

ADAPTER L'OFFRE À LA CONJONCTURE ET AUX NOUVELLES HABITUDES

Deux réseaux alternatifs

Dans leur genre, ils sont des électrons libres sur le marché très cadré du courtage immobilier de première ligne. A leur manière, ils s'adaptent à la crise et à la demande. En proposant à leurs pairs des partenariats adaptés.

Le grand public connaît la verve commerciale de Patrick Menache, fondateur de l'enseigne Macnash, distillée sur petit écran ou — en kilt — sur panneau publicitaire. On connaît moins la capacité de ce *self-made man* bruxellois du courtage immobilier, communicateur dans l'âme, de lancer de nouvelles idées pour s'adapter à l'évolution du marché.

Son nouveau cheval de bataille part d'un constat apparemment évident: la recherche d'un bien ne se fait plus majoritairement en agence. Septante-cinq à 80% des candidats à l'achat passeraient d'abord par l'offre sur la Toile. Quant aux vendeurs, ils voient les panneaux dans les rues et appellent les agences par téléphone; ils s'y rendent de plus en plus rarement.

«Pourquoi dès lors les agents immobiliers continueraient-ils à attendre le client derrière leur bureau? pose Patrick Menache. Or, 90% des courtiers professionnels y sont toujours rivés... Ce n'est pas derrière un bureau qu'on sent le marché et qu'on le quadrille. Par ailleurs, il existe des zones en province où la présence d'une agence immobilière

PATRICK MENACHE (AGENCE MC NASH)
«Pourquoi les agents immobiliers continueraient-ils à attendre le client derrière leur bureau? Ce n'est pas derrière un bureau qu'on sent le marché et qu'on le quadrille.»

réelle ne se justifie pas. Mieux vaut donc une agence virtuelle, qui se déplace selon les besoins du client et joue sur la notoriété et la veille administrative, juridique et technique d'un réseau fort», ajoute le patron, fort de 14 agences sous franchise (87 employés), avec l'aplomb qu'on lui connaît.

Sa nouvelle réponse commerciale à ce constat de terrain: créer, depuis la rue Darwin à Ixelles, un réseau virtuel dans le réseau Macnash AssociateS existant, «plus professionnel, plus indépendant et plus proche du client». Le nom de ce groupement d'intérêt économique (GIE)? Macnash Premium.

Opportunisme commercial? Publicité? Sans doute. Mais aussi sens de l'anticipation et du marché: en permettant à une partie de son personnel — Patrick Menache affirme vouloir recruter 12 franchisés *nomades* d'ici fin 2012 — de ne plus pointer tous les matins à la même heure et rester calé derrière ses piles de dossiers à attendre un hypothétique client, il tisse la future toile nomade qui doit lui permettre d'étendre le rayon d'action de son réseau au-delà de son cœur de cible bruxellois.

Zone géographique prioritairement visée: la province du sud du pays la plus active sur le marché immobilier et la plus densément peuplée: le Hainaut. Là, dans certaines zones éloignées des centres urbains, il y a un marché à prendre et à professionnaliser. Un marché que les notaires locaux ratissent largement pour l'instant. «Tout agent immobilier indépendant qui aime son métier et possède son agrégation professionnelle rêve d'ouvrir SON agence. Mais il ne suffit pas

DES CLIENTS

du courtage

de mettre son nom sur des cartes de visite et sur une façade pour exercer. Nous, nous allons offrir tout le reste, moyennant une mise de départ de moins de 10.000 euros: le *back office*, l'Intranet avec accès aux dossiers à distance, la notoriété, l'assistance juridique et tout le reste!» A cet effet, le site Internet jaune et bleu vient d'être entièrement repensé, présentant sous un nouveau jour les quelque 1.800 biens actuellement en portefeuille. Des mandats exclusifs? «Pour la plupart. La concurrence entre agences dénature le bien, son image et son prix: un acquéreur qui voit plusieurs prix différents affichés pour le même bien a de quoi se poser des questions...»

La recherche d'un bien ne se fait plus majoritairement en agence. 75 à 80 % des candidats à l'achat passent d'abord par l'offre sur la Toile.



MACNASH ASSOCIATES