sens, mais on peut imaginer d'autres formes de collaboration qui donnent davantage d'autonomie aux professionnels de la vente. La baisse des coûts fixes permet aussi, on y reviendra, une légère baisse des honoraires et une meilleure rémunération du conseiller indépendant.

Concrètement, les réseaux de mandataires immobiliers proposent donc à des indépendants de les rejoindre, à plein temps ou comme activité secondaire, afin de les aider à lancer avec succès leur activité de transactionnaire. **Le contrat d'agent commercial mandataire indépendant en immobilier que conclut le réseau avec chacun des conseillers en immobilier est un contrat commercial, conclu entre indépendants et cessible à tout moment.** Il ne s'agit pas d'un contrat de travail. Au début de leur activité, plus de 90% des conseillers en immobilier optent pour le régime de l'auto-entrepreneur et travaillent majoritairement de chez eux. Le réseau capte les honoraires liés aux ventes mais il en reverse la plus grande part (entre 70% et 99% en fonction des performances) au conseiller, ce qui permet un parfait alignement des intérêts. Les mandataires tirent aussi des revenus des programmes de parrainage mis en place dans les réseaux. Nous aurons l'occasion de détailler ces programmes mais le principe consiste, pour un mandataire, à coopter d'autres indépendants et, en contrepartie, à capter une part des honoraires générés par ses filleuls. Ces revenus doivent être considérés comme un complément dans la mesure où ils ne dépassent que très rarement 20% de la rémunération totale du mandataire parrain.

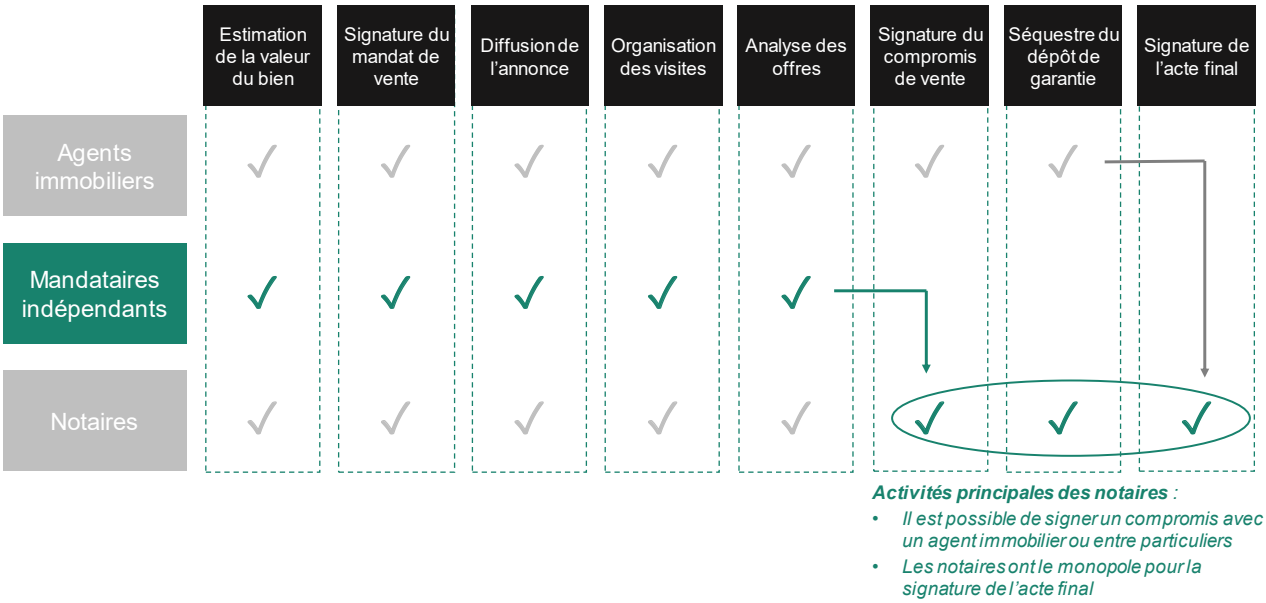
En échange d'une cotisation mensuelle comprise entre 150€ et 300€ HT, les conseillers indépendants bénéficient d'une large gamme de services offerte par leur tête de réseau. En plus de la possibilité d'utiliser la marque, souvent de notoriété nationale, ils peuvent profiter dès leur arrivée d'un parcours d'intégration qui leur assure une complète formation sur les différents aspects d'une transaction immobilière (juridique, fiscal, administratif, etc.). Par la suite, les réseaux fournissent de nombreux services digitaux comme la possibilité de déposer en illimité des annonces sur les portails immobiliers principaux (Seloger.com, Leboncoin, Explorimmo, AvendreAlouer, etc.). Enfin, les réseaux organisent de nombreux évènements afin de fédérer leur communauté de conseillers et rendre possible un partage des bonnes pratiques et des informations liées aux ventes en cours. Nous reviendrons en détails sur les services offerts par chaque réseau plus tard dans ce livre blanc, afin d'en montrer la pertinence et la diversité. Il est important de retenir que cet accompagnement permet au conseiller indépendant de se consacrer entièrement aux tâches à haute valeur ajoutée qui sont génératrices de résultats. Il s'agit tout d'abord de la recherche de mandat, la matière première de tout transactionnaire immobilier, en physique via du porte à porte ou par voie digitale. Comme un agent immobilier, le mandataire peut proposer un mandat simple (le vendeur pourra alors solliciter d'autres intermédiaires en parallèle), ou un mandat exclusif. Le conseiller indépendant peut également consacrer une partie de son temps à nouer des relations avec les acteurs de la vie locale (commerçants, médecins, professeurs, etc.) afin de capter des informations pertinentes sur des ventes à venir. Une fois le mandat obtenu, le conseiller assure la publicité du bien, organise les visites et aide le vendeur à sélectionner la meilleure offre.

1.2.2 Un cadre réglementaire sécurisant pour le vendeur et l'acheteur

Contrairement à une idée parfois vicieusement répandue, **les mandataires immobiliers indépendants évoluent dans un schéma réglementaire parfaitement défini.** Les têtes de réseaux étant titulaires d'une carte de transaction (la carte T), ils sont soumis comme tous les agents immobiliers aux exigences de la loi Hoguet. C'est bien dans ce cadre précis qu'ils habilitent des agents indépendants affiliés, non-porteurs de ladite carte, à négocier, s'entremettre ou s'engager pour leur compte. Comme pour les négociateurs salariés et les agents commerciaux indépendants rattachés à des agences traditionnelles, l'intervention des conseillers est alors strictement limitée aux fonctions commerciales. A la différence des agents immobiliers disposant en leur nom d'une carte T, ils ne peuvent percevoir des fonds, donner des consultations juridiques, rédiger des actes sous seing

privé (à l'exception des mandats depuis la loi ENL de 2006) ni même encore assurer la direction d'un établissement ou d'une agence. Cette contrainte n'a pas évolué au cours des vingt dernières années et elle est parfaitement assimilée par les mandataires qui connaissent les règles du jeu. En ce sens, la loi ELAN[23], qui souligne une nouvelle fois la spécificité du statut d'agent immobilier, ne pose pas de problème aux réseaux de mandataires. Ce texte législatif rappelle que seuls les détenteurs de la carte T peuvent revendiquer le titre d'agent immobilier auprès de leurs clients et instaure un barème de sanctions renforcé : jusqu'à 7 500€ d'amende et 6 mois d'emprisonnement pour une utilisation frauduleuse du titre d'agent immobilier. Ce durcissement, qui s'applique aux réseaux de mandataires mais également aux agents commerciaux indépendants rattachés à des agences traditionnelles, n'aura que peu de conséquences dans la mesure où le nombre de procédures judiciaires diligentées contre les réseaux de mandataires ou les agences physiques est très réduit.

Graphique 6
Liste des tâches réalisées par les différentes catégories d'intermédiaires immobiliers



Dans les réseaux de mandataires, 100% des compromis sont signés chez le notaire alors que les agences traditionnelles n'y ont recours en moyenne que 7 fois sur 10[24]. La sécurité juridique des acheteurs et des vendeurs est donc renforcée. On observe aussi qu'il y a une grande complémentarité entre les tâches prises en charge par les mandataires et celles dont s'occupent les notaires. Ces derniers sont spécialisés dans les démarches officielles que les mandataires ne peuvent pas faire. On rappelle aussi que les agents immobiliers traditionnels doivent toujours faire appel à un notaire pour finaliser une transaction.

(23) Loi ELAN : loi du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique.
(24) Selon experts interrogés en janvier 2021.

Comme le prévoit la loi Hoguet, les têtes de réseau sont donc directement responsables des actions de leurs conseillers sous contrat, comme tous les détenteurs de carte T qui collaborent avec des négociateurs qui en sont dépourvus. Les attestations habilitant le conseiller à réaliser des tâches au nom du réseau sont systématiquement envoyées à la CCI qui a délivré la carte T. Casier judiciaire, pièce d'identité et extrait Kbis de la société du conseiller constituent un dossier qui doit obtenir l'aval des services administratifs avant que la relation réseau-mandataire puisse officiellement commencer. De plus, les services juridiques des réseaux relisent l'ensemble des documents signés par les mandataires afin de s'assurer de leur conformité avec les règles en vigueur. En ce qui concerne les flux financiers, les honoraires sont directement perçus par l'intermédiaire du notaire permettant ainsi une traçabilité des fonds versés. Conformément à la loi, aucuns frais ne peuvent être facturés au vendeur avant la signature de l'acte final de vente. Les mandataires comme tous les transactionnaires ne sont payés qu'au succès. Enfin, les réseaux s'assurent que chaque conseiller souscrive une assurance responsabilité civile et professionnelle. Jusqu'en 2016, les mandataires étaient couverts par l'assurance du titulaire de la carte pour laquelle ils exerçaient, mais ils doivent maintenant en souscrire une en direct.

Les mandataires indépendants sont donc des chefs d'entreprise. Ils doivent s'inscrire au registre spécial des agents commerciaux (RSAC) et auprès des différents organismes sociaux, avec trois options d'affiliation : agent commercial, agent commercial auto-entrepreneur (solution la plus courante) et agent commercial en entreprise individuelle à responsabilité limitée.

1.2.3 Comparaisons internationales

Chaque pays a ses spécificités en matière d'intermédiation immobilière. Le taux de recours à des tiers ou le niveau des honoraires varient en fonction des pratiques locales. En ce qui concerne l'accès au métier d'agent immobilier, on remarque que plusieurs pays comme le Royaume-Uni ou l'Allemagne ont une réglementation très légère. Autrement dit, nul besoin d'un niveau de diplôme ou d'une qualification particulière pour exercer le métier d'agent immobilier chez ces voisins. Aux Etats-Unis, le modèle de qualification est plus proche de que l'on connait en France. Il existe des « real estate broker » qui ont suivi une formation de niveau universitaire d'une ou deux années, validée par un examen. Coexistent avec eux des « real estate agent » qui ont suivi un cursus de formation plus court (60h en Virginie, 135h en Californie) mais qui ne peuvent exercer leur activité que s'ils sont rattachés à un « real estate broker ». On retrouve ainsi beaucoup de similitudes avec la distinction française entre les agents immobiliers porteurs

de la carte T et les conseillers immobiliers sans carte qui gravitent autour d'eux. Les commissions que le « real estate agent » génèrent ne lui sont pas versées directement mais transitent par le « real estate broker », comme dans le modèle des réseaux de mandataires immobiliers. 35% des deux millions d'agents immobiliers actifs aux Etats-Unis appartiennent à la catégorie « broker », contre 65% pour leurs homologues « agent »[25]. L'écart entre les deux statuts se creuse fortement depuis 2014, comme le montre le graphique ci-dessous qui concerne la Californie.

Graphique 7
Évolution du nombre de real estate brokers et real estate agents depuis 2002 en Californie

Il y a peu de négociateurs immobiliers salariés aux Etats-Unis. Selon la NAR, 87% des conseillers seraient à leur compte même si beaucoup d'entre eux sont reliés à une agence physique par un contrat de prestation de service. Le travail à temps partiel est aussi très répandu dans la mesure où les 2 millions d'agents ne réalisent que 2,6 ventes en moyenne par an, contre près de 7 en France pour un intermédiaire à plein temps. Le marché de la transaction est très fragmenté aux Etats-Unis. Ainsi ces vendeurs indépendants sont le plus souvent partenaires de petites agences physiques n'appartenant pas un réseau national. D'autres se rapprochent de franchises Keller Williams ou équivalent pour exercer. Dans ce modèle, chaque franchisé anime un vaste centre d'affaires, qui est à la fois un espace de coworking, d'accueil, de réunion et de formation. À mi-chemin entre l'agence traditionnelle et le réseau de mandataires, chaque espace peut accueillir une centaine de conseillers.

(25) Chiffres de la NAR pour 2019.

Le premier acteur à avoir imaginé et construit un vaste réseau d'agents immobiliers indépendants sans agence physique aux Etats-Unis s'appelle Compass. Créée en 2012 comme une plateforme de données immobilières apportant de la transparence pour les particuliers, l'entreprise a décidé en 2014 de recruter des agents immobiliers indépendants pour capitaliser sur son audience acquise auprès du grand public. En effet, il lui a été facile de transformer des informations laissées par les internautes (estimation de la valeur d'un bien, informations sur un quartier, etc.) en mandats pour ses partenaires agents immobiliers. 6 ans plus tard, 18 000 conseillers sont affiliés à Compass, qui capte 30% des honoraires de chaque mandat conclu grâce à un de ses lead (information sur un vendeur transmise à un agent). La société offre aussi des outils technologiques à ses partenaires pour les aider à augmenter leur productivité. Un CRM (outil de gestion de la relation client) s'appuyant par un système d'intelligence artificielle est notamment très utilisé dans le réseau. Il est intéressant de noter que plus de 1 000 agents partenaires sont également actionnaires de la société depuis que cette dernière a décidé d'ouvrir son capital à son réseau en 2018. **L'autre entreprise américaine qui ressemble au modèle des réseaux de mandataires français est ExP Realty.** Cette dernière a mis au point un réseau virtuel très ludique où des agents indépendants peuvent échanger entre eux et trouver toutes les ressources nécessaires pour exercer leurs talents sans avoir besoin d'ouvrir un bureau physique. Ces services coutent 90$ par mois pour l'agent qui se voit reverser 80% de chaque commission de vente. 40 000 entrepreneurs sont actifs sur la plateforme aux Etats-Unis et au Canada et la croissance s'accélère depuis le début de la crise sanitaire de la covid-19. Le 3ème trimestre 2020 constitue le meilleur trimestre en matière de recrutement depuis la création de la société en 2009. Le cours de bouse a été multiplié par 10 entre avril 2020 et janvier 2021.

Cet attrait post-Covid19 pour le statut d'agent indépendant rattaché à un réseau se vérifie également au Royaume-Uni, notamment dans un sondage publié en mai 2020 par l'agence de recrutement Rayner Personnel[26]. Sur 6 500 conseillers immobiliers salariés, 22% déclarent qu'ils souhaitent désormais travailler majoritairement de chez eux et donc ne plus aller au bureau. 14% des interrogés vont plus loin en affirmant vouloir devenir indépendant pour exercer le même métier avec davantage de liberté d'actions. Cet appétit a incité la filiale anglaise de Century 21 à créer un programme pour recruter ces aspirants entrepreneurs. Avec l'offre Century 21 Solo, des agents indépendants peuvent travailler de chez eux tout en bénéficiant des services du réseau : outils informatiques, accès au portail national de l'enseigne, etc. En contrepartie, ils reversent 25% de leurs commissions au réseau qui les héberge.

(26) Shock survey shows only one-third of agents want to resume normal working, estateaganttoday.com, 04/2020.

1.3.1 Les premiers réseaux (2000-2010)

Plusieurs éléments peuvent expliquer le lancement des premiers réseaux de mandataires à partir du début des années 2000. D'une part, **l'éclosion d'Internet a rendu possible la captation de mandats et leur diffusion massive en dehors du traditionnel canal de la vitrine de l'agence physique.** En effet, dès 1996, 3615 SeLoger avait lancé un portail internet pour permettre aux agences de publier des annonces. Le site devient l'opérateur des pages immobilières de Wanadoo, Club Internet et Le Monde et en 1997, il est le premier site internet à mettre en place l'alerte automatique par email. D'autre part, les outils digitaux (Word, Excel, CRM, etc.) arrivaient à maturité et il était possible de travailler de façon plus décentralisée, c'est-à-dire à plusieurs endroits différents. S'y ajoute enfin la démocratisation du téléphone portable qui permet à l'agent indépendant d'être joignable sans être nécessairement au bureau. La part des français disposant d'un téléphone mobile passe 10% en 1997 à 65% en 2002[27].

