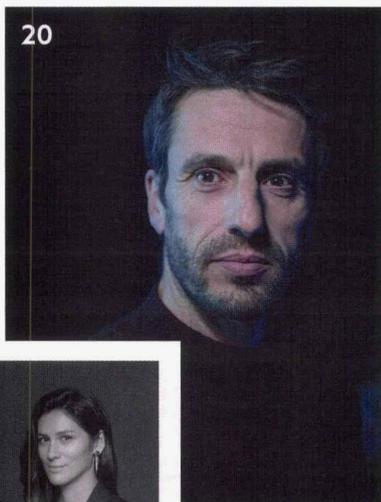




## Sommaire // AUTOMNE 2022

NUMÉRO 20



# Forbes

## FRANCE@FORBES

**13 | PARIS 2024**  
Les premiers jeux durables et paritaires

**20 | MICHAËL LLODRA**  
Des courts aux caves

**24 | LA REF 2022**  
Élisabeth Borne et les licornes

**28 | LES INCUBATEURS DES GRANDES ÉCOLES**  
Nouveaux viviers de la french tech

## FEMMES@FORBES

**41 | LES SŒURS HUYNH**  
L'entrepreneuriat en héritage

**46 | LA CLINIQUE DU SOURIRE**

## ENTREPRENEURS@FORBES

**49 | PALMARÈS**  
Le top 20 des entrepreneurs préférés des Français

**56 | LES FRÈRES KARMITZ FONT LEUR CINÉMA**

**62 | ENQUÊTE**  
Les (très) jeunes Français qui veulent entreprendre

## LUXE@FORBES

**69 | SARAH PONIATOWSKI**  
« Mon style est élégant mais pas ostentatoire »

**74 | FUSALP**  
Le réveil de la belle endormie

**78 | ÉVASION**

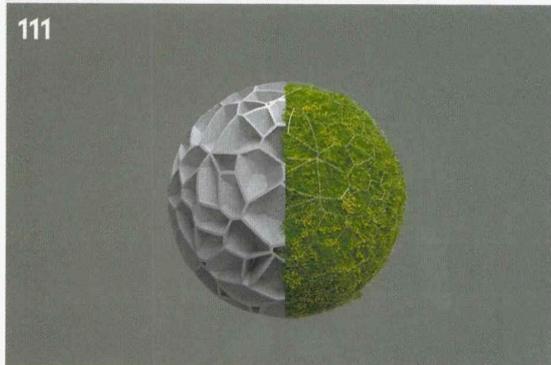
**84 | AUTO**

**88 | VINS ROUGES D'AUTOMNE**

## INNOVATION@FORBES

**93 | ENQUÊTE**  
Comment l'innovation française se réinvente





## 98 | E-ACHATS ET STRATÉGIE DE SOURCING

**102 | GRANDE DISTRIBUTION**  
Les marques sont plus agiles

**104 | 5G**  
Les promesses à tenir

### MANAGEMENT@FORBES

**111 | START-UP À IMPACT**

**116 | AIRCALL**  
La licorne s'est muée en centaure

### BUSINESS@FORBES

**125 | INTRAPRENEURIAT**  
Pour développer l'innovation au sein de l'entreprise

**130 | ARIEL WIZMAN**  
De la télé au business

## 134 | LES ROTHSCHILD DÉBOUCHENT LE CHAMPAGNE

### FINANCE@FORBES

## 139 | LA TECH EN QUÊTE DE FINANCEMENT

**144 | HERRMANN FRÈRES ET FILS**  
Une famille en pierre

**152 | IMMOBILIER**  
Julien Haussy, patron Atypiques

**154 | NICOLAS OTTON**  
Ses conseils pour diversifier son patrimoine

**158 | GRÉGORY GUERMONPREZ**  
« Je n'ai jamais vu autant de jeunes investir en bourse »

### MONDE@FORBES

**161 | FLEUR PELLERIN**  
« Le miracle coréen est unique au monde »

### VIVRE@FORBES

## 169 | LE RÉTROFIT VERDIT LA MOBILITÉ

**174 | ART, L'APRÈS-FIAC**  
Une transition en douceur

**180 | RESTAURANTS**



Finance@Forbes



# HAUSSY PASSIONNÉ QU'ATYPIQUES

En 2008, alors que tout le prédestine à une carrière brillante dans le monde de la finance, Julien Haussy quitte tout pour ouvrir une agence immobilière spécialisée dans les biens atypiques. Animé par cette passion pour le design et l'architecture, il développe avec une équipe soudée et passionnée un puissant réseau qui ne cesse de ravir les amoureux du beau. Une success story-typiquement atypique.

PAR GAËLLE MÉNAGE

D

Depuis sa plus tendre enfance, Julien Haussy est passionné des belles choses. Les arts, les belles architectures, les tendances, il observe ce qui l'entoure avec la plus grande attention. L'immobilier entre ainsi tôt dans sa vie. C'est après dix années de carrière dans la finance et les télécoms qu'il décide enfin de se lancer dans l'aventure immobilière. Mais pas n'importe laquelle. « *Je voulais transformer mes passions pour l'architecture et le design en un métier à part entière* », explique Julien Haussy.

