



**Faire la lumière sur les agences
immobilières**



Moncomparateur-immo.com
Mémoire d'Information
Avril 2023



CONFIDENTIAL

1. Présentation de la Société
2. Le Fondateur
3. Le marché
4. Les problématiques du marché
5. L'offre Moncomparateur-immo.com
6. L'environnement concurrentiel
7. Stratégie et axes de développement
8. Les éléments financiers

1. Présentation de la Société

Présentation de la Société

Chiffres clés



Mars 2022

Création



8 mois

Développement
du site



Mise en ligne

15 octobre 2022



906 k€

Chiffre d'affaires
2024⁽¹⁾



155 k€

EBITDA 2024⁽¹⁾



Juin 2024

Profitabilité⁽¹⁾

Site Internet

www.moncomparateur-immo.com



- Créée en mars 2022 et localisée à Saint-Brice-Sous-Forêt dans le 95, la société **ADS Property** a développé le site **Moncomparateur-immo.com**, un des comparateurs d'agences immobilières les plus avancés du marché
- **Moncomparateur-immo.com** permet aux vendeurs de biens immobiliers de trouver en quelques clics l'agence immobilière la plus adaptée à leurs besoins
- Le site, développé en mode application SaaS et dont la première mise en ligne a eu lieu mi-octobre 2022, permet une recherche ciblée de toutes les agences immobilières dans la zone géographique recherchée par le vendeur
- Il permet aux agences immobilières partenaires de promouvoir leur activité et leur savoir-faire grâce à une présentation détaillée et des outils promotionnels adaptés :
 - Présentation de l'agence avec photos et vidéo promotionnelle
 - Place préférentielle dans l'outil de recherche, coordonnées de contact, renvoi vers le site internet de l'agence
 - Nombre de transactions réalisées dans les 24 mois
 - Honoraires, services complémentaires et avis clients
 - Formulaire de contact pour la mise en relation des agences et des futurs vendeurs
- **Moncomparateur-immo.com** a ainsi pour ambition de devenir à terme la **référence numéro 1** de promotion des agences immobilières en France et en Europe.

2. Le fondateur

L'ambition d'un homme : Arnold De Souza

1

Son expérience

- Plus de **8 ans d'expérience** dans le secteur de l'immobilier
- **5 ans** en tant que conseiller chez Stéphane Plaza Immobilier et **3 ans** dans le classement national des 10 meilleurs négociateurs du réseau
- **3 ans** en tant que responsable d'agence
- Lancement en 2019 d'une agence Côté Particuliers, avec un chiffre d'affaires d'1 million € atteint en 2021
- Plus d'une centaine de cooptation depuis ses débuts dans le secteur

2

Ses atouts

- La passion de l'immobilier depuis l'adolescence et un grand intérêt à la nouvelle révolution digitale dans le secteur
- Animé par les challenges et la compétition
- Conscient des problématiques et des dérives du secteur
- Une ferme intention d'apporter sa contribution afin de faire évoluer la relation entre les professionnels et les clients
- Agile, déterminé, un chef d'orchestre animé par un fort esprit de leader



3. Le marché

- Il y a aujourd'hui **plus de 30.000 agences immobilières** en France dont plus de 6.000 en Ile de France
- En 2022, il a été enregistré en France **1,13 millions de transactions**⁽¹⁾
- En 2021, **62%** des transactions immobilières ont été réalisées par des professionnels de l'immobilier
- Le délai moyen de vente d'un bien en France est de **77 jours**
- Le marché des agences immobilières a été fortement impacté par la révolution numérique et digitale et ses effets comme les services innovants pour améliorer l'outil de vente, les plateformes d'aide à la vente pour les particuliers et la concurrence accrue des acteurs
- En 2022, 90% des projets immobiliers commencent par une recherche sur internet

Le marché de la transaction immobilière en France



Les agences indépendantes

- Les agences indépendantes représentent **75%** des agences immobilières en France
- Elles réalisent **la moitié du chiffre d'affaires** du marché immobilier français

Les réseaux

- Les réseaux sous enseigne ne représente que **25%** des agences immobilières, mais réalisent **40% du chiffre d'affaires** du marché immobilier
- Les réseaux les plus connues sont : Orpi (1 250 agences), Century 21 (850 agences), Laforêt Immobilier (750 agences) ou Guy Hoquet l'Immobilier (500 agences)

Les mandataires immobiliers

- La France comptait fin 2021 près de 105.000 agents immobiliers dont **45.000 mandataires** immobiliers qui représentaient **10% du chiffre d'affaires** du marché immobilier
- Parmi les agents immobiliers, **40%** d'entre eux appartiennent à un réseau de mandataires, **31%** sont salariés en agence et **29%** rattachés à une agence
- Le plus gros réseau de mandataire français est IAD avec près d'un tiers d'entre eux