Par ailleurs, les années 2000 voient la mise en place de nouveaux statuts juridiques adaptés aux besoins des entrepreneurs individuels. La loi pour l'initiative économique de 2003 (aussi appelé Loi Dutreil) facilite la création d'entreprise en abaissant le capital social nécessaire à 1€ pour les SARL et en autorisant une domiciliation de l'activité à domicile pendant 5 ans (avec insaisissabilité de la résidence principale de l'entrepreneur individuel). Dans le même temps, un régime de transition salarié-créateur est imaginé : un employeur ne peut opposer la clause d'exclusivité à un salarié en cours de création d'entreprise et le salarié-créateur peut bénéficier d'un congé ou d'un temps partiel d'une durée d'un an maximum. Enfin, toutes les démarches d'enregistrement sont désormais accessibles en ligne ce qui accélèrent encore la procédure. En 2008, le statut d'autoentrepreneur voit le jour pour renforcer encore le dynamisme de l'écosystème entrepreneurial en France. Parmi les avancées, une importante simplification de la gestion administrative avec le remplacement de toutes les cotisations sociales et tous les impôts et taxes par un versement unique et proportionnel au chiffre d'affaires. En 2010, 360 000 auto-entrepreneurs s'étaient déjà immatriculés. Ce total augmentera de 15% par an et atteindra 1,5 million en 2019. En 2018 les seuils de chiffre d'affaires ont été relevés pour atteindre respectivement 170 000€ pour les activités de vente de marchandises et 70 000€ pour les activités de prestations de services. **La croissance du travail indépendant est néanmoins concentrée sur quelques métiers et domaines**

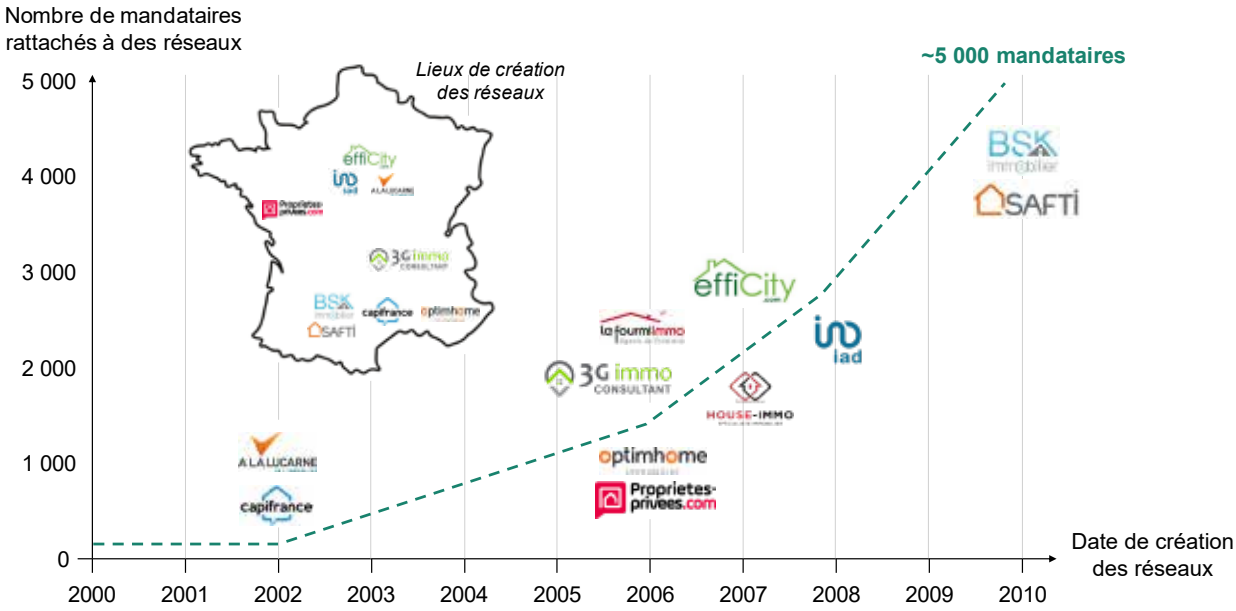
(27) Chiffres de l'ARCEP.

professionnels. C'est particulièrement vrai pour les plombiers, menuisiers, électriciens ou encore les peintres en bâtiment regroupés dans la famille professionnelle des « ouvriers qualifiés du second œuvre ». La part des indépendants dans ces métiers, qui avait peu évolué jusqu'en 2008, demeurant autour de 35 %, a bondi depuis la crise et la création du statut d'autoentrepreneur pour s'établir à 44 % en 2014[28]. Un poste sur deux seulement y est exercé en CDI contre 61 % pour l'ensemble du secteur marchand. L'informatisation et la numérisation des contenus ont pu également favoriser la hausse de l'indépendance statutaire dans les métiers de la communication et de l'information. En 2019, l'Acoss (Caisse nationale du réseau des Urssaf) indiquait dans une étude[29] qu'un tiers des auto-entrepreneurs cumulait cette activité avec un emploi de salarié dans le secteur privé.

En 2002, des entrepreneurs visionnaires créent les deux premiers réseaux de mandataires : Capifrance à Montpelier et Alalucarne en région parisienne. Véritables ovnis au moment de leur lancement, ces entreprises ont vite réussi à attirer des dizaines d'indépendants. Certains quittent des agences physiques pour les rejoindre alors que d'autres y voient une opportunité de reconversion professionnelle. Entre un et deux réseaux sont ensuite créés chaque année sur le modèle de ces deux pionniers. Optimhome voit le jour en région Provences-Alpes Côte d'Azur alors que propriétés-privées.com émerge à Nantes et 3G immo à Annecy. iad, le leader actuel du marché, est lancé en 2008 dans un garage de Seine-et-Marne par Malik Benrejdal, Jérôme Chabin et Jade Benrejdal. La spécificité de ce réseau, aujourd'hui copié par d'autres, est de miser sur le marketing de réseau pour accélérer son développement. Concrètement, les conseillers sont incités à recruter des filleuls car ils toucheront une part des honoraires générés par ces derniers. Les filleuls reproduisent le même schéma avec des indépendants qui deviennent ainsi les petits filleuls du conseiller initial. La rémunération ne se fait qu'au succès et ce modèle n'est donc pas susceptible d'inciter exagérément les conseillers à recruter. Safti est créé à son tour en 2010, porté par un entrepreneur qui a déjà fait ses preuves dans l'entreprenariat en créant Merci+, une société toulousaine de services à la personne qui emploie plusieurs milliers de salariés. Gabriel Pacheco restera à Toulouse pour lancer et développer Safti.

(28) Salarié ou indépendant : une question de métiers ? France Stratégie, septembre 2017.
(29) Les micro-entrepreneurs fin décembre 2018, Acoss, juillet 2019.

Graphique 8
Création des principaux réseaux de mandataires (2000-2010)



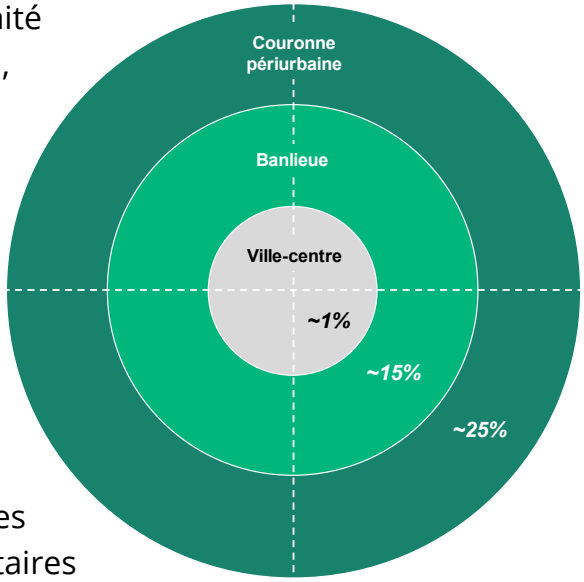
En 2010, la quinzaine de réseaux actifs ont été rejoints par environ 5 000 mandataires indépendants. La part de marché cumulé de ces entreprises étaient d'environ 3%, soit environ 12 000 ventes au cours de l'année (sur un total d'environ 400 000 transactions intermédiées cette année-là).

1.3.2 L'explosion du modèle des mandataires (2010-2020)

La décennie 2010 marque clairement l'explosion du modèle des mandataires immobiliers indépendants. Le statut d'autoentrepreneur gagne en notoriété et les valeurs d'indépendance professionnelle sont en vogue. Dans le même temps, les réseaux se structurent pour offrir de plus en plus de services aux mandataires indépendants qui les rejoignent.

Contrairement à une idée reçue, les réseaux mandataires ne sont pas développés dans des départements ou des régions peu attractives d'un point de vue immobilier. En 2016, le fondateur du site meilleursréseaux.com a estimé le nombre de mandataires pour 10 000 habitants dans chacun des 100 départements français. Il a croisé ses résultats avec la densité des départements (nombre d'habitants par km²) et il a constaté l'absence totale de corrélation. Autrement dit, il n'y a pas davantage de mandataires pour 10 000 habitants en Haute-Loire que dans le Rhône. Le degré de ruralité n'a pas d'incidence sur la vitesse de développement des mandataires. Dès lors, comment expliquer un écart d'environ 10% entre le prix moyen de vente d'un logement ancien en France (223 000€) et le prix de vente moyen des transactions réalisées par les mandataires rattachés à des réseaux (200 000€) ?

Graphique 9
Parts de marché par zone des réseaux de mandataires



La bonne échelle d'analyse n'est pas le département, encore moins la région, mais l'aire urbaine. Selon l'INSEE, une aire urbaine englobe l'agglomération (unité urbaine), qu'on appelle aussi pôle urbain, ainsi que les communes de la couronne périurbaine dont au moins 40 % de la population résidante ayant un emploi travaille dans l'agglomération ou dans des communes attirées par celle-ci. Les 160 aires urbaines françaises rassemblent plus de 85% de la population et se composent de trois espaces différents : la ville-centre, la banlieue et la couronne périurbaine. Les écarts type de parts de marché des mandataires n'ont pas une explication inter-aire urbaine mais plutôt intra-aire urbaine. Aussi, l'écart entre les prix moyens s'explique par le fort développement des réseaux dans les couronnes périurbaines, où la concurrence des agences traditionnelles était moins forte que dans les villes-centres. En conséquence, les parts de marché des grands réseaux sont faibles à Paris ou à Lyon, mais elles sont élevées dans la périphérie de ces villes. Cette situation est cependant en train de se rééquilibrer, les mandataires se sentant maintenant prêts à conquérir les villes-centres. Certains réseaux affichent déjà des parts de marché supérieures à 2% dans des grandes villes. L'écart entre le prix de vente moyen des réseaux et la moyenne nationale devrait donc progressivement diminuer.

La croissance est d'abord portée par les acteurs déjà existants en 2010. Ces derniers voient leur nombre de mandataires augmenter de 15% par an en moyenne entre 2011 et 2014, puis de 25% par an entre 2015 et 2020. Cette accélération trouve une partie de son explication dans la crise que le secteur immobilier a traversée entre 2012 et 2014, et qui a incité beaucoup de professionnels de l'immobilier à quitter, par choix ou par contrainte, des agences traditionnelles qui faisaient face à des difficultés financières. L'exemple du leader iad illustre bien cette montée en puissance. Le réseau grandit en moyenne de 27 mandataires par mois entre 2011 et 2014, de 42 mandataires par mois entre 2014 et 2016, de 125 par mois entre 2016 et 2018 et enfin de 250 par mois entre 2018 et 2020. Sur cette dernière période, le réseau voit arriver près de 6 000 nouveaux indépendants, soit autant

que pendant les 10 années précédentes. Chez Safti, les effectifs ont été multipliés par 10 entre 2014 et 2020, passant de 500 mandataires à près de 5 000 soit un taux de croissance annuelle moyen d'environ 30%. Sur cette même période, Capifrance, Optimhome et propriétés-privees.com ont aussi connu des trajectoires de croissance significatives. **Le nombre de réseaux passe en quelques années de 15 à près de 90 avec l'arrivée de nouveaux acteurs comme Les Portes Clés, Keymex ou The Door Man. Les acteurs historiques gardent cependant leurs positions de leader. Fin 2020, les 10 premiers réseaux en nombre de mandataires ont la particularité d'avoir été créé avant 2011.**

Cette période de forte croissance est aussi marquée par l'institutionnalisation des plus grands réseaux. **Les organisations se structurent pour accueillir un flux croissant d'indépendants.** Les gouvernances évoluent également pour s'adapter aux besoins de ces startup devenues des PME. Certains réseaux décident de se regrouper pour mettre en commun leurs services généraux et partager les bonnes pratiques. Optimhome et Capifrance se rapprochent en 2011 après avoir été rachetés par Artemis, la holding familiale de François Pinault. Le groupe DigitRE est ainsi créé et Olivier Colcombet rejoint l'aventure en 2013 pour le diriger. Il en prendra la présidence en 2016 et permettra à l'entreprise de dépasser les 5 000 mandataires en 2020. Souvent, les fondateurs initiaux ouvrent une part minoritaire de leur capital à des fonds d'investissement spécialisés dans les sociétés en croissance. iad accueille Naxicap Partners (groupe Banque Populaire Caisses d'Epargne) en 2012 et deux nouveaux fonds en 2016. Roland Tripard, ancien PDG de SeLoger, est nommé président du directoire lors de cette deuxième augmentation de capital. Il pilote toujours le groupe en février 2021 quand est annoncée une levée de fonds de 300 millions d'euros auprès d'Insight Partners (investisseur américain qui est notamment présent au capital de BlaBlaCar). Safti s'ouvre à Qualium en 2018 après avoir intégré le réseau MegAgence deux ans plus tôt. Enfin, quelques réseaux ont été rachetés par des acteurs traditionnels de la transaction immobilière. Foncia s'est porté acquéreur d'Efficity en 2014, à la fois pour son outil d'estimation en ligne et pour son réseau d'indépendants. Citya jette son dévolu sur le réseau LeBonAgent en 2018. Le géant de l'administration de biens (170 agences, 450 millions de chiffres d'affaires), également propriétaire de Laforêt, met ainsi la main sur une communauté de 120 agents indépendants présents sur tout le territoire national.

Graphique 10
Evolution de l'actionnariat des 7 principaux réseaux de mandataires en France

Rang	Réseaux de mandataires	Année de création	Nombre de mandataires affiliés*	Commentaires sur l'évolution de l'actionnariat des réseaux entre 2010 et 2020
1	iad	2008	12 000	▪ 2012 : entrée de Naxicap Partners (groupe BPCE) au capital ▪ 2016 : prise de participation majoritaire d'IK Investment Parners et Five Arrows (Rothschild & Cie) ▪ 2021 : levée de fonds de 300M€ auprès d'Insight Partners
2	SAFTI	2010	5 000	▪ 2016 : rapprochement avec le réseau MegAgence via NewImmo Group ▪ 2018 : entrée au capital de Qualium (ancienne filiale de CDC)
3	capifrance	2002	3 000	▪ 2011 : rachat par Artemis (famille Pinault) et rapprochement avec le réseau Optimhome ▪ 2018 : prise de participation majoritaire de LFPI (ex Lazard)
4	Proprietes-privees.com	2006	2 600	▪ 2016 : rachat par le groupe Oryx ▪ 2017 : rapprochement avec le réseau Immo Réseau (80 conseillers indépendants)
5	optimhome immobilier	2006	2 000	▪ 2011 : rachat par Artemis (famille Pinault) et rapprochement avec le réseau Optimhome ▪ 2018 : prise de participation majoritaire de LFPI (ex Lazard)
6	efficity	2007	1 900	▪ 2010-2012 : plusieurs levées de fonds pour un financement total de plus de 5 millions d'euros ▪ 2014 : rachat par Foncia
7	megAgence consultants immobiliers	2011	1 500	▪ 2016 : rachat par New Immo Group (groupe qui se compose également du réseau Safti) ▪ 2018 : entrée au capital de Qualium (ancienne filiale de CDC)

**Chiffres de janvier 2021*

Le nombre d'annonces de vente n'est pas proportionnel au nombre de mandataires affiliés car les réseaux n'ont pas les mêmes stratégies en matière de mandat de vente. Certains privilégient le volume et accepte donc beaucoup de mandats simples. Dans ce cas, on dit que l'agent partage le mandat avec un ou plusieurs autres intermédiaires disposant également d'un mandat simple. D'autres incitent leurs mandataires à signer des mandats exclusifs, qui sont plus difficiles à obtenir mais qui jouissent d'un taux de conversion beaucoup plus important. La part des mandats exclusifs dans le total des mandats varient de 30% à 40% parmi les grands réseaux nationaux[30].

(30) Selon experts interrogés en janvier 2021.

