



**DOSSIER DE PRESENTATION  
DU CONCEPT PRO COMM**

---

MISE À JOUR JANVIER 2010

## **L'origine**

Pro Comm est une enseigne créée en 1997 par des agents immobiliers indépendants et/ ou franchisés pour leur activité « immobilier résidentiel », souhaitant développer en commun une nouvelle branche d'activité, la transaction de biens immobiliers d'entreprise et de commerce.

Fort d'une compétence juridique et fiscale particulière leur permettant d'aborder ce marché spécifique et surtout d'une capacité à faire développer un progiciel informatique dédié à servir cette nouvelle activité, ils mettent leurs moyens financiers et humains en commun.

Très vite les outils ainsi créés se révèlent efficaces et surtout très adaptés à ce type de marché. En effet rien ne sert d'avoir un bien à proposer sans avoir une potentialité de sortie; tout comme avoir des clients potentiels et ne pas pouvoir donner satisfaction à leurs recherches. Deux phénomènes que les créateurs de PRO COMM ont vite intégrés dans le cadre de transactions inter cabinets qui se sont développées entre eux.

Est alors né la réflexion de développer un RESEAU sous « licence de marque » les fondements du Réseau PRO COMM étaient posés.

## **Le projet**

Il s'agissait de développer un RESEAU de dimension NATIONAL, dans lequel tous les partenaires membres gardent leur indépendance de chef d'entreprise, tout en s'appuyant concrètement sur une structure qui leur permet d'accroître leur activité, leur chiffre d'affaires et leur efficacité. PRO COMM est basé sur un principe simple: le partage de l'information au travers d'un logiciel informatique commun pour une optimisation maximale des affaires en inter cabinets.

## **La philosophie**

Unir les forces de chacun pour un meilleur développement de tous, grâce :

- Au partage de toutes les informations concernant les différentes offres.
- A la gestion d'un fichier personnel des demandes d'acquéreurs potentiels.
- Au rapprochement automatique de l'offre et de la demande permettant de multiplier les affaires en inter cabinets, en toute transparence et efficacité.

## **Les apports de PRO COMM**

*L'adhésion au Réseau PRO COMM permet à chaque membre de :*

- gérer son fichier Biens
- gérer son fichier Clients
- accéder à l'ensemble du fichier Biens de tout le réseau en temps réel
- disposer en ligne de tous les documents nécessaires à une transaction immobilière
- accéder à des modules simples d'estimation de Biens, et de calcul du coût de transmission et des plus values réalisées.
- rapprocher automatiquement les acquéreurs potentiels du réseau de ses propres Biens.
- proposer les Biens du Réseau à ses acquéreurs potentiels
- diffuser ses annonces sur des sites Internet partenaires

*et de bénéficier des services ou prestations suivantes :*

- droit à l'utilisation de la marque PRO COMM
- un accès au progiciel « PRO COMM Evolution » en Intranet, disponible 24/24H
- une formation bimestrielle juridique ou fiscale spécifique, avec mise en ligne permanente des résumés.
- des formations mensuelles métier et/ou informatique.
- des modules de formations fiscales, juridiques, financières et métier par Internet
- un soutien juridique et fiscal permanent auprès d'un avocat.
- des outils statistiques de suivi d'activité.
- un site Internet Grand Public avec un module d'évaluation de Biens
- un site « agence » permettant la personnalisation des fichiers et des spécificités de chaque entité
- la fourniture de plaquettes et documents commerciaux à l'image Pro Comm
- d'adresses mail personnalisées [x.xxxx@procomm.fr](mailto:x.xxxx@procomm.fr) par collaborateur.
- des opérations ponctuelles de promotions types salons et publicité commune.
- des opérations d'animation des équipes de négociateurs.
- un challenge national de production
- un suivi opérationnel spécifique dans l'année d'ouverture.
- des économies d'échelle sur les différents services et abonnements.

