

ENTREPRENEUR**Local commercial recherché...
et plus si affinité**

Devenir le Meetic de l'immobilier commercial. C'est la mission que s'est donnée la start-up UnEmplacement.com, site de rencontres entre enseignes et propriétaires d'emplacements commerciaux qui a réuni, en moins de deux ans, 700 enseignes indépendantes et plus de 1 700 agents immobiliers et foncières spécialisées.

Par Luc-Etienne Rouillard Lafond - Photo : © UnEmplacement.com

LEURS PARCOURS

C'est chez Domino's Pizza que l'idée de UnEmplacement.com est née quand **Aurélien Tert**, alors Business Analyst et responsable data au niveau Europe, a rencontré en avril 2015 **Kevin Espiard**, chargé d'expansion pour l'enseigne américaine. « Kevin m'a fait remarquer qu'il était extrêmement compliqué pour une enseigne de mettre la main sur des locaux commerciaux en France, parce que les meilleurs emplacements ne se trouvent pas sur internet, se rappelle Aurélien Tert, diplômé de l'Essec Business School Paris. D'ailleurs, après avoir interviewé près de 100 développeurs d'enseigne, nous avons réalisé qu'environ 60 % de leurs ouvertures venaient du off-market, à travers leur réseau. » Ils se sont donc associés à l'ingénieur logiciel **Philippe Phak** pour imaginer un outil par lequel les brokers et les foncières pourraient être informés des recherches des enseignes puis les contacter pour leur proposer des emplacements.

LEUR CONCEPT

UnEmplacement.com se présente comme une alternative aux sites de dépôts d'annonces, coconstruites avec des professionnels de l'immobilier et des enseignes. « Nous importons le concept du site de rencontre dans l'immobilier commercial, explique Aurélien Tert. Nous inversons le modèle traditionnel en ne partant pas de l'offre mais de la demande, ce qui permet de saisir le off-market. » Plutôt que de patrouiller l'internet en quête de locaux commerciaux ou de terrains libres, les enseignes peuvent donc publier sur la plate-forme leur recherche. Après avoir vérifié le sérieux de la démarche via un filtre en quatre étapes puis un appel téléphonique systématique, UnEmplacement.com achemine la demande à sa

communauté réunissant professionnels de l'immobilier (agents immobiliers, mandataires, foncières) et collectivités territoriales (managers de centres-villes, développeurs économiques). 93 % de leurs propositions ont un retour direct des acquéreurs sous six jours en moyenne. « L'intérêt pour un broker est de pouvoir sélectionner l'occupant potentiel d'un local parmi un inventaire d'enseignes dont le sérieux a été validé par UnEmplacement.com, développe son CEO. C'est ce qui fait que des réseaux comme Orpi Pro, CBRE et JLL ainsi que des foncières telles que SNCF Retail & Connexions, Ceetrus et Carmila figurent aujourd'hui parmi nos clients premium. »

LEUR AMBITION

Lancée en 2018, UnEmplacement.com compte déjà sur un portefeuille de 700 enseignes indépendantes, pour un volume de 5 500 recherches actives sur toute la France, de même qu'un portefeuille de 1 700 brokers et foncières. La plate-forme a débuté sa monétisation en juin dernier et, en trois semaines, plus de 100 sociétés ont répondu présentes en passant premium. Indépendante financièrement et technologiquement, puisqu'elle n'a toujours pas réalisé de levée de fonds, la start-up a déjà reçu des marques d'intérêts de l'étranger, notamment des États-Unis. Mais avant de rêver d'outre-mer, son fondateur préfère bien assoir sa notoriété à l'échelle nationale. « Nous devons encore nous concentrer sur la France au cours trois prochaines années et ensuite nous pourrions viser un développement à l'international, que ce soit en Europe ou aux États-Unis, par l'entremise d'une levée de fonds, conclut Aurélien Tert. Nous sommes déjà en position 38 sur Google pour les recherches de locaux commerciaux en France, et notre objectif est d'être dans le top 5 avant la fin de 2020. » ■

GEND'HER**Parité :
un index
de l'égalité
professionnelle**

Depuis le 1^{er} septembre, les entreprises de 250 à 1 000 salariés doivent publier leur index de l'égalité professionnelle. Noté sur 100 points, il se calcule à partir de cinq indicateurs : les écarts de rémunération, la répartition des augmentations individuelles et des promotions, le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé maternité et la parité parmi les dix plus hautes rémunérations. Si l'entreprise obtient moins de 75 points, elle devra mettre en œuvre des mesures de correction pour les atteindre dans un délai de trois ans. Les sociétés qui ne publieront pas leur index ou ne mettront pas en œuvre de plan de correction s'exposeront à une pénalité financière pouvant atteindre 1 % de la masse salariale.



(De gauche à droite) Aurélien Tert, Philippe Phak et Kevin Espiard.