1.3.3 Diversification et ouverture d'antennes à l'international

Après vingt années de développement dont au moins dix d'hyper croissance, les réseaux de mandataires immobiliers sont désormais convaincus de la pertinence de leur modèle. **En témoigne le développement récent de nouvelles activités connexes à la transaction.** Les cinq principaux acteurs ont tous lancé une offre de gestion locative auprès du grand public. Cette solution est notamment appréciée par les acheteurs qui font de l'investissement locatif dans l'ancien et qui souhaite, après l'acquisition du bien, bénéficier d'une offre de gestion par un professionnel de terrain. Pour rappel, 30% des acheteurs dans l'ancien ne souhaitent pas occuper le bien mais le louer à des tiers. Les réseaux de mandataires sont encore des petits acteurs sur ce marché estimé à plus de 2 milliards d'euros en France. Capifrance avait lancé en 2019 les « 30 jours de la Location Gestion » au cours desquels les clients bailleurs pouvaient bénéficier d'une année de gestion locative offerte. Sur sa marketplace de services internes, le réseau propriétés-privees.com donne accès à l'outil de gestion locative MIG Gestion à ses mandataires indépendants. Cette nouvelle activité ne représente qu'une partie très marginale du chiffre d'affaires des réseaux (autour de 1%) mais elle pourrait constituer un axe de développement dans les prochaines années. Cela permettrait aux mandataires de disposer de revenus récurrents, très complémentaires avec le mode de rémunération au succès de la transaction.

Autre diversification, les mandataires immobiliers ont développé une expertise en matière d'immobilier tertiaire (bureaux, commerces, entrepôts, etc.). Ils accompagnent ainsi des vendeurs ou des bailleurs. Les dix plus gros réseaux ont ajouté cette corde à leur arc au cours des dernières années. Le réseau propriétés-privées.com a même créé une filiale dédiée à ce segment de marché. Lancé en janvier 2019, Proprietes-privees.com Business annonce 1 800 mandats dans toute la France[31], avec une forte concentration en Île-de-France. En moyenne, le réseau entre a minima 100 nouveaux mandats par mois, dont 80% concernent le CHR (café, hôtel et restaurant). Le réseau compte aujourd'hui 150 conseillers spécialisés intervenant dans toute la France, et notamment dans les plus grandes métropoles (Paris, Lyon, Marseille, Lille, Nantes…). Pour poursuivre ce maillage, Proprietes-privees.com va continuer à former des conseillers dans les petites et moyennes villes, et à recruter des conseillers dédiés dans les plus grandes métropoles (Lille, Toulouse, etc). Son objectif : atteindre les 300 mandataires pour couvrir l'ensemble du territoire.

(31) L'ancien pilote d'avion Eric Pitoy fait décoller Proprietes-privees.com Business ! mysweetimmo.com, décembre 2019.

La maturité des réseaux de mandataires se manifestent également dans leur volonté d'expansion internationale. Confiants dans leur modèle maintenant éprouvé en France, ils se sentent capables de le répliquer dans d'autres géographies. Capifrance est le premier réseau à s'être aventuré au-delà des frontières françaises. Dès 2014, l'entreprise fait une incursion en Allemagne. Appartenant au même groupe, Optimhome s'implante lui au Portugal avec notamment l'idée d'aider les français à y investir. Pour rappel, entre 3 000 et 7 000 françaises s'exilent dans ce pays chaque année. Ce flux récurrent a aussi incité iad à ouvrir une antenne dans ce pays en 2015, avant de s'installer aussi en Espagne et en Italie. Plus récemment, l'entreprise a fait l'acquisition de Neximo, un réseau de 600 mandataires au Mexique. Créée en 2017 en s'inspirant du modèle français, cette startup a réussi son développement en fournissant à ses mandataires un soutien en matière d'équipement et de technologies afin qu'ils puissent se concentrer sur la relation avec les acquéreurs et vendeurs. Le Mexique dispose d'un important potentiel de développement pour iad avec près de 130 millions d'habitants et un marché local principalement animé par des agences immobilières traditionnelles. Safti est le dernier acteur en date à s'être internationalisé, avec les ouvertures de l'Espagne et du Portugal, respectivement en 2018 et 2019.

Graphique 11
Présence des réseaux de mandataires à l'étranger

iad	Depuis 2018	Depuis 2015	Depuis 2018	Depuis 2021	Depuis 2020
SAFTI	Depuis 2018	Depuis 2019	-	-	-
optimhome immobilier	-	Depuis 2014	-	Depuis 2014	-

Les réseaux français prospèrent à l'étranger et des acteurs étrangers font aussi leur apparition en France. C'est le cas de l'entreprise américaine ExP Realty que nous avons déjà évoqué. Né aux Etats-Unis, ce réseau d'indépendants a déjà ouvert des filiales aux Canada, en Australie, en Afrique du Sud, en Inde, au Mexique, au Portugal et au Royaume-Uni. La France est donc, depuis début 2021, le 9ème pays d'expansion de cette société qui fédère déjà plus de 40 000 mandataires. Le dirigeant de l'antenne française a annoncé vouloir intégrer le top 5 des réseaux nationaux à moyen-terme.

2. Un poids économique croissant sur tout le territoire

2.1 Un volume d'activité en forte augmentation

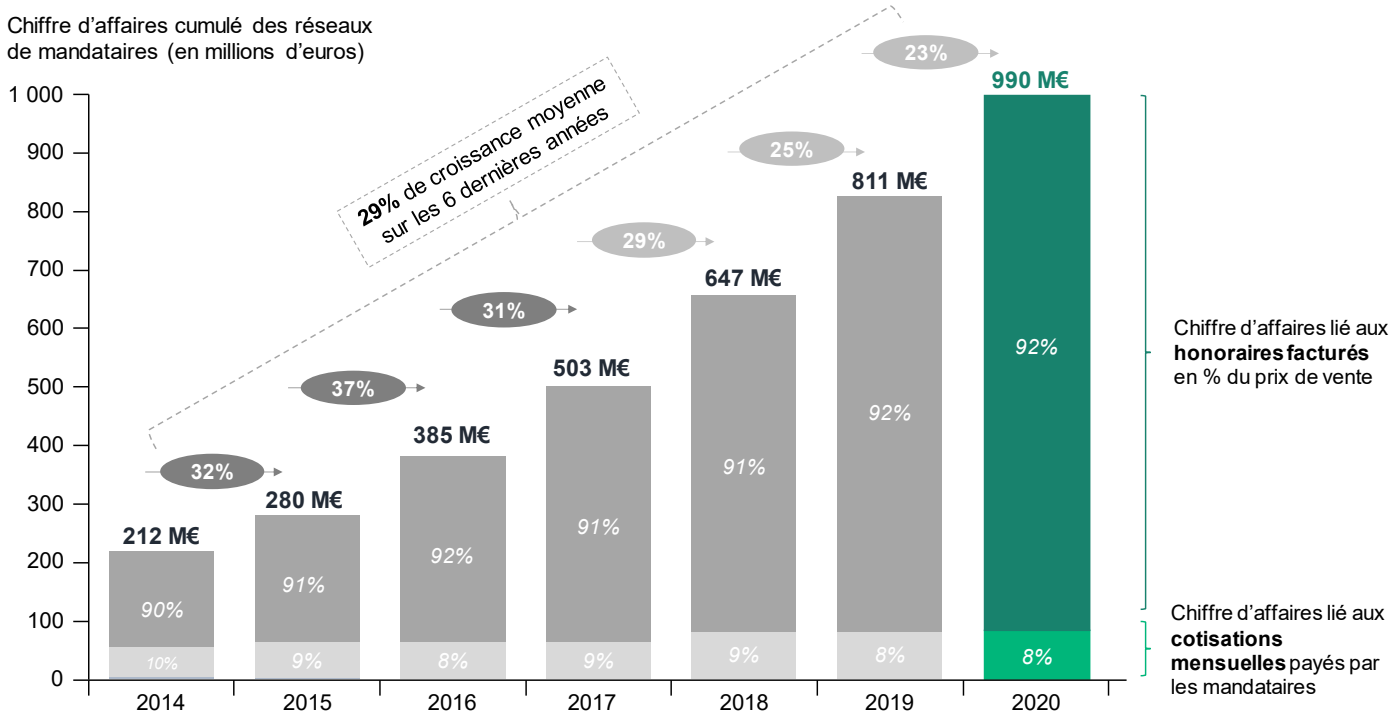
2.1.1 Composantes et évolution du chiffres d'affaires de la profession

Le chiffre d'affaires des réseaux de mandataires a considérablement augmenté au cours des dernières années. Il était de 212 millions d'euros en 2014, 503 millions d'euros en 2017 et près d'un milliard d'euros aujourd'hui[32]. Le taux de croissance annuelle a toujours été supérieur à 23% sur cette période (29% en moyenne) et on observe que cette dynamique a surtout profité aux 5 principaux réseaux. Leur chiffre d'affaires cumulé représente 80% du chiffre d'affaires de l'ensemble des réseaux en 2020, contre 58% en 2014.

Le chiffre d'affaires des réseaux est la somme des honoraires d'intermédiation liés aux ventes et des cotisations mensuelles que leur versent les mandataires. Les premiers représentent l'écrasante majorité du revenu des réseaux, soit environ 910 millions en 2020[33]. La commission moyenne s'élève donc à 8 000€ TTC (6 500€ HT), contre environ 11 000€ pour les agents immobiliers traditionnels. L'ensemble des cotisations ne pèsent donc que pour 8% du chiffres d'affaires des réseaux en 2020. Ce chiffre a tendance à diminuer car les réseaux grandissent et peuvent amortir leurs frais fixes sur davantage de mandataires. Il faut aussi rappeler que les réseaux facturent leurs services aux mandataires à prix coûtant, et ne réalisent donc pas de marge sur cette activité. Chez certains réseaux, le versement des cotisations ne commence qu'à partir de la première vente réalisée par le mandataire.

(32) Selon le site meilleursréseaux.com et nos estimations.
(33) Nous raisonnons sur le CA TTC pour pouvoir établir un lien avec la commission moyenne.

Graphique 12
Evolution du chiffre d'affaires cumulé des réseaux de mandataires (2014-2020)



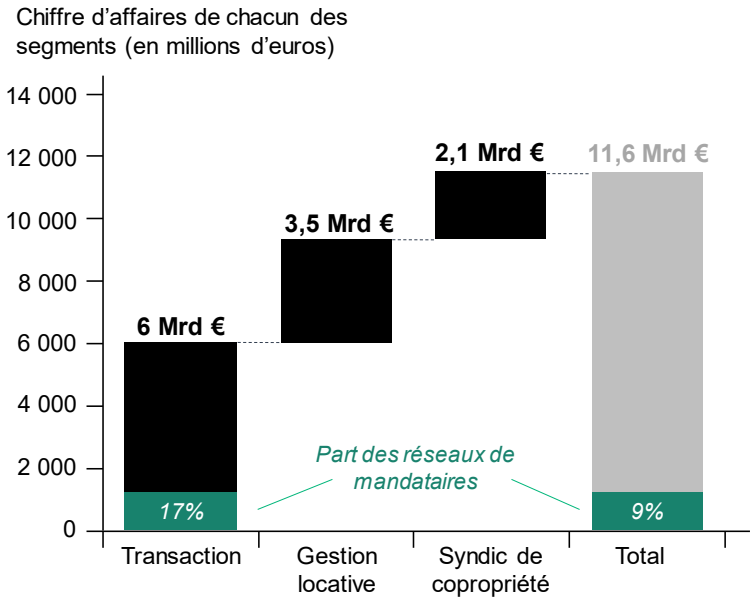
Le réseau iad a dépassé en 2020 les 300 millions de chiffres d'affaires, contre 52 millions en 2014. L'entreprise affiche donc une croissance annuelle moyenne de 34% depuis 2014, soit une surperformance par rapport à l'ensemble des réseaux. C'est aussi le cas de Safti qui annonce 140 millions d'euros de chiffres d'affaires et une croissance annuelle moyenne de plus de 40% depuis 2014. Capifrance a franchi le seuil des 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019, alors que Propriétés-privées et Optimhome réalisent environ 50 millions de revenus annuels chacun. On notera que la commission moyenne varie légèrement d'un réseau à l'autre, en raison de grilles tarifaires disparates. Les challengers Safti et Capifrance appliquent en moyenne un pourcentage d'honoraires faiblement supérieur à celui pratiqué par le leader iad.

Dans le secteur immobilier, il est fréquent de mesurer également le volume d'activité des entreprises. Pour cela, il s'agit d'estimer la valeur totale des biens immobiliers qui sont vendus chaque année par l'entremise d'un mandataire immobilier. **Avec plus de 140 000 logements vendus en 2020 et un prix moyen de 200 000€, nous obtenons un volume d'activité de 28 milliards d'euros.** La croissance de cet indicateur depuis 2014 est encore plus significative que la hausse du nombre de transactions car un effet prix s'ajoute à un effet volume, même si l'inflation immobilière a été moins forte sur les territoires où officient les mandataires immobiliers que dans les cœurs de métropoles.

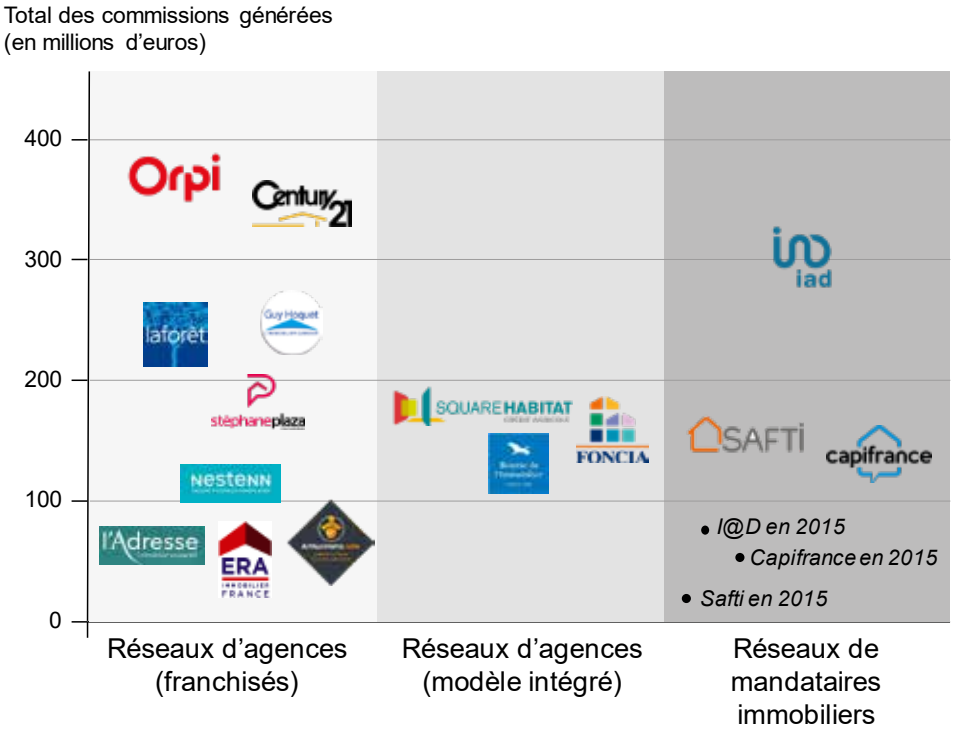
2.1.2 Poids économique dans le secteur immobilier

Les activités de transaction immobilière ont **un poids économique d'environ 6 milliards d'euros,** soit 700 000 ventes intermédiées et une commission moyenne de 8 500€ HT. Les honoraires captés par les réseaux de mandataires représentent donc déjà près de 17% du marché en valeur. L'écart entre la part de marché en nombre de transactions (20%) et la part de marché en chiffre d'affaires s'explique par un prix moyen plus faible (200 000€ contre 225 000€) et des honoraires inférieurs de 10% à 15%. La commission moyenne des réseaux est de 6 700€ HT alors que celle des autres acteurs du marché (agences traditionnelles, notaires, etc.) est de 9 200€ HT. **Le poids économique des mandataires immobiliers peut aussi être comparé à celui des autres métiers de services du secteur résidentiel.** Il s'agit principalement des métiers de gestion locative et de syndic de copropriété, qui pèsent respectivement 3,5 milliards d'euros et 2,1 milliards d'euros en France. Au total, les entreprises œuvrant dans les services immobiliers génèrent donc un chiffre d'affaires total de 11,6 milliards d'euros, dont 9% pour les mandataires immobiliers. Ces derniers réalisent presque la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble des syndics qui administrent quelques 9 millions de copropriétés sur tout le territoire national.

Graphique 13
Chiffre d'affaires par segment (2020)



Graphique 14
Top 15 des acteurs de la transaction (en fonction du CA, 2020)



Trois réseaux de mandataires apparaissent désormais dans le top 15 des agences immobilières en matière de chiffres d'affaires. iad se classe 3ème derrière Opri, Century 21, Laforêt et Guy Hoquet. Safti se classe 9ème et Capifrance 12ème. En 2015, seul I@D pouvait prétendre aux dernières places de ce classement. On remarque que les deux leaders du marché restent des réseaux de franchisés.

L'atteinte d'une taille critique pour certains réseaux de mandataires est vertueuse car elle permet notamment un rééquilibrage des forces vis-à-vis des portails immobiliers. Ces derniers sont en plein essor alors que plus de 80% des français commencent leur recherche immobilière (pour un achat ou une location) en ligne[34]. Parmi eux, 34% privilégient les portails d'annonces immobilières au détriment des sites des enseignes. Uniquement sur le mois de juin 2020, SeLoger affiche 21 millions de visites web soit une hausse de 55% en un an. Logic-immo, Bien'ici, OuestFrance, AvendreAlouer et LeFigaro enregistrent aussi une forte croissance de leur audience. Engagés dans une logique de consolidation (SeLoger a racheté Logic-Immo, LeBonCoin s'est offert AvendreAlouer), les portails sont en position de forces vis-à-vis des transactionnaires désireux de publier leurs annonces. Cela explique en partie la perte de vitesse des agences indépendantes et le succès des réseaux de mandataires. Se coaliser pour peser plus lourd face aux portails, et négocier ainsi des tarifs plus avantageux, est devenu vital.