4. Les problématiques du marché

Les problématiques du marché

Pour les vendeurs de biens immobiliers



La difficulté de trouver le meilleur professionnel adapté à ses besoins



Le manque d'information fiable et vérifiable



Le manque d'orientation vers le bon acteur vers qui se tourner



Très peu de transparence, ce qui crée un manque de confiance



Impossibilité de connaître de façon synthétique toutes les agences travaillant dans son secteur géographique

Pour les professionnels de l'immobilier



Se différencier face à l'augmentation constante du nombre de professionnels



Trouver de nouveaux outils de promotion des professionnels de l'immobilier



Développer de nouveaux canaux de communication pour l'acquisition de nouveaux clients



Améliorer l'efficacité des conseillers immobiliers sur le terrain



Récupérer des leads qualifiés pour la prospection des conseillers sur le terrain

La révolution digitale du marché de l'immobilier



L'utilisation des réseaux sociaux et moteurs de recherche comme vecteur d'acquisition de nouveaux clients



L'augmentation croissante des sites de ventes immobilières



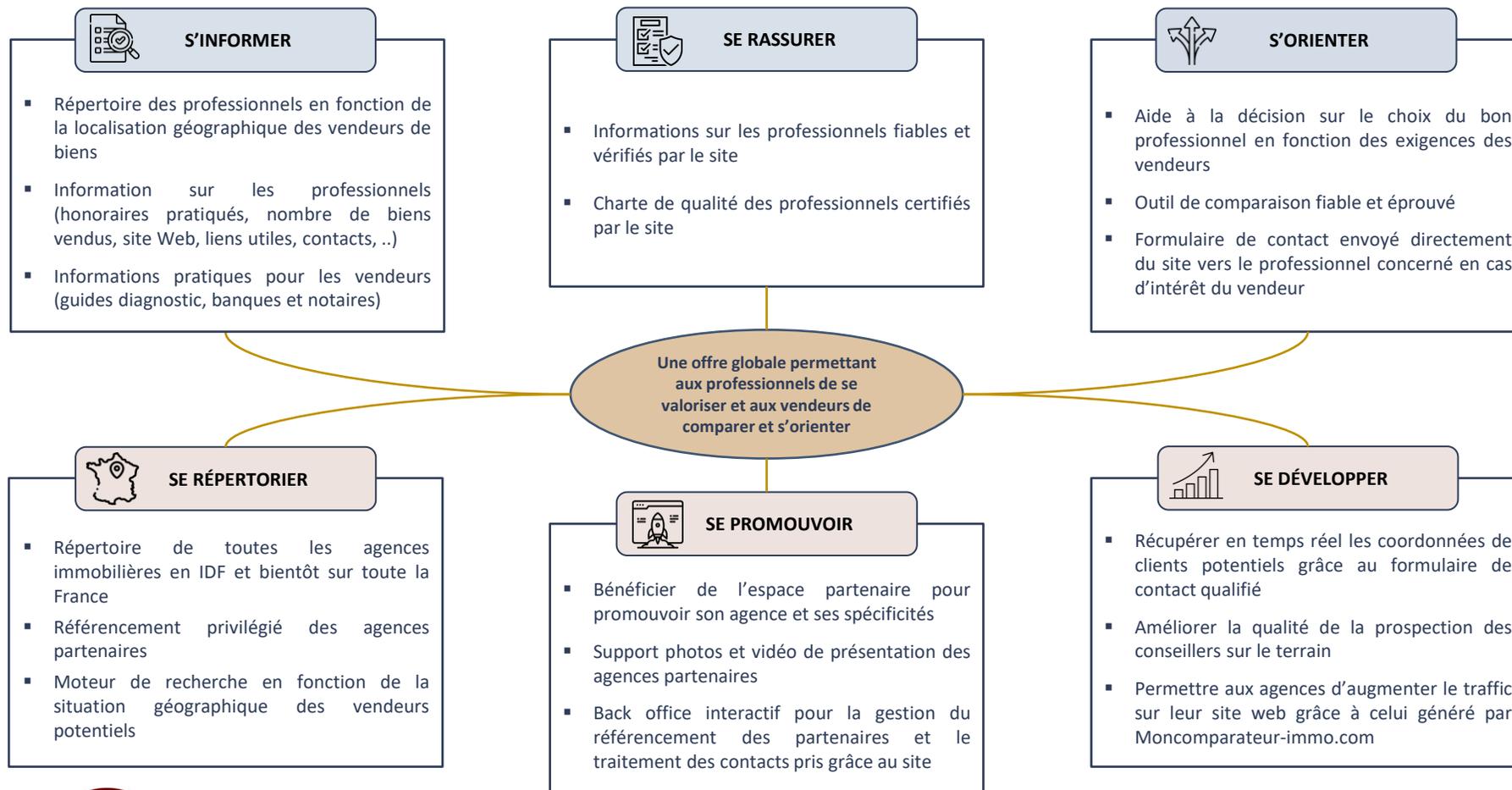
La généralisation des visites virtuelles de biens dans les annonces immobilières