La notion d'atypique vient donc naturellement et Espaces atypiques voit le jour en 2008. L'idée pour l'entrepreneur est d'adresser une clientèle épicurienne qui souhaite avant tout se faire plaisir, en se tournant d'instinct vers le haut de gamme. Un loft, une villa, un beau penthouse, il mise tout sur le coup de cœur. Le bien qui sort du lot est typiquement la cible d'Espaces atypiques, dont le nom, plus que transparent, reflète le désir de satisfaire une clientèle en quête de renouveau. Aujourd'hui, quatorze ans après la naissance de l'entreprise, celle-ci compte 70 agences réparties dans 60 départements. D'abord en propre à Paris, puis à Lyon et à Marseille, elles se sont multipliées au gré du succès virevoltant de son concept novateur. En 2014, le développement s'accélère considérablement et Julien Haussy devient franchiseur, dans l'optique de structurer le réseau et de créer un accompagnement. Dans la foulée, il recrute Alexandra Hyron en tant que directrice générale du réseau.

### Réunis par la passion

Après des études de commerce en France puis aux États-Unis, le Toulousain Julien Haussy rejoint JP Morgan, puis Alcatel, et ensuite la Caisse d'épargne avant d'être aspiré par l'entrepreneuriat. « *Être entrepreneur n'était pas inné chez moi. Mais l'idée est venue et c'est devenu une évidence.* » Si sa formation dans la finance et le commerce contribue à faire naître le projet, c'est surtout la curiosité qui porte ce passionné qui décide de constituer une





PORTRAIT

Les biens proposés par Espaces atypiques sont des pépites souvent cachées aux yeux du monde.



## ÊTRE ENTREPRENEUR N'ÉTAIT PAS INNÉ CHEZ MOI...

équipe. « Il faut savoir s'entourer. L'humain est au cœur de cette aventure. On voit beaucoup de gens brillants qui vont trop vite ou qui sont trop exigeants envers leurs équipes. J'essaie de créer un équilibre et de faire en sorte que tout le monde prenne du plaisir », affirme Julien Haussy. Pour cela, il suscite une émulation entre personnes liées par le même cercle de valeurs. Celles-ci sont aujourd'hui au nombre de 500 à travers l'Hexagone et les valeurs clés qui les animent depuis le début sont l'humain, le travail et la passion selon le fondateur d'Espaces atypiques. « On est tous des passionnés. Tous ceux qui nous rejoignent ont des valeurs fortes liées par ce projet. Le réseau fonctionne parce qu'il y a une réelle cohésion. » Des collaborateurs épanouis, et une énergie positive qui est au centre des critères lorsque Julien Haussy recrute une nouvelle personne. « Les managers qui rentrent dans l'équipe sont des optimistes, des fédérateurs », décrit-il.

### Dénicher les pépites atypiques

Les biens proposés par Espaces atypiques sont des pépites souvent cachées aux yeux du monde. La difficulté pour son fondateur est donc de les dénicher. Pour cela, il arpente les quartiers et les immeubles en quête du bien qui va sortir du lot. « Il faut trouver derrière quelle porte va se cacher le bien qui nous intéresse, car parfois, un magnifique loft peut se trouver derrière un porche tagué. Pour le trouver, il faut le réseau adéquat auprès de la bonne clientèle. » Cette clientèle, ce sont des chefs

d'entreprises, des auto-entrepreneurs, des artistes... C'est ce 10 % de la population qui veut se faire plaisir et qui en a les moyens. En instantané, le réseau compte entre 2 500 et 3 000 biens à la vente. À la clef, 2 000 transactions annuelles pour un chiffre d'affaires qui s'élève à 45 millions d'euros, soit plus d'un milliard d'euros de biens vendus.

Julien Haussy travaille avec la confiance des propriétaires qui connaissent bien la niche et la clientèle adéquate. Cela passe par une communication hors pair, animée par Espaces atypiques, qui transmet son ADN et travaille ainsi sa réputation. « On communique à 360°, en digital comme dans la presse, en passant par la télé », explique Julien Haussy. Les agences organisent aussi des événements. Celles de la capitale sponsorisent la Paris Design Week et à Lyon, l'ASVEL, le club de basket de Tony Parker. Un domaine que compte bien faire fructifier Julien Haussy qui multiplie les initiatives pour faire connaître Espace atypiques.

« On va continuer notre belle évolution dans les années à venir. J'ai toujours développé Espaces atypiques de manière raisonnée, sans aller trop vite. Ce développement va se poursuivre sur le territoire national, puis en Europe d'ici quelques années », ajoute le CEO du réseau. Car Espaces atypiques fonctionne depuis toujours avec des rencontres. Des rencontres au bon moment entre des personnes qui partagent ce même sens de l'esthétique. L'ambition du fondateur pour 2030, c'est de tripler le nombre d'agences et de collaborateurs, et d'asseoir une présence plus importante sur le marché. « Le nombre de biens atypiques est de plus en plus important. Il y a de plus en plus de rénovations qui se font et les personnes qui ont du goût sont nombreuses. Ce qui était une niche au départ devient un vrai segment de marché. » ●