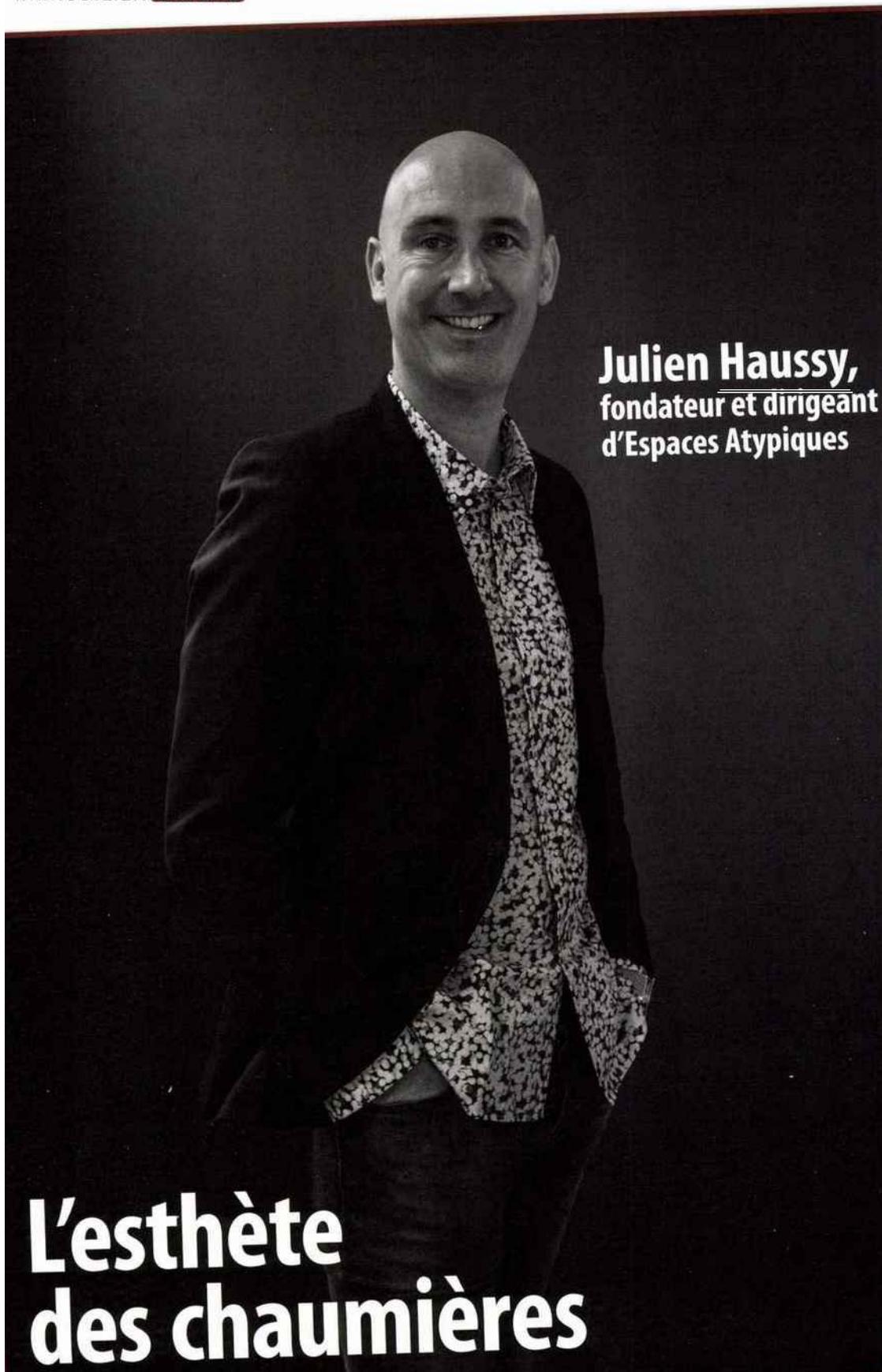




IMMOBILIER **RÉVÉLATION**



Julien Haussy,
fondateur et dirigeant
d'Espaces Atypiques

**L'esthète
des chaumières**



Dans l'horizon, passablement encombré, de l'immobilier français, le réseau Espaces Atypiques fait franchement figure de drôle de « zèbre ». Depuis maintenant dix ans, époque de sa mise en orbite, cette enseigne passée à l'heure de la franchise ne cesse, en effet, d'étonner et de détoner par ses propositions de biens où les notions d'habitat traditionnel et de confort « bourgeois » se voient sérieusement bousculées par celles, résolument pointues, d'architecture, d'art et de design.