(34) Les 20 chiffres-clés de la recherche immobilière, UbiFlow, Aout 2018.

2.1.3 Quelles perspectives d'ici 2023 ?

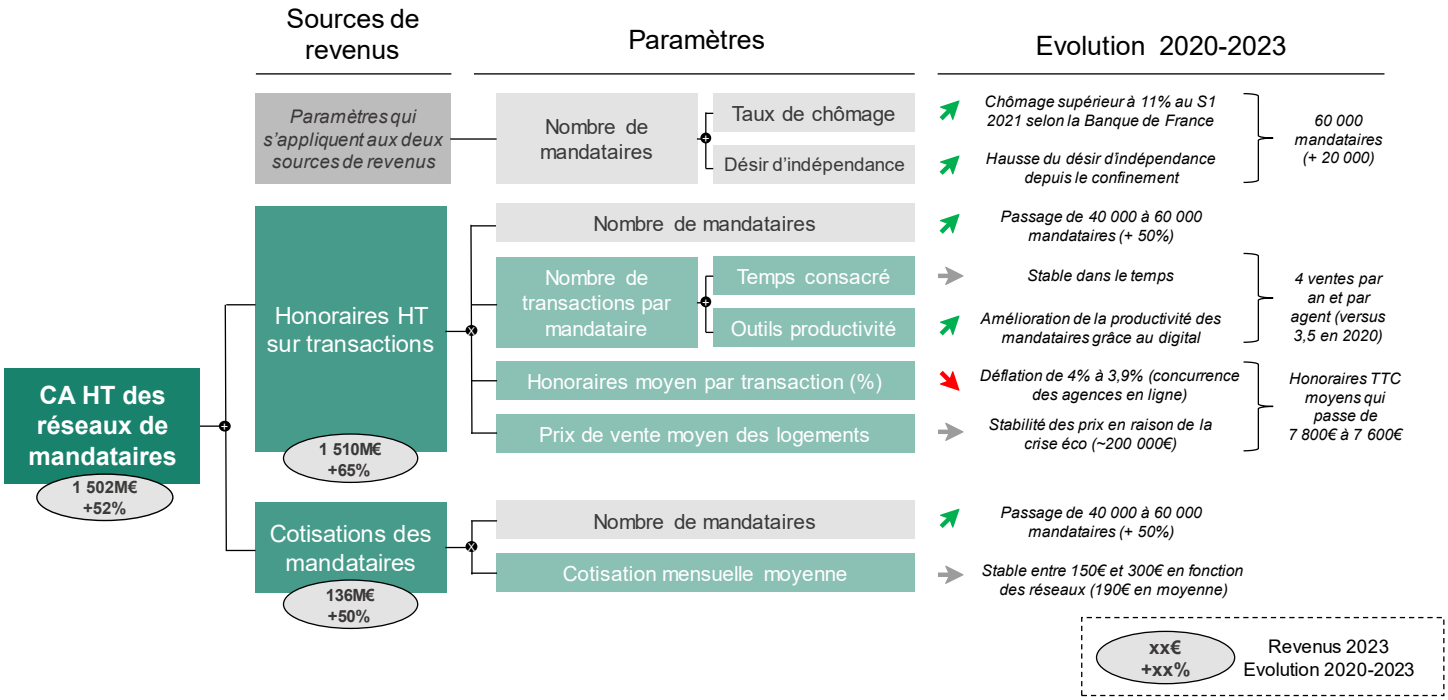
Les paramètres qui influent sur l'activité des réseaux de mandataires à horizon fin 2023 sont multiples. **Le premier d'entre eux n'est autre que le nombre de mandataires indépendants que les réseaux seront en mesure de recruter.** Premièrement, la hausse attendue du taux de chômage va mécaniquement augmenter le nombre de personnes disponibles. Parmi elles, les personnes travaillant dans des secteurs particulièrement sinistrés seront a priori intéressées par les opportunités de reconversion professionnelle offertes par les réseaux. De plus, la crise du Covid-19 a accentué le désir d'indépendance de nombre de nos concitoyens. Selon un sondage IFOP pour la Tribune publié en juin 2020[35], 34% des français intègrent la demande de flexibilité au travail (horaires, télétravail, etc.) parmi les deux changements indispensables du monde de l'entreprise, après le salaire mais avant la recherche de temps libre ou la volonté de réaliser des tâches plus intéressantes. Ce n'est pas un hasard si l'année 2020, malgré les contraintes sanitaires et économiques, a permis d'établir un nouveau record en termes de création d'entreprise. Selon les chiffres l'INSEE publiés en janvier 2021, près de 850.000 entreprises ont été créées l'an passé en France, soit presque 35.000 de plus qu'en 2019. Avec un point notable : ce sont surtout les entreprises individuelles qui ont participé à cette dynamique. Leur nombre a en effet progressé de 6 %, à 630.000 alors que les créations d'autres types d'entreprises sont restées stables. Pour ces raisons, hausse du chômage et désir d'indépendance, nous estimons que le nombre de mandataires rattachés à des réseaux va continuer à croitre pendant les trois prochaines années. L'hypothèse de taux de croissance annuelle est de 15% pour la période 2020-2023, soit un léger ralentissement par rapport aux taux observés au cours des 3 dernières années (entre 20% et 25% par an). Le ralentissement du taux de croissance est aussi l'hypothèse privilégiée par le cabinet d'analyse économique Xerfi[36].

Aussi, le nombre de mandataires pourrait atteindre 60 000 en 2023 contre 40 000 en 2020. Le montant des honoraires captés par les réseaux dépend aussi du nombre de transactions réalisées par chaque indépendant. De nouveaux outils de productivité vont êtres mis à la disposition des mandataires et nous prévoyons que le nombre moyen de transactions par an passe de 3,5 à 4. Nous reviendrons dans la dernière partie de ce rapport sur les solutions digitales que déploient les réseaux pour augmenter la performance de leurs mandataires. Les honoraires moyens par transaction devraient subir une légère pression déflationniste, notamment à cause des tarifs pratiqués par les agences en ligne. Le taux moyen passerait donc de 4% à 3,8% TTC. Par ailleurs, les prix de vente moyens devraient

(35) Réinventer la France, Modes de vie et attentes des français après cette crise inédite, IFOP, Juin 2020.
(36) Les réseaux mandataires dans l'immobilier à l'horizon 2021, Xerfi, juin 2019.

rester stables au cours des trois prochaines années, étant donné l'impact de la crise économique sur le pouvoir d'achat des français et, en compensation, la persistance des taux bas. Nous n'avons pas pris en compte les effets potentiellement positifs du « recentrage des réseaux vers les villes-centre » car il est difficile de prédire la vitesse de ce phénomène. En conséquence de l'évolution de ces deux paramètres, honoraires et prix de vente, la commission moyenne passerait de 8 000€ TTC à 7 800€ TTC durant la période. Enfin, le montant unitaire des cotisations n'a pas vocation à croitre, même si un effet volume se produira eu égard à l'augmentation significative du nombre de mandataire.

Graphique 15
Evolution des revenus des réseaux de mandataires (2020-2023)



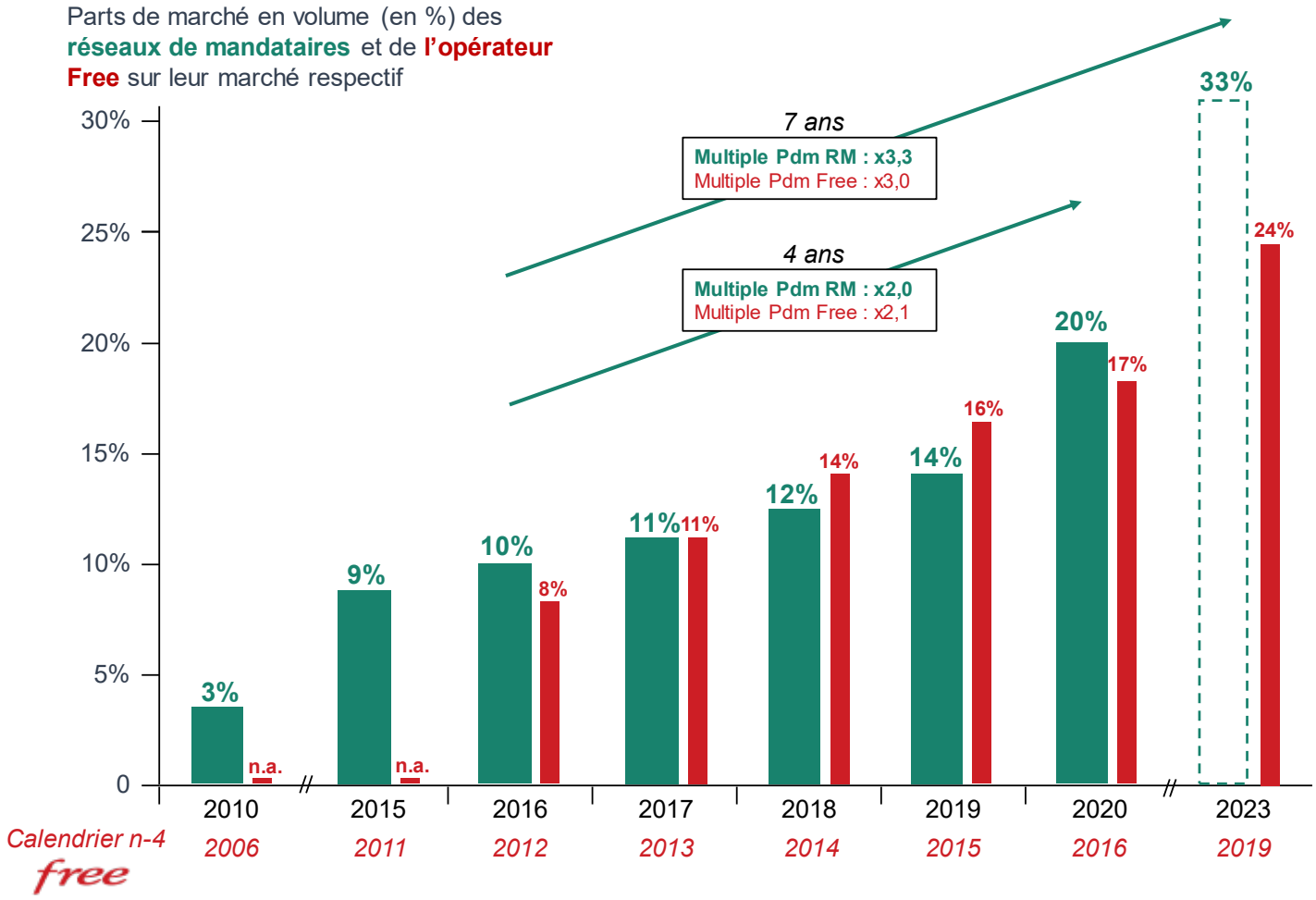
Le chiffre d'affaires cumulé des réseaux de mandataires immobiliers devrait donc atteindre plus de 1,6 milliard d'euros en 2023, soit une hausse de 65% en 3 ans. Selon ces hypothèses, les mandataires réaliseraient ainsi près de 240 000 transactions.

Pour mesurer les parts de marché en volume des réseaux à horizon 2023, il faut définir la taille dudit marché à cette date. Nous estimons que le nombre de transactions restera proche du million, notamment en raison du maintien des taux bas et du fort désir de mobilité qu'expriment les français depuis la crise du Covid-19. Nous envisageons également que le taux d'intermédiation va continuer à croitre d'un pourcent par an, cette hausse étant en partie liée à la dynamique des réseaux de mandataires. Selon nos modélisations, le nombre de transactions intermédiées atteindraient ainsi 730 000 à horizon 2023. **Avec 240 000 opérations, les réseaux de mandataires pourraient afficher 33% de parts de marché en volume.**

2.1.4 Analogie avec un autre marché bien connu du grand public

Il est amusant d'observer que l'évolution de la part de marché des réseaux de mandataires suit quasiment la même courbe, avec quatre années de décalage, que celle de l'opérateur Free sur le marché de la téléphonie mobile. Nous raisonnons à chaque fois en volume, nombre de transactions d'un côté et nombre d'abonnés de l'autre. Cette situation relève bien entendu d'une coïncidence même si on peut souligner que l'opérateur Free se caractérise par un faible nombre d'agences physiques (60 contre 800 en moyenne pour ses 3 principaux concurrents) et une politique tarifaire plus adaptée aux attentes des consommateurs. Deux points communs avec les réseaux de mandataires immobiliers.

Graphique 16
Comparaison des dynamiques de croissance des réseaux de mandataires immobiliers et de l'opérateur Free dans la téléphonie mobile



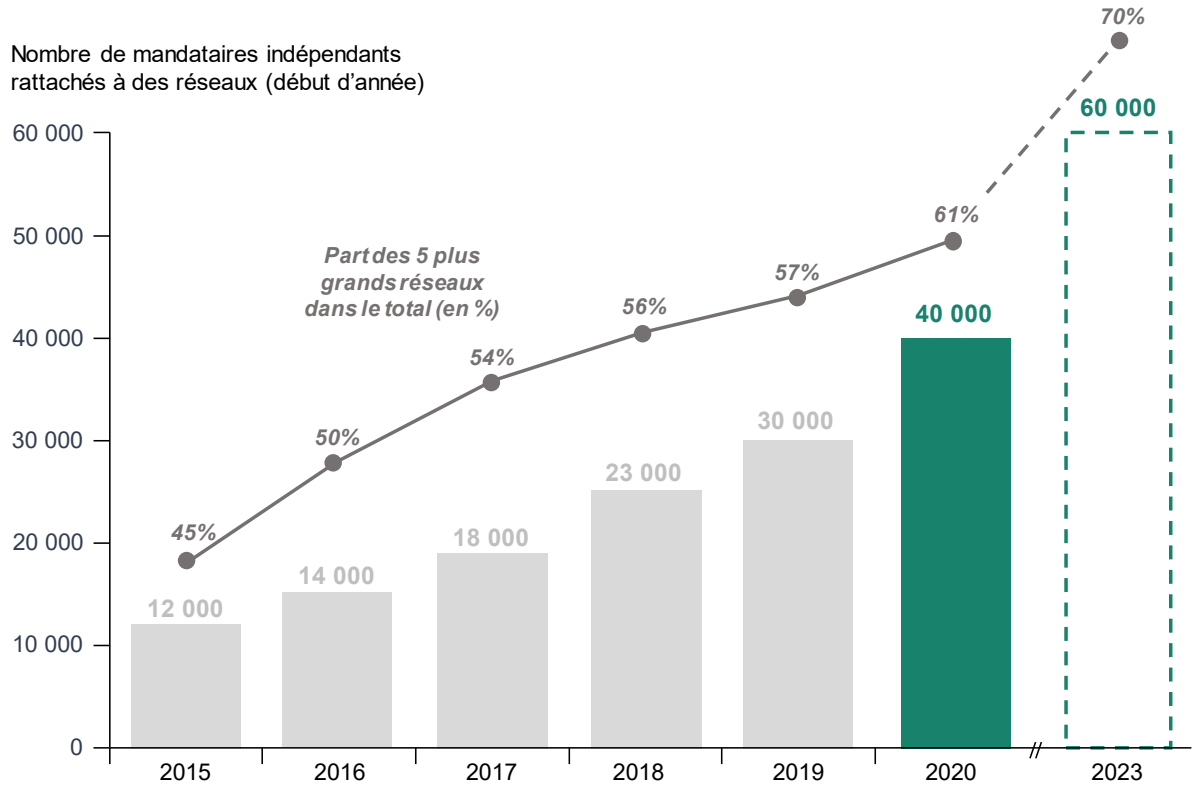
2.2 Emploi et dépenses de formation

2.2.1 L'emploi dans les réseaux

Avant d'être les animateurs d'une multitude d'indépendants, les réseaux de mandataires sont des employeurs importants sur l'ensemble du territoire. iad compte 250 salariés travaillant à son siège social situé à Lieusaint (77) alors que CapiFrance et Optimhome ont rassemblé leurs 200 collaborateurs à Castelnau-le-Lez (34). S'y ajoutent 150 personnes chez Safti à Toulouse ou encore 70 dans les locaux de propriétés-privées.com à Vertou (34). **Au total, les réseaux emploient directement plus de 1 200 personnes en CDI, dont 70% en dehors de l'Ile-de-France.** Le ratio moyen entre le nombre de mandataires et le nombre de salariés au siège est compris entre 25 et 40 en fonction des réseaux. Autrement dit, il y a en moyenne entre 25 et 40 mandataires indépendants actifs dans le réseau pour un salarié au siège. Chaque employé consacre, directement ou indirectement, une heure par semaine à chaque entrepreneur affilié.

