



Franchise, créer une entreprise et ouvrir une franchise



Liste des franchises

Jeunes réseaux

Actu franchise

Devenir franchisé

Trouver un local

Espace Franchiseur

Accueil Fiches Franchise Espaces Atypiques « Nous espérons compter une cinquantaine de franchises d'ici quatre ans »

Rechercher une franchise

Toutes les franchises

Choisir un secteur

Choisir un apport

Choisir une ville

ex. : restauration rapide, centre auto

ex. : Paris

Plus de critères

Rechercher

Choisir une enseigne

Interview franchise **Espaces Atypiques**Vous souhaitez devenir franchisé **Espaces Atypiques** ?Apport personnel : **20 000 €**Investissement : **55 000€**[Voir la fiche Espaces Atypiques](#)[Voir toutes les offres de franchise d'agence immobilière | franchise Immobilier](#)

Agence immobilière

« Nous espérons compter une cinquantaine de franchises d'ici quatre ans »

Julien Haussy, Fondateur d'Espaces Atypiques
Rédigé le 26.01.2014 à 17h42

Après avoir travaillé dans la banque, Julien Haussy a souhaité concilier son appétence pour le business et pour l'architecture et le design en fondant le réseau Espaces Atypiques. Dédiée à la vente de biens contemporains, l'enseigne née en 2008 a commencé à essaimer : après Paris, Marseille et Lyon, une première franchise ouvrira ses portes à Bordeaux au printemps.

Mélanie Kessous : Comment est né le réseau **Espaces Atypiques** ?

Julien Haussy : Toulousain d'origine, j'ai effectué des études commerciales et exercé dans le milieu de la finance avant de décider de trouver un moyen de concilier mon expérience de business développement et ma passion pour l'immobilier, l'architecture, le design et la décoration. C'est ainsi que j'ai créé en 2008 ma première agence immobilière avec une idée : faire de l'immobilier « passion ». Ayant une grande sensibilité pour l'art contemporain, j'ai créé ce concept dédié aux biens atypiques et aux passionnés de design, d'architecture et de décoration qui souhaitent trouver

un lieu différent des autres. J'ai créé une seconde agence à Marseille en 2012 ainsi qu'une troisième à Lyon en juillet dernier. Nos agences fonctionnent très bien : celle de Paris a réalisé 1,3 million d'euros de chiffre d'affaires en 2013, celle de Marseille 350 000 euros de chiffre d'affaires en année 1 et notre démarrage lyonnais est très prometteur puisque nous avons déjà signé trois promesses de vente.

Quelles sont vos ambitions sur le territoire national ?

Nous allons ouvrir au printemps notre première franchise à Bordeaux. Le franchisé, qui possède déjà une agence immobilière à Paris est un passionné d'architecture contemporaine, issu du monde de la publicité et bordelais d'origine.

Ensuite, nous espérons ouvrir six franchises cette année, puis une douzaine en 2015 et entre douze et quinze en 2016 et 2017 pour compter une cinquantaine de franchisés d'ici quatre ans.

Avec quel type de partenaires souhaitez-vous développer votre réseau ? Et quelles sont vos conditions d'entrée ?

Nous recherchons avant tout des personnes éprises d'architecture et de design et curieuses d'aborder une clientèle pointue et passionnée. Peu importe qu'elles soient issues de l'immobilier. En revanche, les candidats à la franchise qui souhaitent nous rejoindre doivent avoir une expérience commerciale ou une expérience du management.

La franchise par où commencer

Etape 1 - Franchise définition
Etape 2 - Choisir sa franchise
Etape 3 - Le Business plan

Ouvrir une franchise

Qu'est-ce que la franchise
Créer une franchise
Devenir franchisé
Annuaire franchises
Avantages de la franchise
Franchise vin
Franchise boulangerie
Franchise restauration
Forum la franchise
Annuaire franchises (sites)

**Inscription newsletter**

Votre adresse e-mail

Franchises les plus vues

La Mie Câline
Memphis Coffee
SUBWAY®
Eléphant Bleu
Sunset Case

Les salons de la Franchise

Franchise Expo Paris Top Franchise Méditerranée



Nous ne nous accordons tout un département. En année 1, nos franchisés peuvent travailler sans local. Toutefois, l'année suivante, ils doivent trouver un espace atypique, de type loft ou atelier, sur rue ou sur cour, qui soit représentatif des biens que nous pouvons proposer à la vente. Nous demandons un droit d'entrée de 20 000 euros HT, des royalties qui s'élèvent à 10% du chiffre d'affaires HT et une participation à la publicité de 1000 euros mensuels. Cette redevance publicitaire nous sert essentiellement à investir pour du référencement web afin d'accroître la visibilité de notre site Internet et de nos franchisés.

Comment transmettez-vous votre savoir-faire ?

Nous proposons à nos franchisés une formation initiale de 20 jours concentrée sur 5 semaines. Chaque semaine comprend deux jours de formation théorique suivis de deux jours d'application pratique et de tests servant à valider les enseignements acquis. Nous abordons des sujets classiques sur le métier de l'immobilier et des modules spécifiques à notre activité qui servent à accroître les connaissances de nos franchisés en matière d'architecture, de décoration, de design, d'art contemporain ou d'urbanisme du loft. Il s'agit pour nos franchisés d'apprendre à parfaitement maîtriser les biens qu'ils vont ensuite vendre. Nous proposons également un module « direction d'agence » qui apprend au franchisé la gestion d'une agence, le management, le recrutement, la réglementation, l'administratif...