Par Philippe Dayan

Si l'habit est supposé ne pas faire le moine, et que les apparences se révèlent (souvent) trompeuses, cela n'empêche hélas en rien de verser facilement dans le travers très humain des clichés et des à priori. Dans le cas d'un concept d'entreprise comme l'est « Espaces Atypiques », le nom même d'une telle enseigne laisse imaginer son créateur donnant dans le genre bohème, le cheveu (long) au vent et l'allure un rien dandy dégingandé. Et bien non, Julien Haussy, père fondateur de ce qui est devenu, en une décennie tout juste, un florissant réseau immobilier affichant un chiffre d'affaires de quinze millions d'euros, trente-cinq agences (quatre en propre, les autres en franchise), et un effectif de cent quatre vingt cinq collaborateurs, ne correspond en rien à ce genre d'imagerie d'Épinal. Physiquement du moins parce que sous le ton posé, le sourire affable et le geste mesuré, l'intervieweur que l'on est ne tarde pas à y déceler l'âme d'un esthète totalement « fondu » d'architecture et de design lui ayant forgé un regard sur le monde et, plus spécifiquement, sur ses différents types d'habitat aussi aguerris sur le plan de l'immobilier stricto sensu que décalé, pour ne pas dire atypique, sur celui du style. À l'image, au fond, du parcours de celui qui ne s'imaginait absolument pas dans la peau d'un entrepreneur, et encore moins dans le rôle d'un futur Cador du secteur.

~ Un itinéraire pour le moins ... atypique ! ~

Né en 1975, à Toulouse, la « ville rose » si chère au cœur du grand Claude Nougaro, il grandit au sein d'une famille que les sociologues rangent volontiers dans la catégorie « classe moyenne », avec un père prothésiste dentaire à son compte et une mère secrétaire médicale. Très jeune, ce plutôt très bon élève, tendance matheux, se découvre une irréprouvable vocation pour le violon. Au point de l'amener à entrer au Conservatoire de musique local, avec l'espoir de pouvoir intégrer à son issue le prestigieux orchestre du Capitole. La réalité de son niveau, « excellent mais pas exceptionnel », dans l'art de manier l'archet lui fait rapidement comprendre que ce ne serait pas une carrière de concertiste, mais au mieux de professeur de musique qui l'attendait. Ne se sentant aucune affinité particulière avec l'enseignement, il songe à bifurquer vers l'architecture, son autre grande passion, qui le motivait, enfant, à dessiner des immeubles et à réaliser des maquettes de maison avec ses legos. La difficulté à percer dans ce milieu, sans aucun réseau ni recommandation d'aucune sorte, le persuade au bout du compte à emprunter, plus sagement, la voie d'une école de commerce. Après une classe prépa HEC option générale suivie à Toulouse, il part pour Reims afin de rallier Sup de Co, un établissement choisi en raison de l'accord passé avec la Northeastern University de Boston lui

permettant de compléter sa formation française avec un MBA. Ses études achevées, préférant au service militaire en caserne alors encore obligatoire, la formule de la coopération en entreprise, il s'expatrie au Pakistan pour le compte d'Alcatel. Il y reste un an et demi en tant qu'assistant du directeur financier. De retour en France, et toujours sous la casaque du téléphoniste, il devient responsable du recouvrement export. Un poste qu'il occupe une année avant de rallier, en 1999, l'opérateur télécom MCI Worldcom. Nouveau cap, en 2002, avec son arrivée au sein du groupe Caisse d'Épargne. D'abord, via sa filiale Gestitres où il coiffe la casquette de responsable de la politique tarifaire et plan stratégique. Il y reste trois ans, puis intègre le siège, à la direction du contrôle de gestion du groupe afin de piloter le département financier des filiales assurance et immobilier, tout en participant au plan stratégique global.

Pourtant, si Julien Haussy paraissait bien parti pour effectuer toute sa carrière professionnelle sous le signe du salariat, son indéfectible addiction à l'architecture le conduit à s'intéresser de très près à son logique corollaire qu'est l'immobilier, et à acquérir régulièrement des biens qu'il restructurait à son goût avant de les revendre « pour acheter plus grand et plus beau ». L'occasion de sauter le pas d'une nouvelle aventure en propre survient à la fin de l'année 2007. Le propriétaire d'une agence immobilière implantée à Romainville où il réside alors lui propose de la racheter. S'il la refuse au prétexte de ne pas vouloir se lancer dans l'immédiat, l'envie latente de coiffer un jour la casquette de négociateur l'amène à étudier sérieusement un marché alors bien portant. « S'il a découlé de mes investigations la certitude de vouloir m'y lancer, je ne tenais pas du tout, en revanche, à reprendre une agence en banlieue parisienne pour pratiquer de l'immobilier traditionnel. Je souhaitais envisager cette activité sous l'angle d'une véritable création d'entreprise, en accord avec ma façon de penser et ouvrant des perspectives business intéressantes ».