Les réseaux sont surtout des importants créateurs d'emplois non-salariés sur tout le territoire national. Le nombre de mandataires affiliés aux réseaux était de 5 000 en 2010 et 12 000 en 2015. Depuis, la croissance s'est largement accélérée et on compte 40 000 mandataires indépendants en 2020. D'ici 2023, c'est plus de 60 000 autoentrepreneurs qui devraient œuvrer au sein des réseaux. **Les 5 plus gros réseaux ayant une croissance supérieure à la moyenne de l'ensemble des réseaux, ils captent mécaniquement une part de plus en plus importante du total des mandataires.** Ce taux de captation a atteint 61% en 2020 et nous estimons que le seuil des 70% sera dépassé en 2023.

Graphique 17
Evolution du nombre de mandataires immobiliers rattachés à des réseaux (2015-2023)



Selon l'INSEE[37] il y avait environ 3,1 millions d'emplois non-salariés en France en 2019, soit 10,5% de l'emploi total dans le pays qui s'élève à 28,5 millions. Sur cette base, on constate que les mandataires représentent à eux-seuls 1,3% de l'emploi non-salariés en 2020. Ce chiffre pourrait monter jusqu'à 1,9% en 2023 si les réseaux atteignent bien les 60 000 mandataires d'ici là. En enlevant les emplois liés aux secteurs de l'agriculture, de l'industrie et la construction, pour ne garder que ceux appartenant à la catégorie du tertiaire marchand (représentant 50% du total), la part des mandataires est de 2,6% en 2020 et sera de 3,8% à horizon 3 ans. **Autrement dit, plus d'un emploi non-salarié sur trente du secteur tertiaire marchand sera un emploi de mandataire immobilier rattaché à un réseau.**

En dynamique, on constate que le nombre d'emplois non-salariés du tertiaire marchand a augmenté de 156 000 entre 2014 et 2019 alors que le volume de mandataires immobiliers passait de 10 000 à 40 000. **En conséquence, il est juste de dire que 19% des emplois non-salariés de cette catégorie (tertiaire marchand) créés en 5 ans sont directement imputables aux réseaux de mandataires.** Ce chiffre reste supérieur à 12% si on prend en considération l'ensemble de l'emploi non-salarié tous secteurs confondus.

(37) Emploi salarié et non salarié par activité, INSEE, décembre 2020.
(38) Le marché du travail dans les grandes aires urbaines en 2015, Terra Nova, février 2016.

Cette forte création d'emplois non-salariés s'est particulièrement concentrée dans les zones périphériques des aires urbaines. La productivité des mandataires n'est pas liée à leur localisation, ce qui indique que la répartition de mandataires dans chacune des trois zones (villes-centres, banlieues et couronnes périphériques) est similaire à celle des parts de marché. **Les réseaux créent davantage d'emplois non-salariés dans les couronnes périphériques que dans les villes-centres, ce qui est un atout pour notre pays et pour l'équilibre entre ses territoires.** En effet, on constate depuis une décennie au moins une surconcentration des emplois dans les villes-centres au détriment des zones périphériques. Le think-tank Terra Nova a publié en 2016 une étude[38] qui analyse les chiffres de l'emploi à l'aune du découpage propre aux aires urbaines. Il en ressort que, dans les 14 plus grandes aires urbaines de France (Paris non compris), les villes-centres concentrent en moyenne 61% des offres d'emploi disponibles contre seulement 25% de la population. Ce phénomène de concentration est encore plus manifeste si on agrège la part des offres d'emplois de la ville-centre et celle des offres d'emplois de la seconde commune la plus riche en offres au sein de l'aire urbaine. Certaines de ces communes de deuxième rang concentrent entre 7 et 14% des offres d'emploi de l'aire urbaine. Si l'on observe à présent le poids relatif du pôle urbain (c'est-à-dire l'ensemble formé par la ville-centre et sa banlieue) par rapport à la couronne (c'est-à-dire la grande périphérie des aires urbaines), le décrochage s'accentue : 90% des offres d'emploi recensées dans les 15 plus grandes aires urbaines françaises se situent à l'intérieur des pôles urbains. L'intensité de ce phénomène est particulièrement développée dans les aires urbaines lilloise, bordelaise, niçoise, rouennaise et montpelliéraine. En créant des emplois non-salariés ailleurs que dans les villes-centres, les réseaux de mandataires participent donc au rééquilibrage nécessaire entre les territoires.

Enfin, on observe que la hausse de l'activité dans les réseaux de mandataires ne s'est pas faite au détriment de l'emploi dans les agences traditionnelles. Au contraire, le nombre d'agences immobilières à retrouver récemment son niveau d'avant la crise de 2008, soit environ 30 000 après avoir atteint un point bas à 25 000 il y a quelques années. A titre d'illustration, Orpi a 100 agences de plus en 2020 qu'en 2016, idem pour Century 21. Les nouveaux entrants, principalement Stephane Plaza Immobilier et Nesteen, ont aussi ouvert plusieurs centaines de nouvelles agences au cours des dernières années. En conséquence, on estime que le nombre de négociateurs immobiliers rattachés à des agences physiques (salariés et agents commerciaux) est passé de 74 000 en 2013 à 82 000 en 2020[39]. **Dans un marché en forte croissance, la prospérité des uns ne se fait pas forcément au détriment des autres.**

(39)Les agences immobilières face à la crise, Xerfi, décembre 2020.

2.2.2 L'effort de formation

Chaque nouveau mandataire qui rejoint un réseau se voit proposer un cursus de formation très dense. Comme nous le verrons dans la troisième partie de ce rapport, plus de 80% des nouveaux arrivants n'ont pas d'expérience en immobilier et relèvent donc d'un processus de reconversion professionnelle. **Une concurrence saine s'est établie entre les réseaux de mandataires afin de proposer le parcours d'intégration le plus complet.**

Chez iad, le mandataire est accompagné dès le départ par son « parrain » qui est un mandataire plus expérimenté présent sur le même territoire. Les premiers conseils sont ainsi prodigués en face à face et permettent au mandataire de comprendre les rouages du métier et les valeurs du réseau. En parallèle, une université en ligne est accessible et des formations locales sont organisées. Ce processus sur-mesure, appelé Programme d'accompagnement initial, dure 6 semaines. Dans le réseau Optimhome, la formation initiale se fait en deux étapes. Premièrement, les nouvelles recrues participent à une formation de 5 jours afin d'acquérir les connaissances juridiques et commerciales indispensables pour exercer le métier de conseiller en immobilier : la réglementation de la profession, les honoraires, les documents juridiques, les diagnostics techniques, le financement, les différents statuts et régimes fiscaux, la définition du business plan et des objectifs commerciaux. Deuxièmement, à partir du lancement de leur activité, les mandataires passent un jour par mois avec leur responsable régional pour faire un premier bilan. Au total, les nouveaux mandataires de Optimhome bénéficient de 6 jours de formation initiale. C'est autant que ceux qui décident de rejoindre Safti. Ce réseau propose deux fois 3 jours de formation durant les 3 premiers mois d'activité. En moyenne, le parcours d'intégration compte une cinquantaine d'heures de formation en physique auxquelles s'ajoute du contenu en ligne très apprécié par les débutants. Notons que chaque mandataire demeure libre de suivre les formations au rythme qui lui convient, notamment en fonction du temps qu'il peut y allouer.

Les réseaux ont également mis l'accent sur la formation continue, en allant bien au-delà des obligations légales mises en place par la loi ALUR (2014). Selon ce texte toujours en vigueur, les agents commerciaux indépendants, au même titre que les agents immobiliers détenteurs de la carte T, doivent justifier d'au moins 14 heures de formation par an ou 42 heures au cours de 3 années consécutives d'exercice. Ces formations peuvent porter sur des enjeux juridique, économiques ou commerciaux ainsi qu'aux techniques relatives à la construction, l'habitation, l'urbanisme et la transition énergétique. À compter du 1er janvier 2021,

la formation continue inclura, au cours de trois années consécutives d'exercice, 2 heures portant sur la non-discrimination dans l'accès au logement et 2 heures consacrées aux autres règles déontologiques. La stratégie de formation continue des réseaux va plus loin que ces exigences légales. Elle repose sur trois offres distinctes : formations en présentiel accessibles aux mandataires de la région, formations en ligne accessibles par l'ensemble du réseau et mise à disposition d'un logiciel de e-learning permettant aux mandataires de renforcer leurs compétences en travaillant seul sur internet. Cette formation en continu est primordiale dans un secteur d'activité où les changements réglementaires sont fréquents et où les pratiques évoluent fortement en raison du développement du digital.

Les plus gros réseaux dispensent ainsi chacun plus de 200 000 heures de formation par an, soit une moyenne d'environ 40 heures par mandataire (sans compter le e-learning). La moyenne des salariés français tous secteurs confondus était de 13h par an selon une étude publiée en 2019 par le Centre d'étude et de recherches sur les qualifications[40]. Au total, c'est donc plus d'un million d'heures de formation que reçoivent chaque année les 40 000 mandataires rattachés à des réseaux. Ces sessions sont animées par des salariés du siège ou par des formateurs terrain qui sont des mandataires expérimentés. Chez Capifrance et Optimhome, on compte par exemple 50 formateurs rattachés au siège et 300 formateurs terrain.

Les réseaux sont incités à proposer des formations adaptées aux besoins de leurs mandataires. D'une part, **un mandataire mieux formé peut améliorer sa productivité et la qualité de service qu'il propose à ses clients vendeurs.** Les résultats et la notoriété des réseaux en sortent grandis. D'autre part, **un large panel de formation continue permet aux réseaux de conserver les meilleurs éléments au sein de leur écosystème.** Les intérêts sont donc très bien alignés entre les différentes parties.

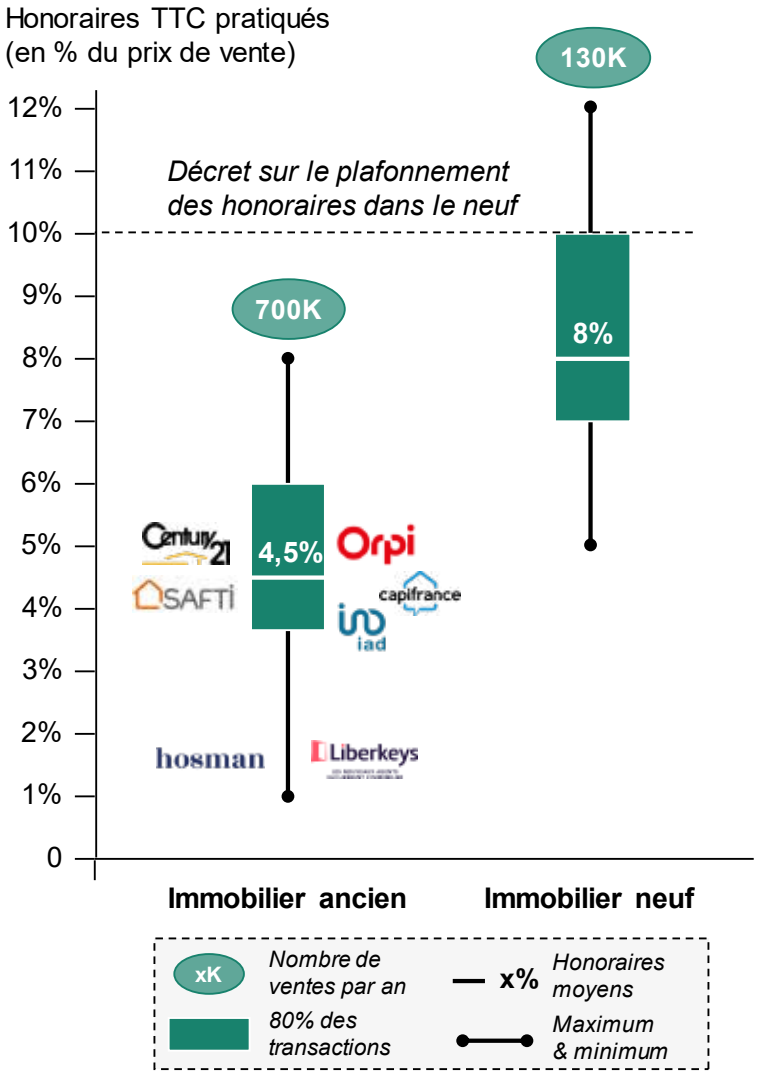
(40) Formation des salariés : la France un peu au-dessus de la moyenne européenne, Les Echos, février 2018.

2.3.1 Gain de pouvoir d'achat pour les clients

En pratiquant des tarifs plus faibles que leurs concurrents, les mandataires immobiliers rendent mécaniquement du pouvoir d'achat aux français. La commission moyenne des réseaux est de 7 800€ TTC et le taux pratiqué est inférieur de 10% à 15% à celui des agences immobilières classiques. Aussi, le gain de pouvoir d'achat moyen sur les transactions est d'environ 1 000€. **Avec 140 000 transactions réalisées en 2020, les réseaux ont donc fait économiser 140 millions d'euros aux acheteurs et aux vendeurs d'immobilier.** Ce surplus se chiffre à 310 millions d'euros en cumulé sur les trois dernières années et pourrait atteindre 540 millions d'euros sur la période 2021-2023.

La baisse des tarifs pratiqués par les intermédiaires immobiliers est un objectif que les réseaux partagent avec la majorité gouvernementale actuellement au pouvoir, qui a déjà légiféré dans le neuf. En effet, le principe d'une limitation des honoraires pour les ventes de logements neufs a été acté dans les lois de finances 2018 et 2019 (dit amendement « de Montgolfier »). Le décret d'application de cette mesure a été publié en décembre 2019 et prévoit de limiter les frais et commissions des intermédiaires intervenant dans l'acquisition à 10 % du prix de revient (prix d'achat + taxes + commissions) du logement. Les tarifs des transactionnaires dans le neuf sont depuis toujours plus élevés que ceux pratiqués dans l'ancien, mais l'esprit de ce décret entre en résonnance avec la politique tarifaire mise en place

Graphique 18
Honoraires pratiqués par les intermédiaires dans l'ancien et le neuf



par les réseaux de mandataires depuis leur création. Les marchés du neuf et de l'ancien sont plutôt caractérisés par un manque d'offres ce qui signifie que les biens sont relativement plus faciles à vendre que sur d'autres marchés, et qu'il est donc que logique la rémunération des intermédiaires diminue progressivement.

2.3.2 Recettes fiscales pour l'Etat et les collectivités locales

Comme tous les secteurs d'activité qui atteignent une certaine taille, les réseaux de mandataires sont devenus des contribuables importants. Ces entreprises sont bien gérées et dégagent régulièrement des bénéficies donnant lieu à imposition. **Nous estimons que les principaux réseaux verseront ensemble environ 40 millions d'euros d'impôt sur les sociétés au titre de l'année 2020.** A cela s'ajoute pour chaque acteur la fiscalité locale qui s'applique sur son territoire.

Les mandataires sont aussi des entrepreneurs qui voient leurs revenus imposés. Comme nous l'avons indiqué, les réseaux de mandataires reversent en moyenne 80% du montant des commissions aux indépendants, soit un flux total d'environ 790 millions d'euros HT pour l'année 2020. La plupart des mandataires ayant le statut d'auto-entrepreneur, le revenu est égal au bénéfice car il n'est pas possible de constater des coûts sur une société de ce type. En contrepartie, les auto-entrepreneurs peuvent bénéficier d'un abattement de 34% sur ce bénéfice. Aussi, l'ensemble des mandataires ont réalisé un bénéfice imposable de 521 millions de d'euros en 2020. Avec une hypothèse de taux moyen d'imposition sur le revenu de 15%, on aboutit à une contribution fiscale d'environ 80 millions d'euros. **Au total, les têtes de réseaux et leurs mandataires ont donc une contribution nette d'environ 120 millions d'euros par an.**

Plus largement, nous pouvons considérer que les mandataires immobiliers contribuent largement à des transactions qui sont elles-mêmes fiscalisés via les droits de mutation (5,8% du prix de vente dans la plupart des départements) et la contribution de sécurité immobilière (0,1% du prix de vente). En appliquant cette charge fiscale (5,9%) au volume d'activité des réseaux de mandataires (28 milliards d'euros en 2020), nous aboutissons à près d'1,7 milliards d'euros de fiscalité générée. De plus, nous pouvons estimer que les mandataires, comme les agents immobiliers traditionnels, rendent possible, par leurs talents, des transactions qui n'auraient pas vu le jour sans leur concours. Imaginons que 5% des opérations réalisées par les réseaux de mandataires n'auraient pas eu lieu si les vendeurs n'avaient pas sollicité ce type d'intermédiaire. **Alors il faut ajouter 80 millions d'euros (140 000 x 5% x 200,000€ x 5,9%) de droits de mutation et CSI à la contribution nette des mandataires,** soit un total de 200 millions d'euros pour l'ensemble des éléments.

