

IMMOBILIER Acheter moins cher : le nouveau venu Efficity joue le low cost sur le net

Le marché immobilier lillois traditionnel compte depuis peu un nouvel acteur, entièrement sur internet, qui promet d'épargner à ses clients des commissions massues. Un vrai bon plan ? Le site internet de la boîte créée en avril 2007 affiche la couleur : « Efficity, la 1^{ère} agence immobilière low cost ». Le low cost, on connaissait pour les voyages, le transport aérien, voire l'automobile. Toujours la même technique : on taille dans les coûts en supprimant les intermédiaires et en conservant le strict nécessaire de l'offre pour répercuter sur la note finale payée par le consommateur. Et voilà qu'avec l'arrivée d'Efficity, l'immobilier y succombe, dans un contexte où nombreux sont ceux, acheteurs ou vendeurs, qui avalent avec perplexité la pilule amère du prix au moment de signer. « Nous voulons être à l'immobilier ce que Meetic a été aux agences matrimoniales », lance d'emblée Christophe du Pontavice, cofondateur d'Efficity qui vient de se lancer sur le secteur de Lille. « Les agences immobilières classiques ont une image dégradée. Les usagers paient très cher - la moyenne nationale des commissions est de 6 %, un record en Europe, à comparer aux 2 % en Grande-Bretagne - et le service rendu n'est pas souvent à la hauteur », poursuit

celui qui a débuté sa carrière au moment de la bulle internet. Christophe du Pontavice n'y va d'ailleurs pas de main-morte avec les acteurs traditionnels du secteur évoquant des commissions excessives et des compétences restant à prouver, ce qui se traduit selon lui par le fait que plus de la moitié des transactions échappe aux agences.

De 1% à 3 % de commission

Partant de ce constat, et en important les techniques du low cost, Efficity a lancé l'offensive en proposant, sur le marché résidentiel ancien uniquement, une commission à un 1 ou 3 % selon la formule retenue, mandat exclusif ou simple. « On fait des économies d'échelle en industrialisant le métier. Une agence, en moyenne, c'est 15 ventes par an. Elles peuvent donc difficilement vivre sans des commissions élevées. Mais nous, le volume et la dématérialisation nous permettent de réduire les coûts ». Et pour les usagers, c'est tout bénéfique, selon le PDG d'Efficity. « Le vendeur peut vendre au plus proche du prix qu'il souhaite retirer. Et l'acheteur a une capacité de négociation plus forte ».

Low cost égale qualité ?

Mais quid de la qualité du service ? Après tout, si on peut s'accommoder des aléas du low cost pour un voyage, il n'en est peut-être pas

de même pour un investissement aussi lourd qu'un logement. « Si la prise de contact se fait sur le web et par téléphone par le biais de simulations, nous avons aussi des commerciaux de terrain dans chaque ville où nous nous trouvons (deux à Lille) pour accompagner le client physiquement, définir avec lui sa stratégie d'achat ou de vente. Ensuite, au moment de la transaction, nous avons une équipe juridique qualifiée pour produire des actes ». L'expérience qui vient de débiter à Lille semble déjà à porter ses fruits : « Nous avons généré déjà à plus de 11 000 contacts de vendeurs et d'acheteurs lillois. En terme de vente, on est sur un rythme de 4 ou 5 par mois. Mais c'est une zone où les prix se sont à peu près stabilisés et qui possède un fort potentiel de développement économique. Donc le chiffre a vocation à augmenter ». SÉBASTIEN LEROY