La généralisation de la signature électronique des actes notariés depuis la crise sanitaire du Covid

Face à la digitalisation du marché de l'immobilier, les exigences des clients poussent à une réorganisation des méthodes de travail des professionnels de l'immobilier à travers de nouveaux supports, notamment par l'utilisation des comparateurs immobiliers comme vecteur de promotion et de développement

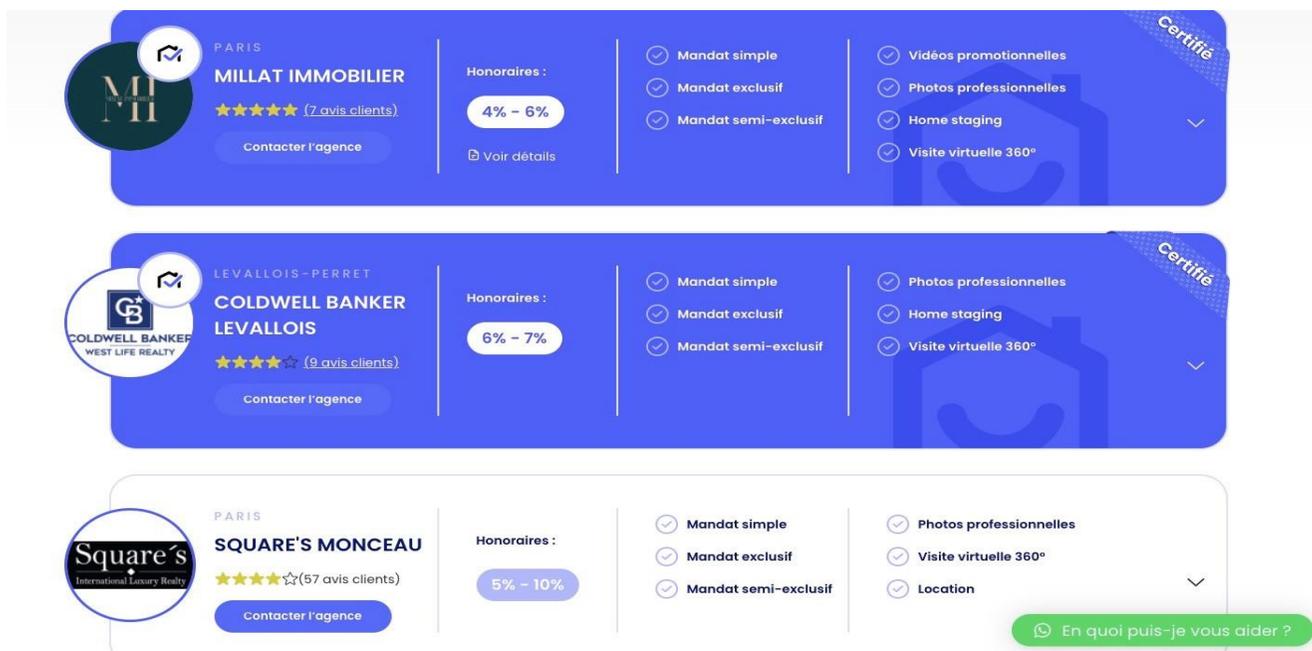
5. L'offre Moncomparateur-immo.com



L'offre Moncomparateur-immo.com

La promotion des agences partenaires

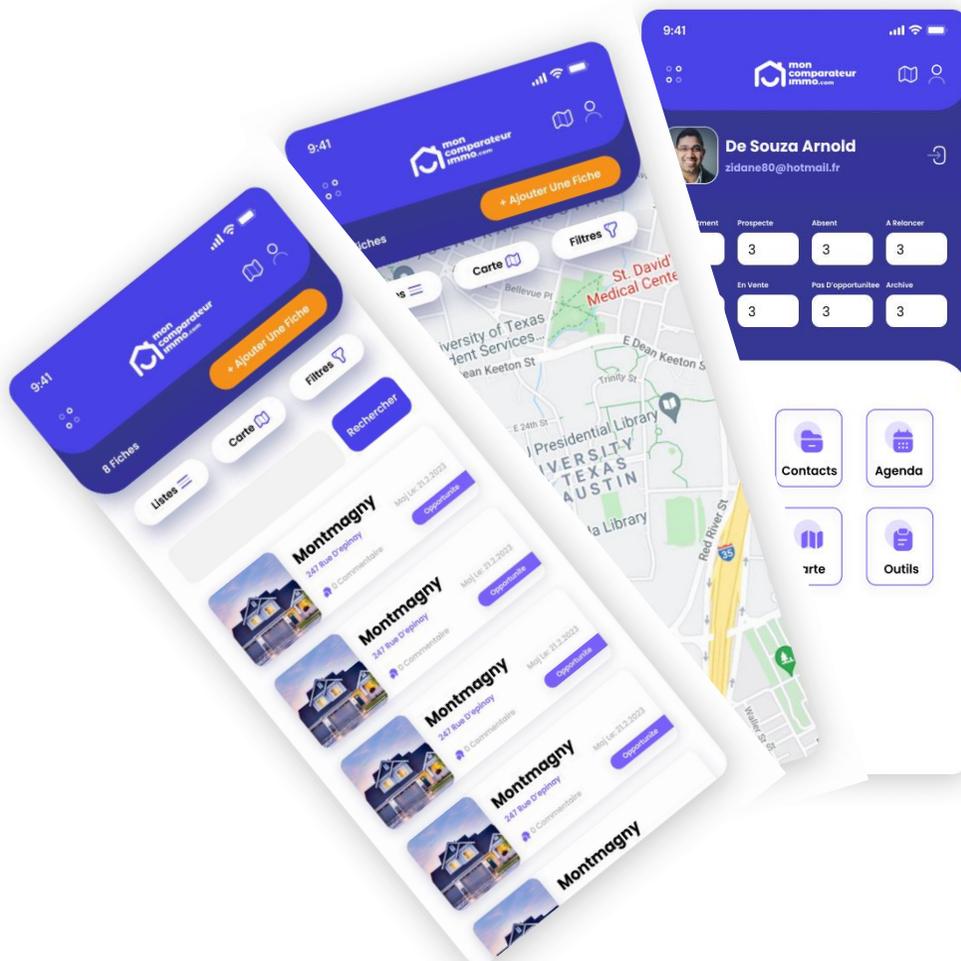
L'objectif : Renforcer le développement digitale des agences immobilières partenaires



Agence	Localisation	Notes	Honoraires	Services
MILLAT IMMOBIER	PARIS	★★★★★ (7 avis clients)	4% - 6%	Mandat simple, Mandat exclusif, Mandat semi-exclusif, Vidéos promotionnelles, Photos professionnelles, Home staging, Visite virtuelle 360°
COLDWELL BANKER LEVALLOIS	LEVALLOIS-PERRET	★★★★☆ (9 avis clients)	6% - 7%	Mandat simple, Mandat exclusif, Mandat semi-exclusif, Photos professionnelles, Home staging, Visite virtuelle 360°
SQUARE'S MONCEAU	PARIS	★★★★☆ (57 avis clients)	5% - 10%	Mandat simple, Mandat exclusif, Mandat semi-exclusif, Photos professionnelles, Visite virtuelle 360°, Location

L'offre Moncomparateur-immo.com

L'application mobile MCI PRO



L'objectif : Détecter des nouveaux projets de vente, optimiser la prospection et améliorer l'efficacité des conseillers sur le terrain

Adresse de projets détectés	✓
Adresse DPE	✓
Carte de prospection	✓
Création de nouveaux projets	✓
Tableau de bord	✓
Scénario et outils d'aide à la prospection	✓
Assistant administratif (IA)	✓

6. L'environnement concurrentiel

L'environnement concurrentiel

Comparatif des offres des comparateurs immobiliers du marché

Une offre complète comme facteur principal de succès



