

The Good Life 2

BUSINESS & LIFESTYLE IN A HYBRID WORLD

The Good Mayor

José Luis Martínez-Almeida :
rencontre exclusive
avec le maire de Madrid

10 ANS

The Good Boom

Le marché du vélo explose
dans le monde et annonce
une nouvelle ère :
c'est la « vélorution » !

The Good Mind

André Comte-Sponville
et l'amour de la vie

The Good Media Group

La belle réussite de Radio France

The Good Directory

La revanche de Procida, capitale
italienne de la culture 2022

The Good Test

Audi e-tron GT, le nec plus ultra

The Good Music

L'école du jazz italien

Still extremely addictive

Espaces Atypiques, une réussite et un style... atypiques

Créée en 2008, l'agence immobilière Espaces Atypiques propose des biens qui sortent de l'ordinaire. À l'heure de la personnalisation et d'une (relative) décentralisation suivant la crise sanitaire et l'essor du télétravail, ce concept est un succès, et son fondateur, Julien Haussy, affiche de grandes ambitions.

TEXTE : *Julien Chassagne*



Il se rêvait violoniste ou architecte, mais finalement, diplômé d'HEC, Julien Haussy met de côté ses rêves de jeunesse pour travailler dans la finance. En 2008, la faillite de Lehman Brothers est le déclic qui lui manquait pour trouver enfin sa voie, qui mêle ses passions pour l'architecture et le design et son expérience dans le monde des affaires. Il décide de reprendre une agence immobilière des Lilas, se fait les dents et ouvre la première agence Espaces

Atypiques dans le Marais, qui, comme son nom l'indique, propose des biens extraordinaires, dans tous les sens du terme. Entouré d'une dizaine de collaborateurs, pendant plusieurs années il parcourt l'Île-de-France en scooter à la recherche de « *biens d'expression* » qui illustrent son leitmotiv : « *l'être plutôt que l'avoir, vivre une expérience plutôt que posséder* ». Dans sa quête, Julien Haussy s'inspire des logements qu'il a lui-même habités, aussi bien un loft

industriel à Pantin qu'un nid sous les combles à Belleville. Quatre ans après sa création, en 2012, Espaces Atypiques inaugure une deuxième agence à Marseille, près de la Cité radieuse. L'année suivante, c'est Lyon qui voit débarquer les équipes de Julien Haussy. Afin de poursuivre le développement de son entreprise, le patron décide d'ouvrir son réseau aux franchisés. La première franchise Espaces Atypiques ouvre ainsi ses portes en 2014 à Bordeaux. Aujourd'hui, le groupe compte 58 agences, dont plus d'une trentaine de franchises, et 370 collaborateurs. Et la terrible année 2020 n'a pas freiné la marche en avant d'Espaces Atypiques, qui a inauguré son nouveau siège dans le 3^e arrondissement de Paris, ouvert 8 nouvelles agences et constaté une croissance de 40 % de son chiffre d'affaires par rapport à 2019.

Un mode de vie avant tout

Si le concept d'Espaces Atypiques est dans son nom, il n'est pourtant pas si simple de définir ce qu'est un bien immobilier atypique. Pour cela, il faut se pencher sur le profil des clients de l'enseigne. Ils sont souvent déjà propriétaires (80 %) et « *veulent s'offrir un chez-eux spécial, qui leur ressemble, et recherchent surtout un mode de vie et un type de bien avant la surface, le prix au mètre carré et la localisation* », selon Julien Haussy. Autrement dit, une proposition de lifestyle complet plutôt qu'un T3 orienté plein sud, aux pièces carrées et aux murs blancs. Ainsi, il existe plusieurs définitions de l'atypisme immobilier. En fonction de la ville, d'une part (à Lyon, une maison à colombages est un bien atypique, pas à Strasbourg), et de la nature du bien, d'autre part. « *Un loft dans le 11^e arrondissement, un haussmannien décroissant, une boutique avec une cave voûtée, une vue sur le mont Blanc, une cabane, un moulin*, énumère Julien Haussy. *Tout ce qui a du potentiel, du charme, du caractère.* » La meilleure illustration du concept d'Espaces Atypiques, ce sont ses agences : à Angers, dans une ancienne imprimerie, à Lyon, dans un ancien garage, ou à Nantes, au cœur d'une galerie

1. à 3. Les habitations hors du commun sont des biens dont Espaces Atypiques, l'agence immobilière créée par Julien Haussy, s'est fait la spécialité.