3. Un métier et une organisation adaptés aux nouveaux codes du monde du travail

3.1 Le désir d'indépendance

3.1.1 Entreprendre pour gagner en autonomie

Rien n'a plus mal vieilli que ce sondage publié en 2012 par Ipsos[41] dans lequel on apprenait que 73% des jeunes âgés de 15 à 30 ans aimeraient devenir fonctionnaires s'ils en avaient l'opportunité. **En 8 ans, les aspirations des jeunes ont profondément évolué.** L'institut de sondage OpinionWay[42] les a interrogés à nouveau en janvier 2020 et 49% d'entre eux ont exprimé leur volonté d'entreprendre. Cette énergie entrepreneuriale ne se limite pas à une catégorie de la population, bien au contraire. Il s'agit d'un mouvement profond qui se traduit en 2020 par un record de création d'entreprises à l'échelle nationale. Comme indiqué plus haut, près de 850.000 sociétés ont été créées au cours de l'année malgré la crise sanitaire, soit presque 35.000 de plus qu'en 2019[43]. On rappellera à cette occasion que le mot « entrepreneur » a été inventé en France, puis largement popularisé par l'économiste parisien Jean-Baptiste Say au XVIIIème siècle.

Parmi toutes les initiatives, l'entreprise individuelle est la forme juridique qui se développe le plus vite. C'est vrai pour l'année 2020 au cours de laquelle 74% des créations rentraient dans cette catégorie, mais c'est en fait une réalité que l'on observe depuis près de deux décennies. Sur longue-période, le nombre d'emplois non-salariés a fortement diminué entre 1970 à 2000 avant de remonter progressivement jusqu'à aujourd'hui. **En 2020, le salariat reste largement majoritaire, en France comme dans les pays anglo-saxons, mais il ne convient plus à une partie croissante de la société en quête d'indépendance.** La crise

(41) Les jeunes et l'emploi public, Ipsos, mars 2012.
(42) Baromètre sur les Français et la création d'entreprise, OpinionWay, janvier 2020.
(43) Chiffres INSEE.

sanitaire semble avoir accentué cette tendance. La massification du télétravail a permis à beaucoup de salariés de gagner en autonomie et en flexibilité du jour au lendemain, et d'expérimenter en partie, le temps du confinement, le mode de vie des indépendants. Selon un sondage OpinionWay-Square Management pour « Les Echos » et Radio Classique publié en mai 2020, 80 % des actifs qui ont fait l'expérience du télétravail pour la première fois pendant le confinement aimeraient continuer à exercer leur travail à distance, au moins en partie. Pour certains de nos compatriotes, l'année 2020 marque aussi un durcissement des conditions d'entrée sur le marché du travail. Les offres se sont considérablement raréfiées dans un pays qui souffre déjà d'un chômage de masse depuis de longues années. L'entreprenariat individuel peut apparaitre comme une alternative à cette situation difficile. En 2016, Emmanuel Macron, alors ministre de l'économie, avait défrayé la chronique en affirmant dans un interview[44] au journal Le Monde qu'il était *« plus facile pour beaucoup de français de trouver un client que de trouver un employeur »*. Ce n'était rien d'autre qu'un appel à l'entreprenariat individuel.

Qu'il s'agisse d'un choix ou d'une contrainte, la marche vers l'entreprenariat n'est pas qu'une question de volonté. Encore faut-il trouver une activité dont le lancement ne nécessite pas de compétences rares ou des capitaux trop importants. De ce point de vue, les réseaux de mandataires peuvent être considérés comme de véritables incubateurs d'entrepreneurs indépendants. Au-delà de l'offre de formation initiale décrite plus haut, qui facilite grandement les reconversions professionnelles de nombreux français, **la particularité des réseaux est de proposer une opportunité sans barrière financière à l'entrée.** Le seul investissement nécessaire réside dans le paiement des cotisations mensuelles jusqu'à la réalisation de sa première transaction, qui arrive en règle générale au bout de 4 à 6 mois. En fonction du montant de cette cotisation dans chacun des réseaux (compris entre 150€ et 300€ par mois), l'investissement initial est donc compris entre 800€ et 2 000€. Et encore, la plupart des réseaux proposent des tarifs réduits au cours de la première année. Capifrance va même jusqu'à retarder la facturation des cotisations pour que celle-ci coïncide avec la première vente effective du mandataire. Il n'y pas non plus de barrière à l'entrée digitale dans la mesure où l'ensemble des logiciels nécessaires à l'exercice du métier de vendeur sont mis à disposition du mandataire. Ce point important quand on sait que beaucoup de logiciels métier de l'industrie immobilière sont encore vendus plusieurs milliers d'euros sans possibilité de lissage du coût dans le temps.

(44) On n'a pas tout fait pour l'emploi, interview d'Emmanuel Macron pour Le Monde, janvier 2016.

Les réseaux de franchisés traditionnels ont parfois critiqué le modèle des mandataires en indiquant qu'il était « étonnant de faire payer des gens pour qu'ils puissent travailler ». Cette accusation ne nous parait pas justifiée dans la mesure où les quatre à six mois de cotisations payés au lancement de l'activité représentent un coût très largement inférieur au droit d'entrée pratiqué par les réseaux traditionnels comme Orpi ou Century 21. Selon le site toute-la-franchise.com, les deux leaders de l'agence traditionnelle facturent respectivement 21 000€ et 25 000€ de droit d'entrée à leurs nouveaux franchisés, auxquels s'ajoutent plusieurs centaines d'euros par mois au titre de la redevance de fonctionnement. Bien entendu, les créateurs d'agences doivent en plus assumer les dépenses d'aménagement du local, les loyers et les salaires des collaborateurs jusqu'à ce que les revenus liés aux ventes commencent à arriver. Au total, on estime que le droit d'entrée représente 20% de l'investissement nécessaire pour ouvrir une agence physique, soit 20 000€ sur un total de 100 000€.

3.1.2 Un nouvel équilibre de vie

La recherche d'une plus grande indépendance n'est pas uniquement liée à un refus de la subordination. Elle entre aussi en consonnance avec des besoins largement exprimés par les salariés comme **la volonté de mieux concilier vie personnelle et vie professionnelle.** Selon un sondage de l'IFOP paru en juin 2020[45], le principal changement attendu par les salariés après la covid-19 est justement lié à cette conciliation indispensable. Les réseaux de mandataires mettent clairement en avant cet argument lorsqu'il s'agit de recruter des talents. Il n'y a aucune contrainte concernant les congés, les horaires ou la durée du travail. Les mandataires ne se voient pas fixer d'objectifs personnels et les services d'accompagnement ne sont jamais obligatoires.

Sur cette question, nous savons les femmes davantage exposées que les hommes. Un article publié sur le site de la Tribune[46] en mars 2020 rappelait que 45% des femmes qui ont des enfants affirment qu'être parent a des conséquences sur leur vie professionnelle contre seulement 23% chez les hommes. Ces chiffres expliquent en partie pourquoi les femmes sont de plus en plus nombreuses à rejoindre les rangs des réseaux de mandataires. Elles représentaient uniquement 35% des effectifs en 2014 contre 49% en 2020[47]. Les dynamiques observées au cours des derniers mois nous laissent à penser que les femmes deviendront majoritaires parmi les mandataires indépendants dès 2021. Les réseaux de mandataires peuvent être fiers de cette parité alors même que les femmes sont largement minoritaires parmi les non-salariés en France (24 % dans l'agriculture,

(45) Le regard des salariés à l'heure de la crise, IFOP, juin 2020.
(46) Concilier vie professionnelle et vie familiale, un calvaire pour plus de 6 femmes sur 10, LaTribune, mars 2020.
(47) Chiffres de meilleursreseaux.com.

37 % dans les autres secteurs). L'absence de barrières à l'entrée et la flexibilité dans la gestion de l'agenda seraient les deux principales explications de l'attrait croissant des réseaux vis-à-vis des entrepreneuses.

La grande flexibilité offerte par les réseaux génère aussi des externalités positives pour la conjointe ou le conjoint du mandataire. La femme souhaite créer une entreprise quelconque et a besoin de beaucoup travailler pour lancer son activité ? Son mari mandataire peut se mettre à mi-temps durant la phase de transition. Le mari veut prendre des cours du soirs pour monter en compétences ? Sa femme mandataire réaménagera son agenda pour s'adapter à cette nouvelle organisation. Souvent, l'un des deux époux accepte même une mutation pour un CDI dans une ville éloignée car il sait que sa moitié pourra y commencer ou y continuer facilement une activité de mandataire immobilier. L'impact général sur l'emploi est donc encore meilleur si on prend en compte l'ensemble des avantages pour tout le foyer où réside le mandataire indépendant.

3.1.3 Les réseaux de mandataires sont-ils des plateformes ?

La question de l'assimilation des réseaux de mandataires à des plateformes est un des débats lancinants qui animent le secteur immobilier. Les pourfendeurs de ce mode d'organisation pensent avoir trouver un angle d'attaque efficace en expliquant qu'iad, Safti ou Capifrance seraient les Uber de l'immobilier. **Nous avons souhaité prendre ces critiques au sérieux et proposer une comparaison complète entre les modèles pour mettre en lumière les similitudes et les différences.** Nous avons retenu 5 critères qui nous semblent définir le modèle des plateformes faisant appel à des indépendants pour fonctionner (Uber, Stuart, Deliveroo, etc.). Ces entreprises se caractérisent d'abord par leur capacité à accompagner des entrepreneurs individuels vers l'indépendance, en leur fournissant un ensemble d'outils et de services qu'ils ne pourraient pas, ou à des coûts trop élevés, se procurer seuls **(1)**. Cette mutualisation des services permet généralement une baisse des coûts pour chaque entrepreneur et ainsi une réduction des tarifs pour le consommateur final **(2)**. En plus des outils, les plateformes apportent aussi généralement des clients aux indépendants membres de leurs réseaux. Les chauffeurs Uber ou les livreurs Deliveroo attendent les commandes passées par les clients directement sur l'application, et ils ne peuvent démarcher par eux-mêmes **(3)**. Ensuite, les indépendants se voient imposer des prix par la plateforme et n'ont pas la possibilité de faire des ajustements en fonction de leurs contraintes personnelles. Souvent, ils doivent même accepter une mission avant de savoir quelle en sera la rémunération et le temps à consacrer **(4)**. Enfin, les plateformes

sont régulièrement critiquées car ils confient aux indépendants des tâches à faible valeur ajoutée, souvent répétitives et intellectuellement peu stimulantes. En découle une absence de politique de formation vis-à-vis de leur force de travail. Il faut dire que les métiers de chauffeurs de taxis, de livreurs ou de coursiers se prêtent peu à une logique de montée en compétences. On leur reproche également une incapacité à proposer des perspectives d'évolution aux entrepreneurs qui les rejoignent **(5)**.

Graphique 19
Comparaison entre les réseaux de mandataires et les plateformes

Type d'acteurs	Uber, stuart, deliveroo	SAFTI, capifrance, iad
Date de création	**Années 2010** *(de 2010 à 2015 pour les 3 acteurs cités en exemple)*	**Années 2000** *(de 2002 à 2010 pour les 3 acteurs cités en exemple)*
1 Accompagnement vers l'indépendance	✓ → *Partage d'un outil digital performant* → *Mise à disposition d'une marque forte*	✓ → *Partage carte T et aide démarches administratives* → *Outils et services pour diffusion des offres*
2 Baisse des honoraires	✓ → *Rendue possible par l'efficacité de l'application (moins d'attente, optimisation des courses, etc.)*	✓ → *Rendue possible une baisse des coûts fixes (pas d'agence physique)*
3 Apport des clients par la plateforme	✓ → *Les indépendants attendent les demandes de clients qui arrivent sur l'application*	X → *Les indépendants doivent eux-mêmes aller chercher leurs propres clients*
4 Pri imposés par la plateforme	✓ → *Les indépendants ne peuvent fixer leurs prix et doivent accepter des clients sans connaitre le besoin en amont*	X → *Les indépendants choisissent leur grille de prix et peuvent refuser des clients qui ne leur conviennent pas*
5 Faible valeur ajoutée du métier	✓ → *Tâches répétitives à faible valeur ajoutée* → *Pas de formation et faibles perspectives d'évolution*	X → *Tâches à valeur ajoutée (estimation, négos, etc.)* → *Offre de formation et fortes perspectives d'évolution*

L'analyse du modèle des réseaux de mandataires à l'aune de ces cinq critères est très intéressante, même s'il faut tout d'abord rappeler que ces derniers ont été principalement **créés dans les années 2000 à une époque où le concept d'ubérisation n'avait pas de consistance.** Les réseaux partagent avec ces plateformes l'ambition d'accompagner des personnes motivées vers l'indépendance, en leur fournissant des services, des outils et un statut administratif indispensable à l'exercice de leur activité. Ce sont des facilitateurs de parcours

d'émancipation qui peuvent être fiers du rôle social qu'ils jouent en ce sens. De la même façon qu'Uber a permis à des milliers de jeunes de créer leur propre emploi depuis 2015 en France, les réseaux de mandataires ont incontestablement aidé des entrepreneurs à franchir le pas. De même, repenser une organisation pour gagner en efficacité et réduire les tarifs proposés aux consommateurs finaux est un point commun entre les réseaux de mandataires et les plateformes. Uber a optimisé les déplacements de ses chauffeurs pour parvenir à être plus compétitifs que les taxis traditionnels. ias, Safti, Capifrance et les autres ont imaginé un modèle sans agence physique qui permettait une baisse des couts fixes et donc une diminution des honoraires. **C'est le propre même d'une économie concurrentielle que de voir émerger des acteurs qui amendent le modèle d'affaires traditionnel d'une industrie pour proposer un meilleur rapport qualité-prix.**

En revanche, les trois autres critères retenus pour définir une plateforme ne concernent pas du tout les réseaux de mandataires. Premièrement, les conseillers immobiliers indépendants restent totalement responsables du démarchage de leurs clients. Sauf exception[48], la tête de réseau ne leur envoie jamais des prospects à convertir. Aussi, il n'y a pas de lien de dépendance commerciale entre les mandataires et leur réseau tel qu'on peut l'observer entre Uber et ses chauffeurs ou entre Deliveroo et ses livreurs. De plus, les conseillers immobiliers peuvent choisir la grille tarifaire qu'ils souhaitent appliquer, à condition que celle-ci soit conforme aux règles générales édictées par la tête de réseau porteur de la carte T qui est in fine responsable des pratiques commerciales devant la DGCCRF[49]. On peut donc considérer que le montant des honoraires est décidé conjointement entre le réseau et les mandataires. Pour s'en convaincre, il suffit de se rendre sur le site d'un des grands réseaux et d'effectuer une recherche de mandataire sur un territoire donné. On observera que les indépendants ont chacun leur grille tarifaire et qu'il y a parfois des écarts. De plus, les mandataires sont libres de choisir leurs clients alors que ce n'est pas le cas pour les chauffeurs Uber ou les livreurs, qui se plaignent régulièrement de devoir accepter des courses sans savoir en amont de quoi il s'agit. Enfin, les tâches réalisées par les mandataires sont davantage valorisantes que ce qu'on observe dans les plateformes. Convaincre un vendeur de confier un mandat, estimer la valeur d'un bien, négocier avec des acheteurs potentiels, autant de missions à forte valeur ajoutée dont l'indépendant à la charge. En conséquence, les réseaux de mandataires ne considèrent pas leurs affiliés comme une masse de travailleurs interchangeables aux compétences figés.

(48) Certains réseaux arrivent parfois à capter des leads en direct, qu'ils revendent donc à leurs mandataires.
(49) La Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes est une administration française relevant du ministère de l'Économie.

Au contraire, l'effort de formation est massif car les réseaux de mandataires ont intérêt à disposer de conseillers plus experts et donc mieux apprécié de leurs clients. De même, les réseaux offrent des perspectives d'évolution à leurs mandataires qui peuvent devenir, au fil du temps, formateur au niveau local ou régional.

Le mot plateforme n'est pas un tabou pour les réseaux de mandataires immobiliers. Ils assument de partager quelques valeurs avec ces entreprises comme la volonté d'incuber des entrepreneurs dont ils cherchent à fluidifier le parcours. Cette action a d'autant plus de sens qu'elle s'adresse à des profils qui aurait eu du mal à se lancer seul et qui sont souvent à la peine sur le marché du travail. **Les américains ont mis au point le concept d'empowerment pour définir cette dynamique : offrir des outils à des individus ou à des groupes pour agir sur les conditions sociales, économiques, politiques ou écologiques auxquelles ils sont confrontés.** La meilleure traduction française serait « autonomisation ». Aussi, les réseaux ont pris le meilleur des plateformes (émancipation et tarifs réduits) tout en évitant les écueils.