	Informations sur les agences immobilières	Contenu à valeur ajoutée (vidéo)	Estimation de biens immobiliers	Formulaire d'acquisition de leads	Statistiques concernant les agences	Appli mobile pour agences et conseillers immobiliers	Envoi d'adresses instantanées (site et dpe)	Outils d'augmentation des performances
	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓
	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗
	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗
	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗

➔ Moncomparateur-immo.com se distingue de ses concurrents par une offre bien plus complète, notamment grâce aux outils de promotion qu'elle propose aux professionnels de l'immobilier, la qualité de son back-office et les outils de prospection qu'elle a mis en place pour ses clients

L'offre Moncomparateur-immo.com

Des tarifs très concurrentiels par rapport à ceux de ses concurrents directs



	moncomparateurimmo.com		meilleurs agents + SeLogger				Meilleur Mandat		
Type d'abonnement	Classique	Découverte (2023)	Pack Pro Meilleurs Agents + SeLogger				Libre	Flex	All inclusive
Abonnement	149€/mois	99€/mois (avec gratuité des 2 premiers mois)	Vitrine	Essentiel	Expert	Élite	-	20€/mois	195€/mois
Durée d'engagement	12 mois		Gratuit	A partir de 549€/mois	A partir de 799€/mois	A partir de 999€/mois	Aucun	12 mois	12 mois
Envoi de lead qualifiés	50€ par lead		Inclus dans les abonnements Expert et Élite				65€	50€	-
Droit d'entrée annuel	-		-				-	100€	280€
Liste des biens vendus	Inclus dans l'abonnement		Tarification selon nombre de biens vendus et d'annonces immobilières mises en ligne				-		
Carte de prospection	Inclus dans l'abonnement		150€/mois en sus pour le Pack Expert et inclus dans le Pack Élite				-		
Application mobile	Par utilisateur : 19€/mois jusqu'à 3 secteurs et 3€ supplémentaire par secteur complémentaire		-				-		