Au-delà des prestations que nous nous engageons à fournir et des avantages économiques et organisationnels que vous retirerez de cette adhésion, le système permet à chaque adhérent de sortir de l'isolement professionnel propre aux micros entreprises et de bénéficier d'un effet d'échelle non quantifiable mais essentiel : il est toujours plus facile de décrocher une affaire quand votre futur client constate votre appartenance à une image nationale qui le rassure.

## **L'articulation Juridique**

Pour des raisons évidentes de confidentialité, ne sont fournies ici que les grandes lignes de la relation juridique entre les intervenants du projet. Le détail sera fourni individuellement au fur et à mesure de l'avancement de la relation que nous initions ici.

Les membres du réseau PRO COMM auront des relations institutionnelles et économiques avec deux structures juridiques distinctes.

- La société de franchise appelée dans ce document : PRO COMM
- un groupement d'intérêt économique, le « GIE groupe PRO COMM » formé exclusivement par tous les membres du réseau.

## **Les points forts de cette relation :**

### **1. Avec PRO COMM**

- chaque adhérent est un entrepreneur indépendant. Le choix de sa forme juridique est laissé à son appréciation, de même que l'organisation et la dimension de sa structure. En aucun cas, PRO COMM ne participe d'une façon ou d'une autre à la gestion des entités de ses membres, ni à leur capital. De la même manière aucun membre du Réseau ne peut être salarié de PRO COMM
- Les liens qui unissent les membres du réseau à PRO COMM sont des liens de clients à fournisseur.
- Un forfait mensuel couvre :
  - la mise à disposition, par Intranet, du progiciel « PRO COMM Evolution », et sa maintenance permanente.
  - une demi-journée de formation bimestrielle et 12 formations thématiques par Internet

### **2. Avec le « GIE groupe PRO COMM »**

- la mise en ligne automatique de tous les biens du membre sur des sites spécialisés et référencés
- diverses actions commerciales ou de publicités votées par les membres dans le cadre du budget annuel défini et voté en assemblée générale.
- des liens professionnels mais aussi coopératifs entre les membres entre eux et les membres et les instances dirigeantes.

## Applications de la charte graphique :

PRO COMM a élaboré une charte graphique.

Pour tirer tous les bénéfices des actions menées par PRO COMM et par le GIE, les membres du réseau doivent utiliser la charte graphique sur tous leurs documents et communications publicitaires.

Chaque membre du réseau devra se développer sous enseigne commerciale PRO COMM tout en respectant la charte graphique qui lui sera communiquée. Toutefois, chaque agence pourra accoler sa raison sociale à la marque PRO COMM. L'idée générale de cette exigence est de créer un réflexe PRO COMM, qui contribuera, selon les règles élémentaires du marketing, à développer le potentiel commercial, la notoriété et l'image de chacun.

La marque PRO COMM ne pourra être utilisée que pour l'activité « immobilier d'entreprise et de commerce » et en aucun cas être accolée aux autres activités développées par le membre du réseau.

## Les autres points importants

- **Territorialité** : chaque contrat est établi en fonction des spécificités géographiques liées à chaque implantation. Sur cette base, PRO COMM s'engagera à ne pas mettre en place un autre partenariat sans en faire état avec le membre en place, en sachant que l'exclusivité territoriale, si elle est justifiée en immobilier « résidentiel », n'a pas de sens en immobilier d'entreprise et de commerce. Toutefois, une exclusivité territoriale peut être consentie pour un territoire, à la condition que le membre s'engage à se développer localement par de nouvelles implantations selon un timing prévisionnel prédéfini voir de développer son propre réseau de « partenaires » locaux.
- **Rupture** : chaque membre pourra à tout moment se retirer du réseau, moyennant un préavis correspondant à la modalité précisée dans le contrat qu'il aura choisi.
- **Exclusivité mutuelle** : PRO COMM réserve l'exclusivité de ses moyens pour les membres dument affiliés. Ceci exclut donc toutes les agences ou mandataires immobiliers en dehors du réseau. Inversement chaque membre s'engage à entrer tous les mandats de biens sur la base informatique commune.
- **Conditions financières** : les modalités financières sont établies pour favoriser la trésorerie de chaque membre. En particulier, rappelons qu'il n'existe aucune redevance sur le CA. Les cotisations mensuelles correspondent essentiellement à des frais inhérents à l'exploitation de chacun.
- **La contrainte légale** : la profession d'agent immobilier est réglementée par la loi HOGUET qui restreint l'accès à la carte professionnelle. Pour les créateurs, seules les personnes ayant obtenu un diplôme sanctionnant des études supérieures ou pouvant justifier d'équivalence seront en mesure d'obtenir la carte professionnelle.