Une fois l'agence lancée, notre réseau met à la disposition des franchisés deux personnes dédiées : un superviseur et une chargée de communication et d'administration. Elles sont chargées de les accompagner à la création de la société, à l'ouverture de leur agence et dans leur développement. Nous réalisons deux audits par an, plusieurs visites de conseil et une réunion régionale trimestrielle pour animer le réseau tout en fournissant tous les supports administratifs et de communication.

N'est-ce pas restrictif de travailler sur un tel marché de niche ?

Notre enseigne possède déjà une belle notoriété nationale et nous communiquons énormément sur le web. Nous enregistrons plus de 70 000 visites par mois sur notre site Internet. Nous réalisons également pas mal de publicité au sein de magazines de décoration et d'architecture. Beaucoup de personnes nous contactent donc spontanément à la suite de ces parutions. Enfin, contrairement à une agence de quartier qui opère sur quelques rues, nous travaillons sur un territoire large ce qui élargit le nombre de clients potentiels.

Finalement quel est l'atout principal de votre réseau ?

Nous n'avons pas de concurrence directe. Des agences haut de gamme locales ou des réseaux traditionnels peuvent être amenés à proposer des biens atypiques mais ils n'ont ni notre expertise, ni le même éventail de biens atypiques que nous pouvons proposer. Nous nous différencions vraiment des agences traditionnelles. Enfin, nous possédons une charte éthique qui est très forte. Nous avons des valeurs humaines, de respect et nous travaillons avec une qualité de service importante et avec beaucoup d'intégrité.

Espace candidat | Espace Franchiseur

Tweets

Obsfranchise @FranchiseObs 4m

La Compagnie des Petits poursuit son développement en propre et en affiliation [#mode #enfant](http://ow.ly/sS8bZ)

Expand

Obsfranchise @FranchiseObs 23m

Nouvelle session de formation pour les salariés des franchisés Daniel Moquet [@Daniel_Moquet](http://ow.ly/sS850)

Obsfranchise @FranchiseObs 39m

Le site internet Villas Club bat tous les records [#habitat](http://ow.ly/sS7SN)

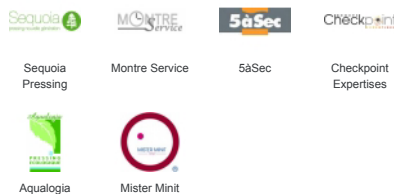
Tweet to @FranchiseObs

Les dernières actualités Espaces Atypiques

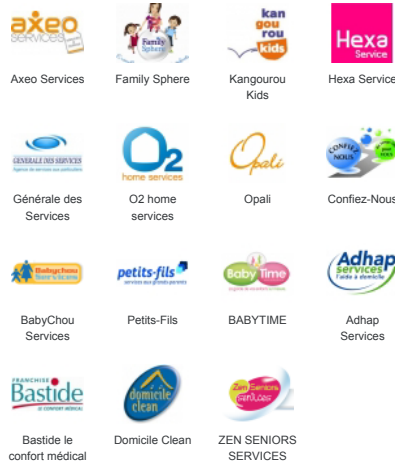
09.01.2014 | L'enseigne Espaces Atypiques se lance en franchise

Ouvrir une franchise en France et à l'étranger avec :

Services rapides et services de proximité



Service à la personne assistance aide à domicile



MINI SUPER ET HYPER

Grands magasins - Superettes - Alimentaire

MODE ET ÉQUIPEMENT PERSONNE

Bijouterie - Chaussures - Maroquinerie

IMMOBILIER

Agence - Diagnostic - Mandataire

COMMERCE ALIMENTAIRES

Vins - Epicerie fine - Chocolats - Diététique

BEAUTÉ SANTÉ FORME

Instituts - Parfumerie - Remise en forme

HÔTELLERIE & RESTAURATION

Bar - Restaurant à thème - Sandwicherie

SERVICES RAPIDES ET PROXIMITÉ

Déménagements - Laverie - Sécurité

PARTICULIERS ET ENTREPRISES

Etude conseil - Finance - Formation

AUTOMOBILE

Location - Cycles, motos - Vente et réparation

COMMERCE SPÉCIALISÉS

Cadeaux - Sport - Fleurs - Dépôt-vente

Newsletter Mon e-mail

ok

Contact EXPRESS 1 Clic

Recevoir la doc de nos enseignes



DÉCORATION ET ÉQUIPEMENT
Espace Candidat | Espace Franchiseur
Bricolage - Cuisinistes - Meubles
BÂTIMENT
Piscines - Maisons individuelles

Services

Newsletter
Alertes
Lexique de la franchise
Ouvrages de référence
Chiffres des réseaux
Emploi en franchise
Annuaire des sites franchises

Partenaires

Pubeco
Snacking.fr
Devenir franchisé
Bureaux Locaux
Franchise Maroc
Franchise Belgique
Franchise Suisse

Partenaires

Fédération Française de la franchise
Chef d'Entreprise
Le coin des entrepreneurs
Salon des micro-entreprises
Site des Marques
Pratiques d'entreprise
40 degrés sur la banque

Prestataires

Axe Réseaux
Epac International Conseil en Franchise
FH Conseil
Gouache Avocats franchise
Simon Associés Avocats franchise
Franchise management
SBS.Com

© 1997-2013 Observatoire de la franchise | Qui sommes-nous ? | Informations légales | Données personnelles | Contact



Site certifié