Caractéristiques et tendances du marché :

- L'entreprise se positionne sur un marché avec peu d'acteurs et demandant un savoir-faire technique en constante évolution
- L'activité a tendance à se concentrer autour d'acteurs adossés à de gros sites de ventes immobilières
- Moncomparateur-immo compte devenir en peu de temps la référence digitale des professionnels de l'immobilier en France



Source : Société

Confidential

7. Stratégie et axes de développement

La chaîne de valeur

Les futurs axes de développements



Développements technologiques du site

- Amélioration du back office pour les agences partenaires
- Développements stratégiques pour l'acquisition de trafic
- Restructuration du site : refonte, nouvelle arborescence, optimisation des pages afin d'améliorer le référencement, mise en place d'un tunnel de vente
- Mise en place d'un outil de gestion des leads



L'application MCI PRO

MCI PRO : l'outil d'administration et de gestion des conseillers immobiliers sur le terrain

- Gestion des leads sur le terrain
- Géolocalisation des conseillers et des potentiels vendeurs sur le terrain
- Gestion des contacts et du planning de prospection terrain
- Notifications et alertes instantanées



La carte de prospection

La **carte de prospection** : l'outil complémentaire à la gestion des conseillers pour les professionnels de l'immobilier

- Récupération et gestion des leads
- Développement d'un outil interactif de récupération des adresses de clients potentiels via le site public des Diagnostics de Performance Energétique (DPE)
- Tableau de bord des projets repérés et bibliothèque des outils de prospection



Les futurs services associés

- Service de déménagement
- Travaux et home-staging
- Diagnostics immobiliers
- Diagnostics des performances énergétiques
- Décorateurs et architectes
- Banque et assurance

Stratégie et axes de développement

La Stratégie de développement



Communication Online et marketing digitale

- Acquisition de trafic sur le site
- Référencement moteurs de recherche
- Présence sur les réseaux sociaux



Objectif à terme de 2,350 M visites mensuelles sur le site



Prospection des agences et mandataires indépendants

- Séquençage email à destination des directeurs d'agences
- Prospection de l'équipe commerciale



Objectif de 1.026 agences indépendantes et 310 mandataires à fin 2025



Prospection des réseaux

- Signature d'accords cadres avec les têtes de réseaux
- Séquençage email à destination des directeurs d'agences
- Prospection commerciale de l'équipe commerciale



