Presse écrite FRA

Capital

Famille du média : **Médias d'information générale (hors PQN)**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **1403000**

Sujet du média : **Economie-Services Industrie**





Edition : **Aout 2022 P.38-40**

Journalistes : **MARC LOMAZZI**

Nombre de mots : **1640**

Entreprises Succès

Comment la famille PAP résiste au Boncoin et à SeLoger

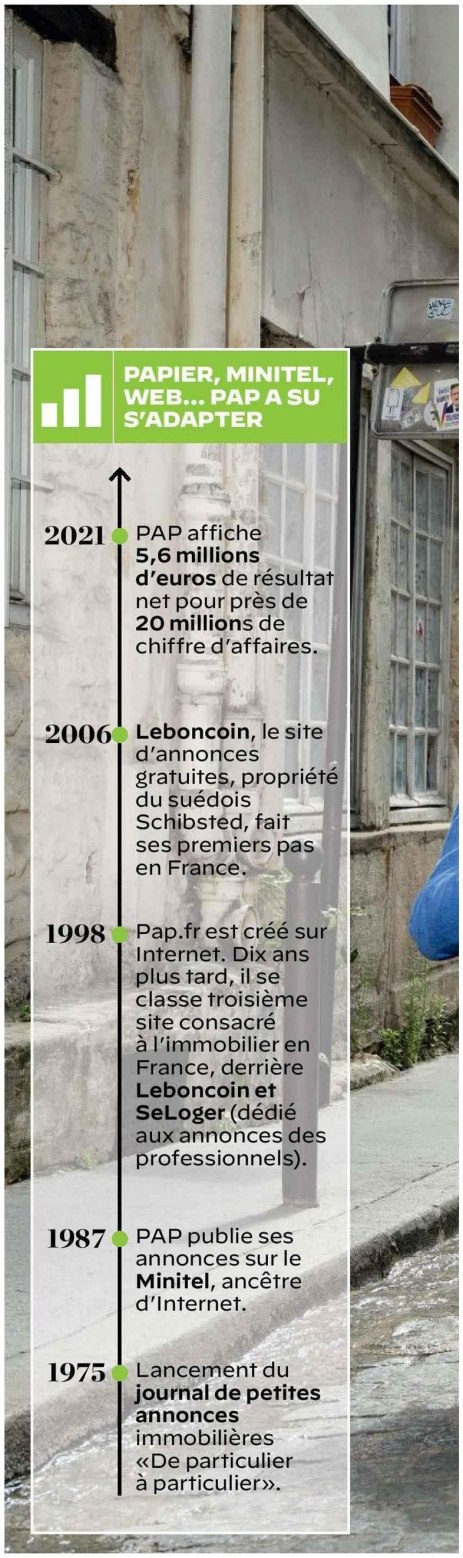
En 1975, la famille Jolly lançait «De particulier à particulier». Un demi-siècle plus tard, le modeste journal de petites annonces est devenu une pépite du Net qui a résisté à tous les soubresauts du marché immobilier.

Quand, en 2013, Corinne Jolly a exprimé le souhait de prendre la direction de PAP, ses parents Catherine et Patrick n'étaient pas très chauds. Après quarante années de combat contre les agences immobilières, le couple de soixante-huitards ne se voyait pas encore raccrocher. Mais la jeune femme, ingénieure de formation, se sentait de taille à imaginer le nouveau PAP, à l'heure d'Internet. «On était réticents, c'était notre aventure», reconnaît sa mère. «Ça a été douloureux de lâcher, mais Corinne était motivée et Internet, ce n'est pas notre truc», admet son père.

Pas de regret à avoir, alors que la famille prend la pose devant la photographe de Capital. Le navire PAP tient toujours bon. Malgré les deux confinements, qui ont obligé les agences immobilières «en dur» à fermer, et, plus récemment, la remontée brutale des taux d'intérêt, le groupe familial semble insubmersible. Et surtout très rentable. En 2020, l'entreprise a affiché un résultat avant impôts de 4,2 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 20 millions. Rebelote en 2021 avec un bénéfice de 5,6 millions d'euros. Fort des 150 000 annonces immobilières publiées chaque année, dont 70% finissent devant le notaire, le business model fait toujours ses preuves. «Nous n'avons jamais connu de pertes, assure Corinne Jolly. Nos résultats financiers sont stables parce que nous ne dépendons pas comme les agences immobilières des commissions versées et donc des hauts et des bas du marché.»