EN CHIFFRES

- 58 agences dans 50 départements.
- 370 collaborateurs.
- 5 300 mandats par an.
- Chiffre d'affaires 2020 : 32 M €.
- Croissance 2019-2020 : 40 %.

d'art. Pour son nouveau siège social, au 5 bis, rue des Haudriettes, à Paris, Julien Haussy a fait appel à l'agence GplusK, qui a totalement repensé cette ancienne boutique de maroquinerie. Aujourd'hui, on y trouve un canapé *Togo*, des fauteuils *Egg* et des chaises d'Eero Saarinen, et, sur les murs, Troy Henriksen voisine avec Erwin Olaf. Ce lieu de 320 m², inauguré en 2020, concrétise les grandes ambitions d'Espaces Atypiques. Le groupe compte développer sa nouvelle activité de location de lieux exceptionnels pour des événements, shootings, séminaires ou tournages de films, baptisée Repérage, lancée après le rachat, en 2020, de l'agence bordelaise En Premier Lieu, qui proposera bientôt plus de 1 000 nouveaux lieux. Espaces Atypiques compte également sur ses activités de conciergerie immobilière (mise en relation avec des déménageurs, architectes, courtiers, éditeurs de mobilier) et de chasse aux biens, et s'apprête à proposer de la location saisonnière avant de s'exporter, en 2022 ou en 2023, en Suisse, en Belgique ou en Scandinavie, afin d'atteindre un objectif (très) ambitieux de 200 M € de CA annuel d'ici à dix ans, contre 32 M € aujourd'hui. Et ils vont le faire... tranquillement ! ■



3 questions à Julien Haussy

Fondateur et dirigeant d'Espaces Atypiques.

Comment dénicher-vous les biens atypiques que vous proposez ?

On y travaille tous les jours.

Nous avons plus de 300 conseillers immobiliers sur le terrain qui ont les bons réseaux, connaissent leurs secteurs, savent où se trouvent les immeubles avec terrasses, les usines transformées en loft, les quartiers sympas... Puis nos clients sont déjà propriétaires dans 80 % des cas, donc quand un potentiel acheteur appelle, il s'agit également d'un potentiel vendeur. Enfin, on investit beaucoup dans la communication ciblée, environ 10 % de notre chiffre d'affaires, et notre site enregistre 5 millions de pages vues par mois.

Comment avez-vous traversé l'atypique année 2020 ?

On a eu très peur, le 16 mars, le premier jour du premier confinement, mais on était déjà organisés pour télétravailler. Si, pendant deux mois,

on n'a rien fait – commercialement parlant –, tout a explosé dès la réouverture, mi-mai. Il y avait une réelle envie de changement, ce n'est pas un mythe, nous avons constaté une croissance de 40 % de notre chiffre d'affaires par rapport à 2019.

Nos clients voulaient changer de vie, se mettre au vert, partager leur temps entre Paris et la province, vendre leur appartement en centre-ville pour une maison avec jardin en banlieue... C'est un début de décentralisation qui a redonné vie à des marchés morts dans des villes et villages qui ne vivaient que l'été. C'est l'ouest, en général, qui a le vent en poupe : la Bretagne, la Loire-Atlantique, la Charente-Maritime, le Calvados.

Quelles sont les tendances que vous observez sur le marché de l'immobilier atypique ?

La tendance de fond, c'est la recherche de l'espace. À l'intérieur, bien sûr, mais surtout à l'extérieur. Les biens qui ont le moins de succès, ce sont les appartements en centre-ville sans extérieur. Aussi, la localisation n'est plus un souci, nombre de nos clients ont la liberté d'habiter loin de leur bureau. Si on télétravaille quelques jours dans la semaine, on peut se permettre des trajets plus longs les jours où l'on se rend au bureau. Nous avons également constaté une appétence grandissante pour les biens authentiques, de charme, pour la vieille pierre, et situés loin de la pollution des grands axes. Des biens originaux qui, à l'ère de la personnalisation et de la démocratisation de la déco et du bricolage sont de plus en plus recherchés. Dans les prochaines années, je ne serais pas étonné de voir des personnes s'enfoncer encore plus loin dans les territoires, s'éloigner encore plus des villes, cela va se renforcer.