Objectif de 1.029 agences franchisées à fin 2025



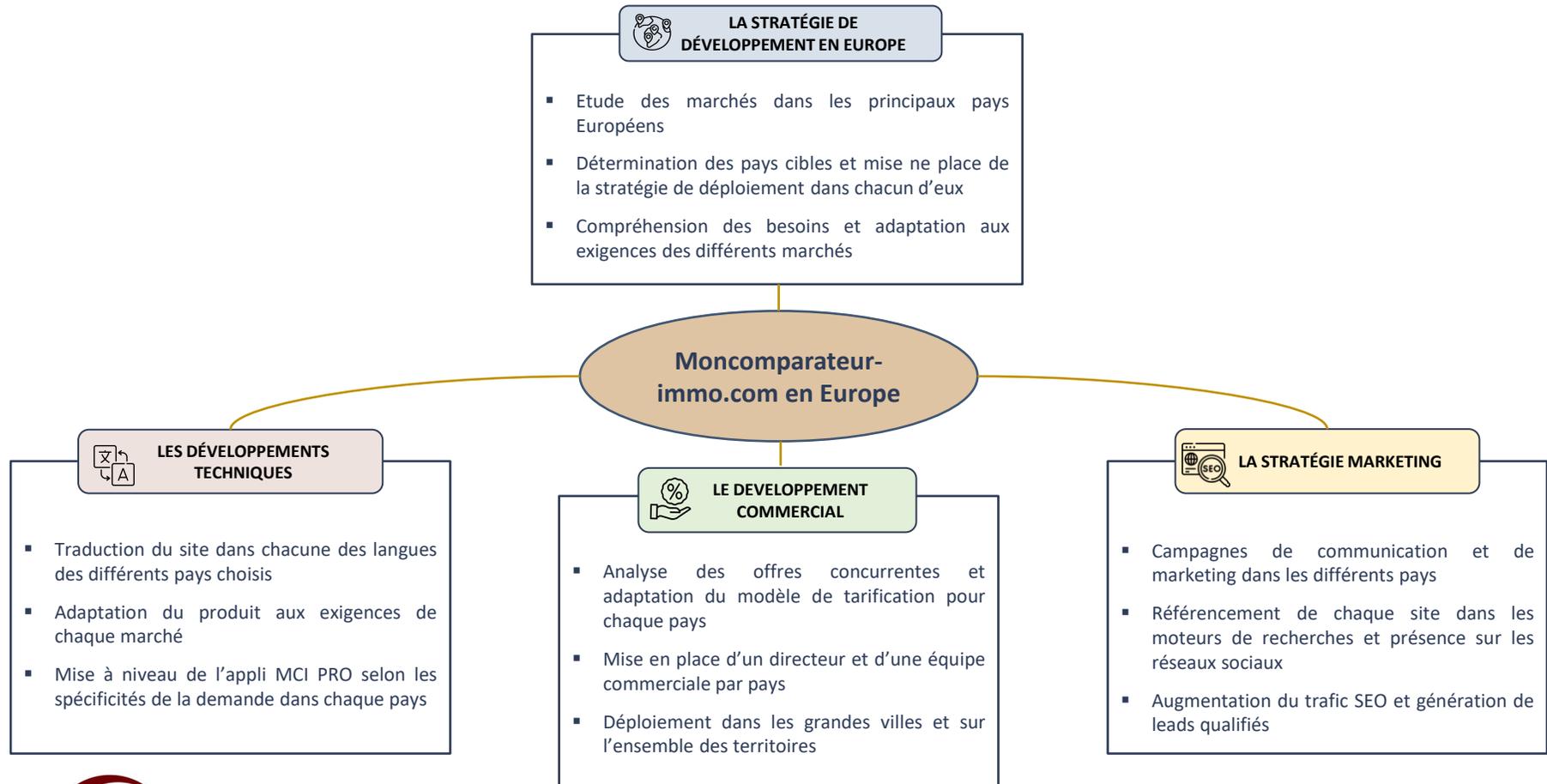
Autres canaux

- Publicité et communication dans les journaux spécialisés
- Partenariats avec des sites de ventes immobilières



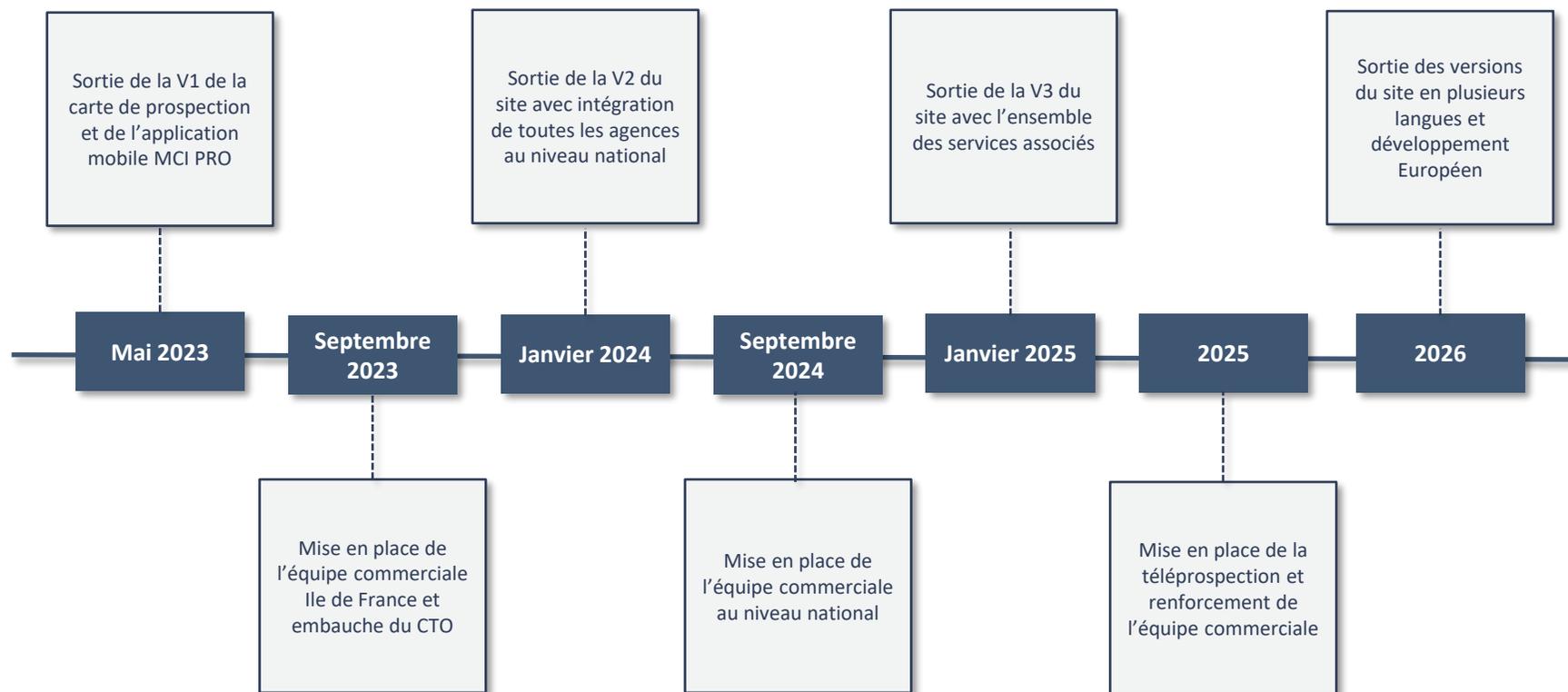
Objectif à terme d'adossement à un des sites leaders de la vente immobilière (exemple : MeilleursAgents avec SeLoger)