Dérouler l'histoire de PAP, c'est comme raconter les révolutions successives qu'a connues le marché de la pierre. En 1975, Catherine Néressis et Patrick Jolly – elle en fac de lettres à Nanterre, lui en école d'ingénieur en bâtiment – créent «De particulier à particulier» presque sur un coup de tête. Le couple était en quête de son premier logement. «Avec la commission de l'agence, le dépôt de garantie et le premier mois d'avance, il fallait sortir trois mois de loyer, on n'avait pas les moyens», se souvient Patrick. Pourquoi, se disent-ils alors, ne pas lancer un journal de petites annonces immobilières sur le modèle de «La Centrale des particuliers» dans l'automobile ?

Le jeune couple engloutit toutes ses économies (20 000 francs) dans le projet et, le 17 octobre 1975, un nouveau titre débarque dans les kiosques. Vendu 3,50 francs, le premier numéro ne compte que 12 pages et une centaine d'annonces illustrées de rares photos en noir et blanc. Les 10 000 exemplaires s'arrachent en une matinée. «Dans nos colonnes, proclame l'édito du premier numéro, pas d'agences immobilières, pas de marchands de biens, pas d'officines de location. Pas de piège en somme.» Militant mais pas gratuit, l'hebdo plafonne rapidement à



Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.



Patrick et Catherine Jolly ont passé le flambeau à leur fille Corinne. «Le Web, ce n'était pas notre truc», disent-ils.

MAGALI DELPORTE POUR CAPITAL

29710 PARTICULIER3 - CISION 5385343600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Entreprises Succès

En juin, le site a lancé un service automatique d'**estimation des biens**

20 000 ventes. A l'été 1976, une pub dans le métro va tout changer : «Vous cherchez un logement ? "De particulier à particulier", tous les jeudis chez votre marchand de journaux». L'affiche fait mouche. Les ventes décollent, les annonces affluent et les caisses se remplissent. «On a même commencé à se verser un salaire», dit Catherine.

Le titre s'écoule bientôt à 100 000 exemplaires par semaine. Succès décuplé lorsqu'en 1987 est lancé 3615 PAP. «Pour nous, le Minitel a été une révolution», proclame Patrick Jolly. Le terminal, ancêtre d'Internet, équipe alors 5 millions de foyers. A chaque connexion, PAP touche sa part de la facture de téléphone. C'est le jackpot. Grâce aux recettes miracles du Minitel, le titre amiral s'enrichit d'autres journaux consacrés à la construction individuelle, aux demeures de charme, aux bureaux et commerces, aux locations de vacances… au total, une douzaine de titres et de guides pratiques ou juridiques voient le jour. Un mini-empire de presse ! La montée en puissance d'Internet va pourtant ébranler le bel édifice. «Le Minitel ne coûtait rien et rapportait beaucoup d'argent. Internet, c'est l'inverse», se désole Patrick Jolly.

Le virage du Web, c'est Corinne qui l'a négocié. Aux commandes, elle a mis à jour le moteur de recherche, basculé les infos pratiques et les conseils juridiques sur la Toile, lancé la nouvelle appli… Les résultats sont là : 400 000 visites revendiquées par jour et une appli téléchargée 3 millions de fois. On aurait pu imaginer que l'arrivée du mastodonte Leboncoin, qui ne facture ses annonces qu'aux professionnels, allait sonner le glas de PAP. Avec 12 millions de visiteurs uniques dans la catégorie immobilier, la filiale française du norvégien Adevinta ne fait-elle pas quatre fois mieux que PAP dans le dernier classement Médiamétrie ? «Seule une petite partie des gens qui venaient chez nous sont partis sur Leboncoin», balaie Corinne Jolly. Quant à SeLoger, l'autre poids lourd du Net, il reste à plus de 90% consacré aux annonces des professionnels.