~ Un concept aujourd'hui très « bankable » ~

En 2008, il décide de prendre un congé sans solde au titre de la création d'entreprise, avec possibilité de réintégration en cas d'échec, et d'investir ses soixante-dix mille euros d'économies. Mais à peine son affaire est lancée que survient la fracassante faillite de la banque américaine Lehman Brothers, dans le sillage de la crise des subprimes. Parmi les funestes conséquences qui en résultent pour l'économie mondiale, l'effondrement du marché immobilier. Paradoxalement pourtant, ce qui pour d'autres sonne le glas, revêt dans son cas une dimension de « pain béni ». En effet, le marasme général poussant nombre de propriétaires à vouloir revendre illico presto leurs biens, le jeune entrepreneur n'a aucun mal,

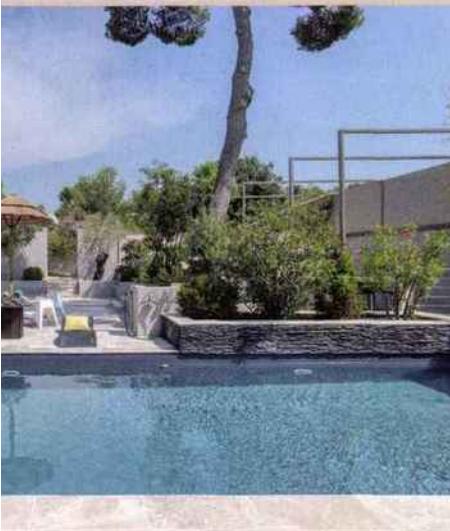


depuis son appartement qui lui sert au départ de bureau, de rentrer en à peine trois mois d'activité et grâce, non à une prospection téléphonique intensive mais à une hypercommunication sur Internet, une cinquantaine de mandats correspondant à ses critères de sélection. « Le secret de la réussite en immobilier étant d'avoir du stock, j'ai pu ainsi m'affirmer quasiment d'emblée comme un acteur important par rapport à la concurrence ». Sa première vente réalisée à vitesse tout aussi supersonique : un somptueux duplex avec terrasse panoramique perché au sommet d'un immeuble neuf implanté à la Plaine Saint-Denis. Après une décennie d'activité émaillée par la découverte de « perles » prenant des formes aussi diverses que celles du duplex, de la péniche, du loft, de l'atelier d'artiste, de la maison d'architecte, de l'appartement de caractère haussmannien revisité par un designer, d'une grange de ferme réhabilitée ou d'un ancien local commercial – un beau livre publié par le réseau* en dévoile une vingtaine parmi les plus incroyables -, le fondateur d'Espaces Atypiques estime son réseau passé en mode franchise depuis 2013 déjà bien développé sur le territoire. « Nous sommes actuellement sur quarante-cinq départements. Or, une agence Espaces Atypiques équivaut à un

département dans la mesure où notre positionnement de niche représente 1% du marché. Nous irons donc au grand maximum jusqu'à soixante agences ». Une extension à l'international ? Julien Haussy ne fait pas mystère d'y songer depuis quelques années, et confie mettre en place une réflexion stratégique en ce sens tout au long de 2019 pour un lancement prévu en 2020. « Je vise l'Europe, le Canada et les États-Unis. Mais il pourra aussi s'agir de spots hors de ces pays. Une centaine sont recensés dans le monde où les gens ayant de l'argent se rendent pour investir ». Et sur le chapitre d'éventuelles diversifications ? « Nous déployons cette année des partenariats dans l'optique de proposer des services en amont et en aval de la transaction immobilière. L'idée étant ainsi de nous positionner comme un « clé d'or », en développant notamment la « chasse » immobilière. Je pense aussi que la marque Espaces atypiques pourrait tout-à-fait un jour se décliner dans des activités connexes du type agences de voyage, maisons d'hôtes, boutiques-hôtels ou galeries d'art ». ▀

**Éditions de La Martinière,
192 pages, 45 €.*





Depuis une décennie, Espaces Atypiques a pour crédo exclusif la découverte de « perles » immobilières prenant des formes aussi diverses que celles du duplex, de la péniche, du loft, de l'atelier d'artiste, de la maison d'architecte, de l'appartement de caractère haussmannien revisité par un designer, d'une grange de ferme réhabilitée ou d'un ancien local commercial.