Une approche de scalabilité pensée pour le développement Européen



Stratégie et axes de développement

Rétroplanning du plan de développement



8. Les éléments financiers

Éléments financiers

Le Business Plan : P&L (page 1)

PROFIT & LOSS (€)	2023	2024	2025
Chiffre d'affaires			
Agences au tarif préférentiel	83,061	128,799	0
Agences au tarif normal	0	711,177	2,592,302
<i>Nombre d'agences en fin de période</i>	<i>211</i>	<i>821</i>	<i>2,055</i>
Mandataires	0	65,858	378,460
<i>Nombre de mandataires en fin de période</i>	<i>0</i>	<i>90</i>	<i>310</i>
Total chiffre d'affaires	83,061	905,834	2,970,762
Charges d'exploitation			
Charges d'exploitation	145,412	350,392	398,478
Salaires et charges sociales	72,124	400,824	741,825
<i>Nombre de salariés en fin de période</i>	<i>6</i>	<i>12</i>	<i>16</i>
Sous-total charges fixes	217,536	751,216	1,140,303
EBITDA	-134,475	154,618	1,830,459
Marge d'EBITDA (en %)		17%	62%
Amortissement développements Web et API	5,029	5,029	5,029
Amortissement immo bureau (agencement, mobilier et matériels)	2,875	9,719	10,875
<i>Sous-total dotations aux amortissements</i>	<i>7,904</i>	<i>14,748</i>	<i>15,904</i>
Charges financières	432	359	283
Impôts et taxes	932	4,776	25,607
Résultat courant avant impôts	-143,743	134,735	1,788,665
Impôt sur les sociétés	0	0	441,102
Résultat net	-143,743	134,735	1,347,563

Commentaires :

Business plan

Le business plan présenté sur les trois prochaines années a été réalisé par ATENA FINANCES en collaboration avec le dirigeant.

Chiffre d'affaires

- Le chiffre d'affaires prévisionnel a été appréhendé en ne tenant compte que des abonnements aux agences et mandataires immobiliers. Il n'a pas été tenu compte des revenus futurs potentiels sur la vente de Lead qualifiés et sur l'offre de la future application mobile aux conseillers et mandataires immobiliers.
- En 2023, le chiffre d'affaires tient compte d'une offre annuelle promotionnelle du tarif de l'abonnement de 99 € (au lieu de 149 €). Il est également à noter que pour tous les nouveaux clients jusqu'en 09/23, il a été prévu une offre spéciale « découverte » proposant la gratuité des 2 premiers mois d'abonnement.
- A partir de 09/23 et pour les années de 2024 / 2025, le chiffre d'affaires découle de la prospection de l'équipe commerciale : l'hypothèse retenue est la signature mensuelle de 10 nouvelles agences indépendantes, 10 nouvelles agences franchisées et de 5 mandataires par commercial (ce trend étant atteint progressivement au bout de 6 mois)

Masse salariale

La masse salariale a été budgétée comme suit :

- Pôle technologique :** Le CTO est embauché en 09/23. Il sera rejoint par un développeur en 04/24. Entre mars et septembre 2023 les développements seront assurés par 3 développeurs externes.
- Pôle commercial :**
 - ❖ Embauche des 2 premiers commerciaux en 09/23
 - ❖ En 2024, l'équipe commerciale se verra renforcée par 2 nouveaux commerciaux en 09/24 afin de permettre le développement de la clientèle sur toute la France.
 - ❖ En 2025, il sera embauché 2 téléprospecteurs en janvier pour la gestion de la prise de RDV de l'équipe commerciale, suivi de 2 nouveaux commerciaux en avril.
 - ❖ Les commerciaux seront rémunérés avec une partie fixe au SMIC et une partie variable de 100 € par contrat signé
 - ❖ Les téléprospecteurs recevront une rémunération fixe au SMIC et une partie variable de 15 € par RDV pris et signé par le commercial auquel ils sont rattachés.