## **Le marché visé**

Notre structure et notre expérience nous permettent d'avoir une efficacité maximum sur les ventes, locations, cessions de droit au bail de boutiques, bureaux, locaux commerciaux, d'immeubles, d'entrepôts, cessions de fonds de commerce et transmissions d'entreprises.

## **L'activité**

Le marché actuel est en plein essor grâce à la dynamique des centres villes qui reprennent vie avec l'arrivée des grandes enseignes nationales et internationales, qu'elles soient franchisées, succursalistes ou intégrées. D'où la nécessité du Réseau face à l'organisation de ces intervenants nationaux. A cela s'ajoute le besoin grandissant de surfaces de bureaux avec tous les éléments de confort obligatoire aujourd'hui, sans oublier la logistique, avec des besoins, là aussi, de plus en plus important avec le développement du commerce par Internet, nécessitant de la surface de stockage.

## **La concurrence**

Elle est peu présente sur ce marché extrêmement diversifié et diffus. Quelques grandes enseignes nationales se partagent le marché des grands ensembles de bureaux (> 2500 m<sup>2</sup>), de dépôts logistiques (> 5000 m<sup>2</sup>), de centres commerciaux, en délaissant les affaires locales de moindre importance. Certains acteurs locaux ont su tirer parti de cet état de fait pour surfer sur ce marché local de niche et de centre-ville, mais ils sont peu nombreux et souvent isolés.

PRO COMM est le seul intervenant national réellement spécialisé sur ces créneaux de l'ensemble des transactions immobilières d'entreprises et commerces.

## **Les perspectives de développement**

L'avenir de l'immobilier d'entreprise est prometteur. Ce marché ne souffre pas de la concurrence du particulier comme c'est le cas sur le marché immobilier résidentiel.

Les transactions en immobilier d'entreprise et de commerce sont, à plus de 70% des cas, réalisées par des professionnels. Par exemple, les murs commerciaux, en général moins chers que les biens d'habitation, offrent une bien meilleure rentabilité et un risque d'impayés nettement inférieurs à celui relevé en immobilier d'habitation.

On peut constater d'ailleurs un vif regain d'intérêt des investisseurs institutionnels pour l'immobilier d'entreprise et de commerce.

## **PRO COMM en 2009.**

A ce jour **32 agences** sont membres de PRO COMM. Elles totalisent plus de **4.800 affaires** en fichier et plus de **8 000 prospects** référencés et dont plus de 4 000 en démarche active.

Le réseau a généré **3.245 affaires nouvelles en 2009** et plus de **18.000 rapprochements** entre acquéreurs et vendeurs.

Le site Internet [www.procomm.fr](http://www.procomm.fr) et sa déclinaison de sites agence génèrent près de **22.000 visites** par mois.