En conséquence, le risque de requalification des conseillers indépendants en salariés est aujourd'hui très faible. L'Etat de la Californie s'est penché sur cette question en 2019 alors que les autorités avaient subitement décidé de requalifier un million d'indépendants en salariés pour lutter contre les abus de certaines startup. La spécificité du métier d'agent immobilier, et notamment son rôle dans la conquête commercial de mandats, avait été prise en compte par le législateur et aucune requalification n'avaient eu lieu dans ce secteur d'activité[50]. En France, la cour de cassation a aussi pris position sur le sujet des chauffeurs Uber. Le 4 mars 2020, elle a qualifié de contrat de travail la relation entre Uber et un chauffeur VTC. Pour motiver sa décision, la cour de cassation rappelle qu'un lien de subordination est caractérisé par l'exécution d'un travail sous l'autorité d'un employeur qui a le pouvoir de donner des ordres et des directives, d'en contrôler l'exécution et de sanctionner les manquements de son subordonné. Peut constituer un indice de subordination le travail au sein d'un service organisé lorsque l'employeur en détermine unilatéralement les conditions d'exécution. La plus haute juridiction l'ordre judiciaire français estime qu'un chauffeur ne constitue pas sa clientèle propre et qu'il ne fixe ni ses tarifs ni les conditions de sa prestation. Autant d'éléments que nous ne saurions reprocher aux mandataires indépendants appartenant à des réseaux.

(50) Real estate agents exempt from California's new anti-gig labor law, HousingWire, Septembre 2019.

3.2.1 Entre le réseau et les mandataires

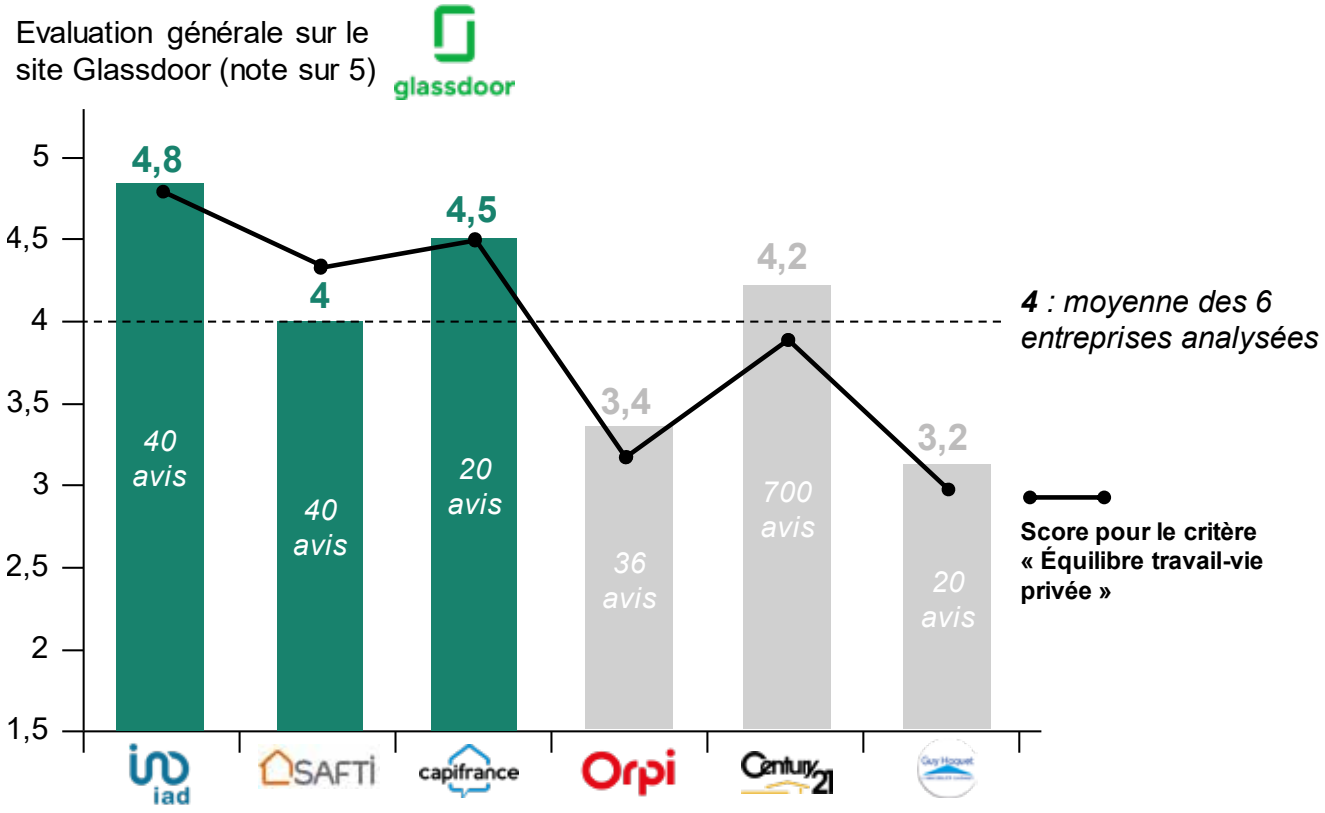
Plus personne ou presque ne considère dorénavant l'entreprise comme le lieu d'exercice d'un pouvoir vertical où les rapports entre parties sont uniquement dictés par un esprit de compétition. **L'heure est aux organisations agiles qui incitent les parties prenantes à coopérer pour créer plus de valeur.** De ce point de vue, le mode de collaboration entre les têtes de réseaux et les mandataires est très adapté aux valeurs de notre époque.

En plus des offres de formation que nous avons déjà évoquées, les réseaux ont mis en place des centres d'appels pour accompagner les mandataires dans leur quotidien. Cette aide gratuite couvre l'ensemble des besoins des indépendants : commercial, financier, administratif, réglementaire, etc. Chez Safti, 40 personnes du siège travaillent à plein-temps pour répondre par téléphone aux attentes des conseillers affiliés. Ce soutien a été particulièrement marqué lors de la crise de la covid-19 et des deux confinements. Chez iad, les équipes du siège ont animé tous les matins pendant le confinement une discussion entre membres du réseau en visio-conférence. Les conseillers indépendants ont aussi été accompagnés pour obtenir les aides de l'Etat auxquelles ils avaient droit. D'autres réseaux comme Optimhome ont mis en place une équipe de soutien dédiée et ont apporté un soutien financier en offrant le pack mensuel du mois d'avril. Ce réseau a aussi organisé des cours de sport en ligne pour améliorer le moral de ses troupes.

En conséquence, les mandataires sont dans l'ensemble très satisfaits de leur tête de réseau. **L'entreprise de sondage Kantar TNS MB a interrogé 10 000 mandataires en 2017 afin de faire un état des lieux de leur niveau de satisfaction.** 3 600 personnes appartenant à 12 réseaux différents ont répondu. La satisfaction moyenne dépasse les 95% et aucun réseau n'a obtenu un score inférieur à 90%. 5 critères d'évaluation avaient été proposés aux mandataires : formation, accompagnement, logiciels et outils, diffusion d'annonces et administratif. Le meilleur score est obtenu dans la catégorie « administratif » et le moins bon dans celle des logiciels et des outils. C'est pourquoi les réseaux ont massivement investi sur cette thématique depuis 2017, nous y reviendrons. Le site glassdoor est le principal site en France qui permet aux salariés et aux indépendants affiliés d'évaluer la qualité de l'entreprise avec laquelle ils souhaitent collaborer. Parmi les 15 plus gros acteurs de la transaction en France, 6 affichent un nombre suffisant d'avis pour faire l'objet d'une analyse comparative. On constate dans le graphique

ci-dessous que l'évaluation générale est plutôt meilleure chez les réseaux de mandataires que dans les agences traditionnelles. **De plus, on observe que le critère « équilibre travail vie-privée » est un atout des mandataires (note égale ou supérieure à la note générale) alors que c'est une faiblesse des agences traditionnelles (note inférieure à la note générale).**

Graphique 20
Evaluation des réseaux par leur mandataires (selon le site Glassdoor)



3.2.2 Entre mandataires

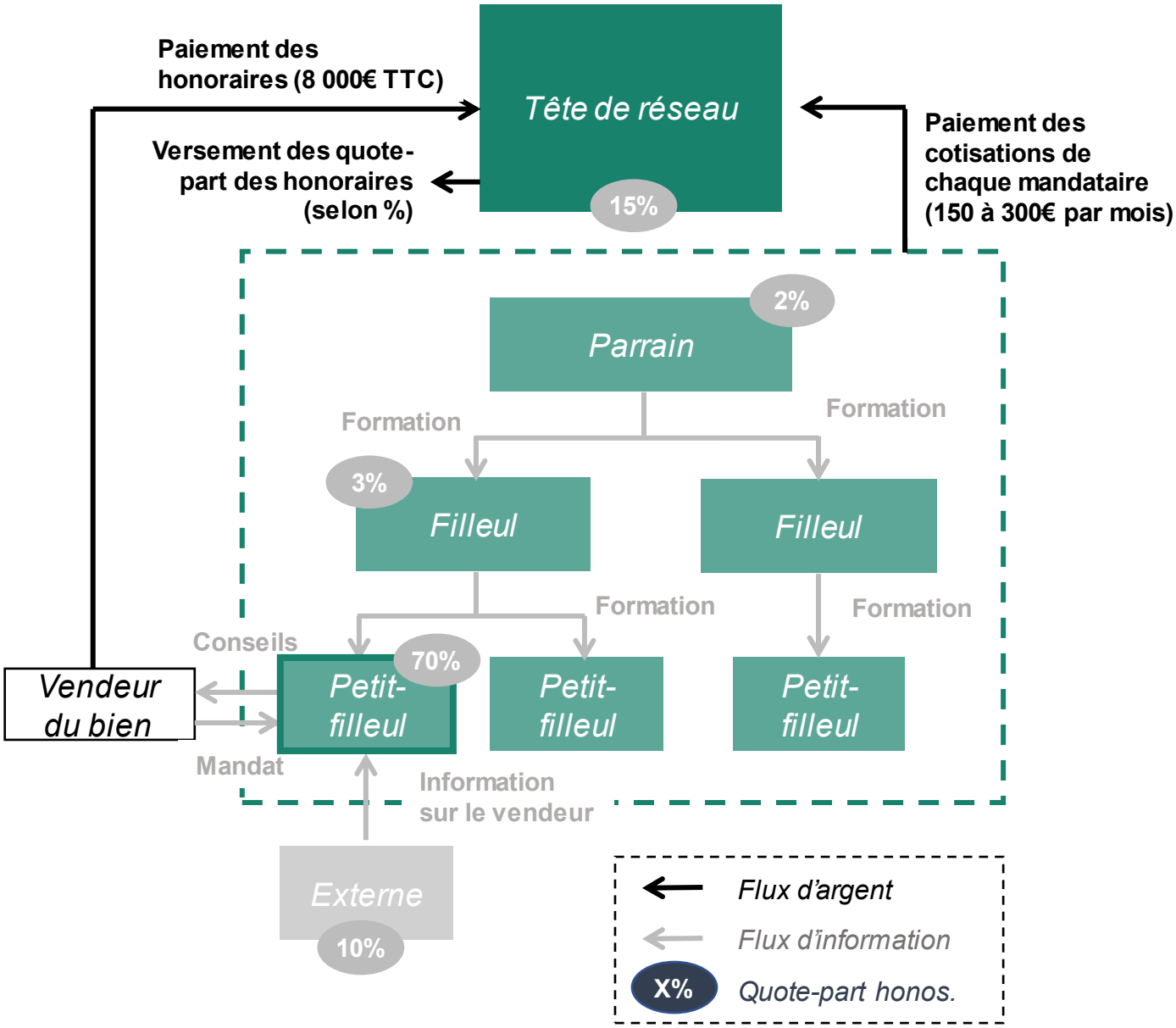
Les valeurs de coopération et d'entraide sont encore plus visibles dans les relations entre mandataires eux-mêmes, et cela est vrai dès le recrutement. **Dans la plupart des réseaux, plus de la moitié des nouveaux arrivants sont cooptés par un mandataire déjà actif.** Ils bénéficient donc de conseils avant même d'avoir officiellement intégré le réseau. Cet élément explique en partie pourquoi le marché se concentre de plus en plus autour des principaux acteurs. En effet, plus les réseaux sont étandus et plus le recrutement est dynamique. L'existence de ce cercle vertueux (le réseau est grand donc il recrute beaucoup et grandit encore davantage) nous aide à comprendre pourquoi les 5 plus grands réseaux représentaient 45% des mandataires en 2015 contre 61% en 2020 et certainement plus de 70% en 2023.

Une fois recruté, le mandataire peut tirer profit du système de parrainage mis en place par certains réseaux. Pour cela, il lui suffit de recruter à son tour des filleuls qu'il va former et aider à grandir. Quand ces filleuls font une vente, une petite partie des honoraires remontent à leurs parrains de façon à rémunérer le temps consacré au coaching. Comme expliqué plus tôt, les parrains ne sont pas rétribués en fonction des cotisations payées par leur filleuls mais uniquement en cas de vente effective et après versement des honoraires. Ainsi, les parrains sont incités à recruter et à consacrer du temps à des personnes qui ont les qualités requises pour obtenir des bons résultats. Les réseaux qui ont mis en place le système de parrainage le plus sophistiqué sont iad et Optimhome. Plusieurs strates existent dans ces organisations afin d'inciter tous les parrains à partager les bonnes pratiques à leurs filleuls et petits-filleuls. Les autres réseaux se sont aussi inspirés de ces stratégies et ont renforcé leurs programmes en la matière. Aussi, **plus un mandataire a de l'ancienneté et des filleuls et plus une part importante de ses revenus provient de son propre écosystème.** En règle générale, la part de la rémunération liée au parrainage atteint 20% du total au bout de la 5ème ou 6ème année d'expérience. Il faut compter 4 à 5 années supplémentaires pour que la part des revenus indirects dépassent les 50%. Au fil du temps, les mandataires arbitrent leur temps entre de la vente directe ou de la formation de filleuls. Ainsi, ils sont là encore incités à concentrer leurs efforts sur des conseillers qui parviendront à vivre de leur travail sur le moyen-terme. **Un mandataire ne peut jamais prospérer au dépend d'un autre.**

Les réseaux de mandataires s'appuient aussi parfois sur des informateurs externes qu'ils rémunèrent. Ces personnes ne sont pas membres du réseau mais peuvent parfois aider un mandataire à capter un mandat, par exemple s'ils connaissent bien un vendeur et qu'ils organisent une rencontre entre ce dernier et un mandataire Pour le motiver, le réseau lui rétribue une part des honoraires (environ 10%). iad a noué un partenariat exclusif avec NosRezo, une application spécialisée dans le bouche-à-oreille. Capifrance et Optimhome s'appuient eux sur une solution nommée Basile.

Nous avons schématisé ici le cas d'une vente qui serait faite par un mandataire petit-filleul et grâce à une information transmise par une personne extérieure au réseau. Cette dernière capte 10% des honoraires alors que les parrains et grands parrains se partagent 5% (3% pour le premier et 2% pour le second). Le réseau capte 15% et le mandataire en charge de la vente 70%. Les flux financiers repassent toujours pas le réseau qui les redistribue ensuite aux différentes parties prenantes.

Graphique 21
Schéma de répartition des honoraires



3.3 La quête de sens

3.3.1 Du sens dans les missions

Nous l'avons dit, les français et particulièrement les plus jeunes sont en quête de sens dans leur vie professionnelle. Cela passe tout d'abord, avant les enjeux d'organisation et de management, par le sens même de l'activité qu'ils exercent au quotidien. Dans le cas des mandataires, **il s'agit ni plus ni moins que d'accompagner des français dans leur parcours résidentiel et dans leurs projets de vie.** L'achat d'un appartement ou d'une maison représente souvent l'investissement le plus significatif de leur existence. Parfois aussi, la vente d'un actif immobilier a lieu suite à des changements de vie importants (naissance d'un enfant, divorce, etc.). A chaque fois, le rôle du conseiller indépendant est d'apporter du conseil dans ces périodes de transition. C'est pourquoi les mandataires, au même titre que les autres transactionnaires, se sentent utiles pour leurs clients.

De manière générale, l'immobilier est un secteur apprécié par ceux qui y travaillent car les réalisations y sont concrètes. Un rapport publié récemment par Xerfi[51] rappelait que 85% des professionnels de l'immobilier souhaitaient poursuivre dans la même filière. La plus grande société de sondage canadienne, Léger, réalise chaque année une étude qui permet de mesurer le niveau de bonheur en fonction du métier exercé. Sans surprise, lors de l'édition 2019[52], les agents immobiliers arrivent en 4ème position (score de 82/100) derrière les dentistes, les médecins et les coiffeurs. Parmi les 25 critères on retrouve beaucoup d'attentes évoquées plus haut : accomplissement, liberté, reconnaissance, entraide, etc.

3.3.2 Du sens dans les rémunérations

Les travailleurs français aspirent également à une juste rémunération de leurs efforts. **Le sens passe donc par une meilleure répartition de valeur ajoutée entre toutes les parties prenantes.** Dans les réseaux de mandataires la rémunération est entièrement variabilisée et correspond donc directement à la performance des conseillers. Ils perçoivent entre 70% et 90% des honoraires générés, avec un taux qui augmente en fonction du nombre transactions réalisées dans l'année. On est bien au-delà de ce que versent les agences immobilières traditionnelles à leurs conseillers salariés ou indépendants, même si ces dernières se montrent plus généreuses depuis que les réseaux des mandataires existent. **Encore une fois, la concurrence des mandataires a obligé les agences physiques à repenser leurs modèles et à davantage aligner les rémunérations sur la performance des acteurs.**

(51) Les agences immobilières face à la crise, Xerfi, décembre 2020
(52) Palmarès des professions et métiers les plus heureux au Québec, Cabinet Léger, 2019.