Éléments financiers

Le Business Plan : P&L (page 2)

PROFIT & LOSS (€)	2023	2024	2025
Chiffre d'affaires			
Agences au tarif préférentiel	83,061	128,799	0
Agences au tarif normal	0	711,177	2,592,302
<i>Nombre d'agences en fin de période</i>	<i>211</i>	<i>821</i>	<i>2,055</i>
Mandataires	0	65,858	378,460
<i>Nombre de mandataires en fin de période</i>	<i>0</i>	<i>90</i>	<i>310</i>
Total chiffre d'affaires	83,061	905,834	2,970,762
Charges d'exploitation			
Charges d'exploitation	145,412	350,392	398,478
Salaires et charges sociales	72,124	400,824	741,825
<i>Nombre de salariés en fin de période</i>	<i>6</i>	<i>12</i>	<i>16</i>
Sous-total charges fixes	217,536	751,216	1,140,303
EBITDA	-134,475	154,618	1,830,459
Marge d'EBITDA (en %)		17%	62%
Amortissement développements Web et API	5,029	5,029	5,029
Amortissement immo bureau (agencement, mobilier et matériels)	2,875	9,719	10,875
<i>Sous-total dotations aux amortissements</i>	<i>7,904</i>	<i>14,748</i>	<i>15,904</i>
Charges financières	432	359	283
Impôts et taxes	932	4,776	25,607
Résultat courant avant impôts	-143,743	134,735	1,788,665
Impôt sur les sociétés	0	0	441,102
Résultat net	-143,743	134,735	1,347,563

Commentaires :

Masse salariale (suite)

Les autres embauches :

- ❖ En 09/23, le dirigeant commencera à percevoir une rémunération. A cette date, la société procèdera également à l'embauche d'une secrétaire comptable et d'un chargé marketing.
- ❖ En 2024, la société embauchera un chargé relations clients en 01/24, complété par un second en 09/24. L'équipe viendra également se renforcer par un Community Manager en 04/24.
- ❖ Pour 2025, il ne sera pas effectué d'autres embauches en complément de ceux réalisés pour le Pôle Commercial.

Budget Marketing et Communication

- Le budget Marketing & Communication représente 63 % en 2024 et 55 % en 2025 du total des charges externes de l'entreprise.
- L'importance de ce budget s'explique par les frais de publicité sur les réseaux sociaux, les efforts de référencement du site, la position de ce dernier sur les moteurs de recherche, les frais de participation au Salon Rent chaque année et à la politique de communication et relations presse que l'entreprise compte mettre en place de façon récurrente.

EBITDA et Résultat

- La structure des coûts maîtrisée et l'augmentation rapide du chiffre d'affaires de la société permettent d'atteindre un EBITDA positif dès le mois de mai 2024.
- Le résultat devrait également atteindre son équilibre à la même période puisque la société sera profitable dès juin 2024.

Eléments financiers

Le Business plan : Plan de trésorerie

TRÉSORERIE (€)	2023	2024	2025
SOLDE EN DEBUT DE PERIODE	8,791	90,391	287,209
Apports associés	5,000		
Levée de fonds	250,000		
1. ENCAISSEMENTS			
Ventes TTC	99,673	1,087,001	3,564,914
Remboursement crédit de TVA	16,000		
A. TOTAL ENCAISSEMENTS	115,673	1,087,001	3,564,914
2. DECAISSEMENTS			
Exploitation			
Charges fixes	172,604	419,840	478,174
Salaires nets	44,812	243,178	444,658
Charges sociales	4,842	126,164	267,365
Impôts et taxes	227	932	6,050
TVA à payer	0	85,980	471,099
Total décaissements d'exploitation	222,485	876,094	1,667,346
Hors exploitation			
Travaux aménagement bureau	36,000	0	0
Mobilier et matériel informatique	19,800	7,800	4,800
Depot de garantie	4,500	0	0
Remboursement d'emprunts	6,288	6,288	6,288
Total décaissements hors exploitation	66,588	14,088	11,088
B. TOTAL DECAISSEMENTS	289,073	890,182	1,678,434
4. Variation de la période	-173,400	196,818	1,886,481
5. SOLDE EN FIN DE PERIODE	90,391	287,209	2,173,690

Commentaires :

- Il est à noter que l'entreprise à eu recours à un 1^{er} emprunt de 30 K€ à un taux fixe de 1,25 % sur 60 mois contracté auprès de la CCM. Cet emprunt a servi à financer les développements de la V1 du site et d'assurer la pérennité de l'entreprise jusqu'au closing de la levée de fonds envisagée.
- L'apport personnel des associés s'est élevé à 30 K€ en 2022 et sera complété par un apport de 5 K€ en 2023.
- Compte tenue de tous les éléments prévisionnels, la société est en Cash Flow positifs dès mai 2024.

Besoin global de financement et opération envisagée :

- Suivant les hypothèses retenues, **le Plan de Trésorerie prévisionnel fait ainsi apparaître un besoin global de 250 K€.**
- L'entreprise recherche donc un partenaire financier (**investisseur privé, Family Office ou VC professionnel**) pour l'accompagner dans son développement technologique et commercial.
- Il est prévu un **closing de l'opération en septembre 2023.**
- Pour se faire, la société propose à son ou ses nouveaux investisseurs une **valorisation pré-money de 1.000 K€.**



Laurent Lachkar

Président

+33 (0) 7 54 50 10 00

llachkar@atena-finances.com