## Les atouts de PRO COMM

### *Les membres du Réseau PRO COMM se distinguent par :*

- **Leur proximité** : elle permet d'avoir une parfaite connaissance des acteurs du marché de leur zone respective ou de leur spécialité de secteur d'activité, des valeurs locatives ou vénales par zone géographique ou secteur d'activité, de la qualification des emplacements.
- **Leur taille** : nos membres, de par leurs tailles et leurs implantations, créent une dynamique permanente entre vendeurs/cédants/propriétaires et prospects à la recherche de nouveaux emplacements. De l'institutionnel au petit commerçant en passant par l'entreprise ou l'investisseur privé, tout client pourra trouver au sein du Réseau PRO COMM un interlocuteur efficace.
- **Leur rôle de conseil** : la connaissance de ces micro marchés leur permet de valider auprès de leurs clients la faisabilité de leur projet, de les accompagner tout au long de leur développement, d'étudier les potentialités de croissance d'une activité, d'un secteur, d'un marché, de les rassurer. Ils seront, pour leurs clients, l'interlocuteur privilégié qui bénéficie de la compétence de l'ensemble des membres du Réseau.
- **Leur état d'esprit** : les membres du Réseau PRO COMM sont mus par le même esprit de partage des informations recueillies. La diffusion en temps réel de ces informations et son traitement automatisé permet le rapprochement immédiat de tous les acquéreurs potentiels du Réseau. La confiance réciproque que les membres du Réseau s'accordent favorise les contacts et impacte positivement le chiffre d'affaire de chacun.

## Les Contrats d'adhésion à PRO COMM

L'enseigne a mis au point une formule d'intégration par paliers, permettant de développer un réseau pérenne et sain.

L'accès au Réseau peut se faire de deux façons.

- Une adhésion d'évaluation : **Le contrat Junior**  
Ce contrat est conclu pour une durée maximum d'une année et se transforme en contrat Senior si le membre le désire en deuxième année.  
Dans le cas contraire il cesse au bout de l'année d'évaluation.
- Une adhésion permanente : **Le contrat Senior**  
Ce contrat est conclu pour une durée minimum de deux ans renouvelable au gré du membre du Réseau, sans conditions financières nouvelles.

## Les membres recherchés

- 1 Créateur, Cadre d'entreprise en reconversion et/ou entrepreneur désireux de créer son propre cabinet d'affaire en immobilier d'entreprise et commerce.

Outre l'obligation d'être en mesure d'obtenir la carte professionnelle nécessaire à l'exercice de notre profession, le créateur devra se rapprocher le plus possible du profil idéal ci-dessous pour la réussite de son entreprise.

Par ordre d'importance,

- Il aura déjà eu une expérience dans la vente, de préférence de services aux entreprises. Il sera ainsi capable de se constituer et de gérer une clientèle.
  - Il pourra justifier d'une réussite professionnelle ou d'une formation initiale supérieure qui lui sera utile dans le cadre de sa relation avec ses interlocuteurs vendeurs ou acheteurs
  - il possédera un esprit d'équipe et aura la volonté d'exercer son métier dans la coopération et le partage de valeurs essentielles telles que transparence et confiance.
  - Il aura des notions de gestion d'équipe et de recrutement dans le cadre d'un développement futur envisagé.
  - Il aura déjà exercé un métier indépendant ou une fonction exigeant une grande autonomie.
  - Il connaîtra le tissu commercial et/ou industriel local.
- 2 L'agent immobilier indépendant à la tête d'une affaire de bonne notoriété exerçant déjà sur le marché de l'immobilier d'entreprise et commerce, souhaitant trouver l'appui d'une organisation pour se développer.
  - 3 L'agent immobilier, indépendant ou non, exerçant son activité dans l'immobilier résidentiel ayant une forte volonté de créer un département spécifique en immobilier d'entreprise et commerce.

## Le planning

Notre objectif est de couvrir la France par au moins un adhérent par département, avec des positions particulières sur les plus grandes villes de France.

*Si, après lecture de ce document, vous pensez que nous pouvons répondre à vos aspirations, nous vous invitons à prendre contact avec nous par retour de mail.*

L'étape suivante sera un entretien téléphonique d'environ **30** minutes, à l'issue duquel nous pourrions convenir d'un entretien en « face à face », au siège de PRO COMM, en présence du Président fondateur. Lors de cet entretien d'environ **3 H**, nous vous présenterons en détail notre organisation et nos outils de travail.

A l'issu de celui-ci, si vous le souhaitez, il vous sera adressé, conformément à la loi DOUBIN, le Document d'Information Précontractuel (DIP) contenant, entre autres, **le contrat de « licence de marque PRO COMM »**.