De ses parents, la patronne de PAP a conservé la fibre militante et n'hésite jamais à croiser le fer avec les agences immobilières. Au point de proposer depuis 2019 un package de services (assistance juridique, visite virtuelle, coaching…) baptisé tout bonnement «Mieux qu'une agence». La provocation de trop pour la Fédération nationale de l'immobilier, la Fnaim, qui a porté plainte pour exercice illégal de la profession. En vain. Fin juin, le groupe a lancé un nouvel outil gratuit d'estimation automatique en ligne des biens immobiliers. «Notre estimation donnera en toute transparence la valeur du bien, les explications de la décote ou de la surcote par rapport au marché et le prix des ventes réalisées aux alentours», détaille Corinne Jolly.

Autre innovation, PAP héberge depuis quelques semaines une plateforme dédiée donnant accès gratuitement aux offres de locations HLM des bailleurs sociaux partenaires de l'opération. «Vous remplissez un dossier et nous vous disons immédiatement si vous êtes éligibles, sachant que 70% des Français sont éligibles au logement social», souligne Corinne Jolly. Avec ce nouveau service, PAP est présent sur l'intégralité des segments du marché immobilier (achat, vente, neuf, location, loisirs, HLM) et se pose plus que jamais en rival des Century 21, Laforêt, Orpi, Guy Hoquet et autres.

Désormais, PAP doit aussi affronter la concurrence des agences 100% en ligne (Liberkeys, Welmo, Hosman…), qui se situent à mi-chemin de l'agence classique et de la vente entre particuliers. Ces néo-agences proposent leurs services (publication de l'annonce, visite virtuelle, gestion des rendez-vous) pour des forfaits fixes entre 1 000 et 5 000 euros. Les moins chères ne sont donc pas très loin du package complet à 790 euros de PAP.

Qu'en sera-t-il à l'avenir ? «En restant scotchés à l'idée que les agences immobilières sont inutiles, les Jolly font un contresens historique, tacle Sébastien de Lafond, cofondateur et ancien président de MeilleursAgents. Les propriétaires qui vendent en direct mettent plus longtemps à trouver un acheteur et leur bien se vend en général moins cher. PAP, c'est le miroir aux alouettes.» «Ce n'est pas vrai, réplique Corinne Jolly. En vendant sans intermédiaire, vous pouvez proposer un meilleur prix et donc vendre plus vite.» En partant du principe que les honoraires d'une agence tournent en moyenne autour de 5%, PAP assure faire gagner à ses clients 12 500 euros sur la vente d'un appartement valant 250 000 euros.

Pur produit des seventies, PAP résisterait donc à tout. Spécialiste de l'immobilier, l'économiste Michel Mouillart en est convaincu : «PAP est un acteur atypique, mais il a fait face aux nombreux séismes qui ont frappé l'immobilier depuis la crise des subprimes, et cela en restant fidèle à ses valeurs des débuts. Le dinosaure a sans doute la peau plus dure qu'on ne l'imagine.»

MARC LOMAZZI

"LES PRIX DE L'IMMOBILIER DEVRAIENT RECULER DE 3 À 7%"



DR

Henry Buzy-Cazaux, président de l'Institut du management des services immobiliers

Capital : Le marché immobilier va-t-il encore battre des records de ventes en 2022 ?

➔ Sans doute pas. Le rythme des ventes ralentit du fait des inquiétudes soulevées par la guerre en Ukraine et de l'inflation qui désolvabilise les ménages. Par rapport aux 1,2 million de transactions en 2021, un record, on peut s'attendre à une baisse de volume comprise entre 15 et 20%.

Faut-il s'inquiéter de la remontée des taux de crédit ?

➔ C'est l'autre grand sujet. Le coût du crédit ne fait que commencer sa hausse et, en suivant l'inflation, les taux à 20 ans devraient finir par augmenter de plus de 100 points de base, pour approcher des 3%. De plus en plus de candidats sont exclus du crédit, du fait des exigences des banques, mais aussi de la problématique très technique des taux d'usure.

Va-t-on assister à des baisses de prix ?

➔ Les conditions pour que les prix augmentent comme en 2021 ne sont plus réunies. Les délais de vente s'allongent, certains biens ne trouvent plus preneur… On risque donc d'avoir des corrections de 3 à 7%, après avoir connu des hausses dépassant 10% dans certaines villes l'an passé.

29710 PARTICULIER3 - CISION 5385343600502

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.