



## "La spécificité de Daniel Féau tient surtout à la fidélité de sa clientèle"



**Nicolas Pettex Muffat** © Daniel Féau Conseil Immobilier

**Business Immo** : Avec votre focale d'agent immobilier spécialisé dans le haut de gamme parisien, faut-il se réjouir ou s'inquiéter pour l'attractivité de Paris quand on franchit la barre des 9 000 €/m<sup>2</sup> pour s'y loger ?

**Nicolas Pettex-Muffat** : Le raisonnement du prix au mètre carré, souvent poussé par les réseaux nationaux d'agences immobilières, n'a de sens que dans une logique de pouvoir d'achat et intéresse, dans la pratique, surtout les primo-accédants.

La clientèle de Daniel Féau, qui recherche des biens dans les beaux quartiers de Paris et l'Ouest parisien, analyse d'autres critères dans sa décision d'acheter. Le taux de change des devises, par exemple. Il explique, en partie, l'arrivée d'acquéreurs suisses à Paris au lendemain de la grande crise financière de 2008 et est actuellement l'un des principaux moteurs pour les Français de Londres qui, anticipant une nouvelle baisse de la livre sterling, cherchent à diversifier leur portefeuille et à renforcer leur allocation d'actifs en euros.

La rareté du produit est aussi un critère déterminant dans le choix de nos clients. Paris se caractérise par un parc immobilier figé, en particulier sur le haut de gamme ; on ne construit quasiment plus dans les beaux quartiers de Paris ! Toutes ces raisons plaident en faveur d'une poursuite de la hausse des valeurs vénales sur l'immobilier résidentiel parisien haut de gamme, sans pour autant peser sur l'attractivité de la capitale : outre ses atouts touristiques, Paris est aujourd'hui reconnu comme étant l'une des places fortes de l'innovation et des nouvelles technologies, et, à la faveur du Brexit, dispose de solides arguments pour (re)devenir une place financière de premier plan.

**BI** : Qui sont vos clients ? Et comment se structure Daniel Féau pour répondre aux attentes d'une clientèle a priori exigeante ?

**NPM** : La base de notre clientèle traditionnelle est française, familiale, à la recherche de beaux appartements parisiens pour l'agrément, mais se situe aussi dans une logique de placement patrimonial. Elle devient majoritairement étrangère – ou plutôt non résidente – pour les biens au-delà de 4 M€. Cette dernière population

d'acquéreurs vient chercher à Paris à la fois un art de vivre et un renforcement de sa part d'actifs investie en euros.

Afin de toucher cette clientèle internationale, nous nous appuyons sur des réseaux puissants, souvent constitués d'agents immobiliers indépendants et leaders sur leur marché national. Depuis plus de 20 ans, nous sommes aussi le représentant exclusif de Christie's International Real Estate à Paris, premier réseau mondial en matière d'immobilier de luxe.

Notre spécificité tient surtout à la fidélité de notre clientèle, que nous accompagnons bien souvent tout au long de son parcours résidentiel ; cette fidélité se manifeste par une part très importante de mandats exclusifs (près de 50 %) et repose bien évidemment sur la qualité de nos équipes et la parfaite connaissance des spécificités de chaque quartier.

Cela suppose de s'appuyer sur un réseau d'agences physiques – 17 au total à Paris et dans l'Ouest parisien –, de fidéliser les meilleurs collaborateurs (c'est-à-dire ceux qui s'inscrivent dans une relation de long terme avec leurs clients), mais aussi de proposer un système d'information à la pointe, facilitant le travail collaboratif entre tous les collaborateurs du groupe et permettant d'optimiser la visibilité de nos annonces, digitalement bien sûr, mais surtout auprès de nos partenaires étrangers. Très active au sein des réseaux internationaux dont elle fait partie, la société est en veille technologique permanente. Le chemin parcouru a été long depuis que la société a amorcé son tournant digital, en 2007 ! Et nous n'avons vraiment plus à rougir de la qualité de nos outils, même quand nous les comparons aux systèmes déployés, outre-Atlantique notamment.

**BI** : Quelle est la taille du marché que Daniel Féau adresse traditionnellement ?

**NPM** : Notre segment de marché se limite volontairement aux beaux quartiers de Paris et de l'Ouest parisien. En termes de volumétrie, cela représente environ 2 500 transactions dont le montant excède 1 M€ à Paris chaque année. Daniel Féau y réalise 800 transactions en moyenne : une sur quatre entre 1 et 2 M€, plus d'une sur trois entre 2 et 4 M€ et très nettement plus d'une sur deux au-delà.

**BI** : Avez-vous vocation à étendre votre terrain de jeu ?

**NPM** : Nous menons actuellement des réflexions pour nous développer dans quelques agglomérations régionales très ciblées. Nous irons là où existent une profondeur de marché et une clientèle parisienne et/ou internationale. L'ouverture de nouvelles agences sera aussi, et surtout, le fruit de rencontres avec des entrepreneurs. Daniel Féau, c'est avant tout de l'humain. À ce titre, nous venons d'ouvrir une agence à Aix-en-Provence. Il s'agissait là, certes, d'un marché éligible (animé par une clientèle parisienne sur le segment de haut de gamme). Mais nous avons surtout rencontré la bonne personne, à savoir celle dont la manière de travailler et la perception de notre métier sont parfaitement en phase avec nos valeurs.

**BI** : Et à l'international ?

**NPM** : Non. Nous constatons les difficultés des réseaux internationaux à percer sur le marché français. Et je ne vois surtout pas pourquoi nous quitterions un réseau de partenaires que nous avons contribué à construire depuis plusieurs décennies, et qui fonctionne parfaitement.

En résumé, pour traiter l'immobilier haut de gamme, il faut combiner un ancrage local afin de connaître au plus près le marché adressé et un réseau international pour mieux appréhender une clientèle cosmopolite. La baseline de l'un de nos correspondants résume parfaitement la spécificité de notre métier : « *I am local, I am global !* » Je la transformerais même en « *We are local, we are global* », tant la collaboration des différentes équipes Féau entre elles et avec les membres de notre réseau international est devenue la norme.