Comme expliqué plus haut, la plupart des mandataires parviennent à vivre correctement de leur activité. La rémunération annuelle moyenne est facile à calculer. Les mandataires réalisent 4 transactions par an avec des honoraires TTC d'environ 8 000€. Ramené sur une base hors-taxe et avec déduction de la quote-part captée par les réseaux (20%), **nous aboutissons à une commission nette de 5 325€ HT, soit 18 600€ HT par an ou 1 560€ HT par mois.** Les mandataires doivent ensuite payer l'impôt sur le revenu mais ne sont pas censés supporter des coûts opérationnels supplémentaires si ce n'est les frais de déplacement sur leur territoire.

Ce chiffre de 18 600€ par an doit cependant être affiné. Tout d'abord, il faut prendre en compte le **fort taux de turnover observé** dans les réseaux. En effet, l'entreprenariat ne correspond pas forcément à tous les profils. Aussi, selon les réseaux, on estime que 30% à 50% des nouveaux arrivants abandonnent au cours de la première année d'exercice car ils trouvent ailleurs une meilleure alternative pour eux. En revanche, ceux qui passent la première année ont de très fortes chances de faire carrière en tant que conseillers indépendants. Ce fort turnover a pour conséquence de générer une forme d'inactivité structurelle au sein des réseaux. Concrètement, de nombreux conseillers ont pris la décision d'arrêter, parfois même ont commencé une autre activité, mais ils sont encore comptabilisés comme actifs durant les derniers mois où ils payent leur cotisation. En parallèle, les nouveaux arrivants ont besoin de quelques mois pour commencer à faire leurs premières ventes alors qu'ils sont comptabilisés dans le total des mandataires dès le premier mois d'activité. Les réseaux étant en forte croissance, la quantité de débutants augmente chaque année et cela vient mécaniquement diminuer le nombre de vente moyenne par mandataire. On estime ainsi que 10% des effectifs de janvier 2021 ne sont plus vraiment actifs et que 20% d'entre-deux viennent juste de commencer leur activité. Aussi, il faut retirer 12 000 mandataires (30% des 40 000) pour du dénominateur pour obtenir des vrais chiffres de productivité et donc de revenus. De plus, environ 20% des mandataires actifs ont une autre activité professionnelle et pourraient donc être considérés comme travaillant à mi-temps. Aussi, ramené sur une base ETP (équivalent temps plein), on dénombre 25 200 mandataires actifs fin 2020 [(40 000 - 12 000 - (28 000 * 0,2 * 0,5)]. Avec cette base de calcul, le nombre de transactions moyenne grimpe à 5,6 soit un revenu de 30 000€ par an et 2 500€ par mois.

3.4.1 Pour les têtes de réseaux et pour les mandataires

Comme nous l'avons expliqué, ce n'est pas un hasard si l'émergence des réseaux de mandataires s'est faite en parallèle du développement de l'informatique et d'Internet. **Aussi, le digital fait partie intégrante de l'ADN des réseaux depuis leur création.** Ils investissent en moyenne 3% de leur chiffre d'affaires en R&D, ce qui les place dans la catégorie « moyenne-forte » (entre forte, le meilleur niveau, et moyenne-faible et faible) selon la grille de lecture du centre d'analyse stratégique[53]. **Au total, les réseaux ont donc investi 30 millions d'euros en R&D en 2020 et plus de 100 millions d'euros en cumulé sur les 5 dernières années.** Mieux encore, les équipes IT représentent entre 30% et 40% des effectifs du siège, soit 100 personnes chez iad ou 45 chez Safti et chez DigitRE (Capifrance et Optimhome).

Les premiers bénéficiaires de cet effort de R&D sont d'abord les têtes de réseau. Par exemple, de lourds investissements ont été mis en place pour s'assurer que la tuyauterie informatique rende possible la gestion des flux ultra-complexes liés au partage des commissions « multi-niveaux ». De manière générale, le pilotage d'un écosystème de plusieurs milliers d'indépendants nécessite l'utilisation de solutions digitales dernier cri. Chez les principaux réseaux, les plateformes informatiques doivent absorber des centaines de nouveaux arrivants chaque année. Idem pour les systèmes de formation qui sont des machines technologiques à part entière.

Ensuite, l'effort de digitalisation profite largement aux mandataires eux-mêmes. Ils se voient offrir des outils qui viennent améliorer leur productivité et donc leur performance. Safti a par exemple lancé en juin 2020 l'application Safti Connect afin de renforcer le lien entre les conseillers immobiliers du réseau et leurs apporteurs d'affaire. Dès qu'un partenaire détient une information sur un propriétaire qui cherche à vendre son bien immobilier ou un acquéreur qui a un projet d'achat, il lui suffit de se connecter sur Safti Connect et de transmettre l'information à un conseiller Safti de proximité. Une fois l'information transmise, le partenaire peut suivre son évolution. C'est l'un des points forts de l'application car le partenaire est ainsi informé à tout moment du traitement de son information, et ce jusqu'au paiement de sa rémunération (si la transaction se réalise). Il a aussi une visibilité permanente sur l'historique des gains versés par Safti.

Chez Efficity, l'ensemble du parcours d'inscription des mandataires est digitalisé : signature des contrats en ligne, souscription d'assurance en ligne, téléchargement et réception des pièces administratives depuis l'interface, etc.

(53) Note de veille 73, Conseil d'analyse stratégique, avril 2010.

Au-delà des solutions développées en interne, les réseaux multiplient aussi les partenariats avec les startup. L'objectif reste le même : améliorer les conditions de travail des mandataires. C'est ainsi qu'iad s'est associé avec AdForAll pour développer Localads, un outil qui facilite la gestion de campagnes publicitaires de proximité sur AdWords et Facebook. En quelques clics, les mandataires peuvent ainsi diffuser largement des messages pour capter des mandats ou pour trouver des acheteurs une fois le mandat obtenu. De son côté, Optimhome a signé en 2018 un accord avec la startup MyNotary afin d'équiper ses conseillers d'un outil permettant la digitalisation du processus de vente. Sur cette plateforme, l'ensemble des intervenants de la vente (notaires, banquiers, courtiers, etc.) peuvent partager des documents et gagner en efficacité. Les conseillers gagnent un temps précieux dans le montage et le suivi de leurs dossiers. Le réseau proprietes-privees.com a aussi fait le choix de MyNotary. De nombreux mandataires utilisent les outils d'estimation et de carte de prix de la société MeilleursAgents, et ils ont même la possibilité d'acheter des leads sur cette plateforme, comme les agents traditionnels, depuis 2018. Ces quelques exemples illustrent bien le concept d'empowerment (ou d'autonomisation) évoqué plus haut. Les outils aident le conseiller motivé à devenir un mandataire prospère.

3.4.2 Pour les clients

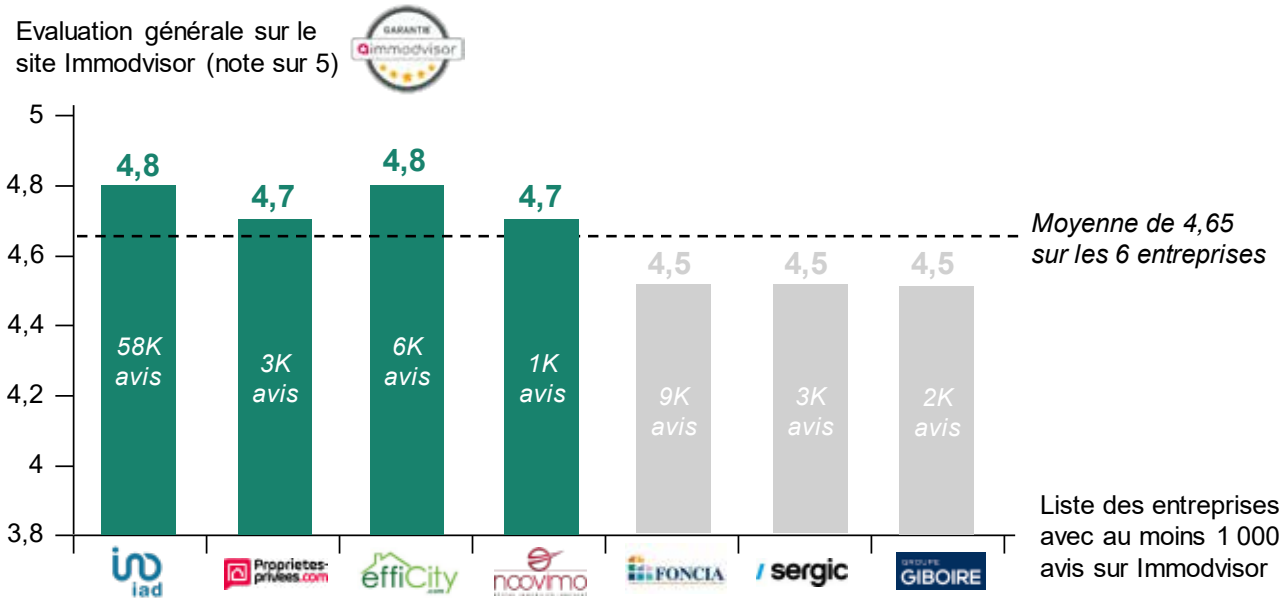
Les investissements en R&D bénéficient également aux clients des conseillers indépendants. Vendeurs et acheteurs sont plus exigeants qu'auparavant car ils ont pris l'habitude d'effectuer de nombreuses tâches directement en ligne. Un sondage OpinionWay pour MeilleursAgents publié en 2018 montrait que 54% des français estimaient que les agents immobiliers ne proposaient pas assez de services digitaux. Parmi les attentes des sondés, on retrouve les estimateurs en ligne, les tableaux de bord pour suivre les visites, l'accompagnement pour vendre au bon moment ou le suivi des performances de l'annonce.

Les réseaux de mandataires s'attachent dès lors à répondre à ses nouvelles exigences. Capifrance et Safti ont respectivement lancé leur nouvel estimateur en ligne en 2019 et 2020. Pour le premier, l'outil s'appelle Precisio et il se nourrit de plusieurs sources de données externes (Insee, YanPort, Cityscan, etc.). Pour le second, il s'agit d'une nouvelle version de BienEstimer qui s'appuie maintenant sur une carte interactive. Un des autres sujets d'actualité concerne la signature en ligne, dont beaucoup de français se sont rendus compte de l'intérêt pendant le confinement de mars 2020. iad a dépassé les 50% de signature électronique des mandats de vente durant cette période. Les visites virtuelles se sont aussi fortement développées à cette occasion, notamment avec des négociateurs qui se rendaient dans le logement à vendre et qui filmaient la visite afin de donner un

aperçu aux acheteurs potentiels. Le réseau propriétés-privées.com va encore plus loin. Une fois la visite virtuelle réalisée, les mandataires proposent à leurs clients de signer une lettre d'engagement, dite « d'intention numérique d'achat ». Une condition suspensive l'accompagne toutefois : la visite physique ultérieure du bien.

Cette digitalisation à marche forcée explique en partie les très bons taux de satisfaction client dont jouissent les réseaux de mandataires. Le site Immodvisor est aujourd'hui leader français des avis client sur les entreprises du secteur immobilier. Nous avons représenté dans le graphique ci-dessous les notes moyennes attribuées aux 7 entreprises de la catégorie « agence immobilière » qui ont reçu au moins 1 000 avis. On observe que tous les réseaux de mandataires (iad, propriétés-privées, Efficity et Noovimo) affichent des évaluations moyennes supérieures à la moyenne, alors que les trois réseaux traditionnels sont légèrement en dessous, malgré des notes qui restent très bonnes.

Graphique 22
Synthèse des avis clients compilés par le site Immodvisor



Nous nous sommes également intéressés à la satisfaction client des réseaux de mandataires qui ne sont pas référencés sur Immodvisor. Capifrance et Optimhome ont recueilli des dizaines de milliers d'avis sur le site avis-vérifiés.com et les résultats sont remarquables. Sur les douze derniers mois, Capifrance a obtenu 11 084 avis positifs sur 11 273 commentaires, soit un taux de satisfaction de 98%. Des chiffres comparables sont affichés par Optimhome. Enfin, chez Safti, l'entreprise n'est pas référencée chez Immodvisor mais certains mandataires du réseau le sont à titre individuel. Parmi la vingtaine de conseillers identifiées, aucun n'obtient une note moyenne inférieure à 4,6/5. Mention spéciale pour une mandataire active à Levallois qui atteint la note de 4,9/5 à partir d'une quinzaine d'avis clients différents.

Conclusion

Nous savons que les autorités publiques de notre pays ont parfois la tentation de ralentir le développement d'activités en plein essor, par excès de précaution. Dans le cas des réseaux de mandataires, nous appelons clairement à renoncer à cette tentation. **Ces acteurs économiques, dont nous avons décrit le modèle en détails, sont désormais bien ancrés dans l'industrie immobilière française avec 20% de parts de marché dans la transaction.** Ils ont été créés par des entrepreneurs de talent porteurs d'une vision audacieuse et des dirigeants expérimentés en assurent aujourd'hui le développement en France et dans d'autres géographies. iad, Safti, Capifrance, Optimhome, Propriétés-privées et les autres réseaux sont des entreprises à part entière qui génèrent de l'activité économique sur l'ensemble des territoires.

Les réseaux de mandataires ont pris cette place car ils correspondent aux attentes des différentes parties prenantes. Tout d'abord, il est utile de rappeler que personne n'a forcé les **40 000 mandataires indépendants** à rejoindre ces réseaux. Ils ont fait ce choix car ils estimaient que s'offrait à eux une opportunité d'émancipation unique qu'ils ne pouvaient laisser passer. Ces entrepreneurs ont trouvé dans les réseaux de mandataires des incubateurs adaptés à leurs besoins. Pour la plupart, l'expérience est déjà réussie et ils sont très satisfaits des revenus qu'ils tirent de cette activité de conseiller immobilier indépendant. On ne compte plus les reconversions réussies après des parcours professionnels accidentés. Dans certains territoires, il est définitivement « plus facile de trouver un client qu'un employeur », pour reprendre l'expression employée par Emmanuel Macron en 2016. Laissons vivre cette forme d'organisation du travail, sans prétendre qu'elle doit devenir la norme et sans la stigmatiser.

Les clients sont les autres parties prenantes à avoir joué un grand rôle dans la croissance des réseaux de mandataires. Avec des tarifs légèrement plus faibles et une forte culture du service, ces nouveaux intermédiaires ont gagné la confiance des vendeurs et des acheteurs d'immobilier ancien. Plus encore, les mandataires rattachés à des réseaux sont venus couvrir des territoires où il n'y avait pas d'agence immobilière physique. A l'heure où les pouvoirs publics réfléchissent à la notion

de services de proximité, on ne peut que se féliciter de l'amélioration du maillage territoriale rendue possible par les mandataires indépendants. En effet, le conseil en immobilier est un service essentiel car les transactionnaires accompagnent leurs clients dans projets de vie engageants. Le parcours résidentiel ressemble de moins en moins à un long fleuve tranquille et les français sont en demande de conseils que les mandataires immobiliers peuvent leur fournir.

Enfin, espérons que ce rapport apportera des réponses aux autres professionnels de l'immobilier qui se posent des questions légitimes. Le marché de l'intermédiation est un marché en forte croissance où la prospérité des uns ne se fait pas au détriment des autres. Le nombre de collaborateurs (salariés ou indépendants) dans les agences immobilières traditionnelles a augmenté au cours des dernières années alors même que les réseaux de mandataires prenaient leur envol. Sortons d'une forme de défiance et essayons d'apprendre à mieux nous connaitre. Partageons les bonnes pratiques en matière de digitalisation ou de transparence de l'information et menons ensemble des combats législatifs et réglementaires pour améliorer les conditions de travail de nos équipes et la qualité de nos services. **Relevons ensemble les grands défis du monde du logement.**

L’auteur

Vincent Pavanello

Vincent Pavanello est un expert reconnu dans le secteur immobilier. Il a écrit plusieurs ouvrages sur le sujet et a été nommé rapporteur d’une mission sur les nouvelles méthodes constructives par l’ancien ministre du Logement Julien Denormandie. Intéressé par le digital et par les nouveaux acteurs du secteur immobilier, il fonde en 2017 l’association Real Estech qui rassemble plus de 300 start-up et 50 PME. Il enseigne à Sciences Po Paris et s’exprime régulièrement dans les médias nationaux.

En 2021, il fonde laMAISONdesMANDATAIRES avec Martin Pavanello et Ramzi Tabka.

Contact : vincent@maisondesmandataires.com

Les réseaux de mandataires

40 000 entrepreneurs

au service de nos projets immobiliers