

Espaces Atypiques : « Nous avons traversé la crise sans fermer une seule agence »

Espaces Atypiques, spécialiste des biens immobiliers qui sortent de l'ordinaire, pilote 88 agences en France pour 600 collaborateurs. Arrivée en 2009 comme négociatrice, Alexandra Hyron a piloté le virage en franchise en 2014 en tant que directrice du réseau. Nommée directrice générale en 2019, elle défend un modèle hybride (franchise et succursale) qui performe dans un marché en rebond.

Quels sont vos critères pour qu'un bien entre chez vous ?

Alexandra Hyron : Ce sont des biens qui sortent de l'ordinaire, qui créent un coup de coeur, de l'émotion, et dans lesquels les gens peuvent se projeter, s'exprimer. Après, cela dépend des secteurs : cela peut être une rénovation remarquable, une maison d'architecte, un lieu détourné de son usage d'origine, une péniche... Ce qui est atypique dans une région ne l'est pas forcément dans une autre. L'essentiel, c'est ce petit effet "waouh".

Comment vous positionnez-vous sur le marché immobilier ?

A.H : Cela dépend un peu des régions, parce que nous sommes implantés partout en France. Mais globalement, nous sommes un réseau haut de gamme : le prix moyen des biens que nous vendons est environ deux fois et demie la moyenne nationale. Nous sommes donc parfois en concurrence avec des réseaux premium ou de luxe, en termes de panier moyen. Mais nous ne sélectionnons pas nos biens par le prix : c'est leur caractère atypique qui prime.

Dans tous les cas, nous surperformons le marché. Les deux dernières années ont été compliquées pour l'immobilier, avec des hausses de taux rapides. Nous avons reculé, mais moins que la moyenne nationale. Et 2025 est une très bonne année de reprise pour nous : alors que le marché devrait remonter de 10 à 12 %, nous sommes à +25 % par rapport à 2024, avec un chiffre d'affaires un peu au-dessus de 46 millions d'euros. En termes d'ouvertures d'agences, on a plutôt stabilisé que développé. La reprise se fait progressivement et le développement reprendra davantage en 2026.



Espaces Atypiques.

L'idée est donc de garder un réseau mixte (franchise et agences en propre) ?

A.H : Oui, cela me plaît beaucoup. Le franchiseur, en ayant aussi des succursales, reste vraiment impliqué dans toutes les décisions. Nous avons des agences pilotes, ce qui est intéressant. Et les franchisés nous apportent aussi une vision d'entrepreneurs. C'est un format très riche.

Comment avez-vous vécu les trois dernières années ?

A.H : Cela a été difficile. Mais nous avons beaucoup travaillé : formation continue, recrutement, accompagnement des équipes. Nous avons formé plus de 180 personnes cette année, par exemple. Nous avons suivi nos équipes sur le terrain, et surtout, nous n'avons fermé aucune agence. Nous avons perdu des transactions par rapport aux années précédentes, mais moins que la moyenne nationale. Le rebond est surtout visible dans les grandes métropoles, Paris et la région parisienne notamment. Le marché des résidences secondaires reste encore un peu plus lent.

Comment expliquez-vous ce rebond dans les grandes villes ?

A.H : Les taux sont redescendus à des niveaux acceptables et les prix ont baissé, ce qui redonne du pouvoir d'achat. On est aujourd'hui autour de 3 % de taux, contre plus de 4 % l'an dernier. Le problème, c'est que les taux étaient montés très vite : on est passés d'environ 1 % à 4 % sans que les prix n'aient eu le temps de s'ajuster. Aujourd'hui, les prix se sont ajustés, les taux reviennent à un niveau "normal", donc les transactions repartent.



Espaces Atypiques.

Sur le plan des innovations, que propose Espaces Atypiques ?

A.H : Nous avons toujours voulu nous démarquer et proposer une expérience client différente. Par exemple, nous avons créé le *Club Espaces Atypiques* : il permet à nos clients acheteurs et vendeurs de bénéficier d'avantages chez des partenaires sélectionnés (décoration, mobilier, travaux, etc.). Nous formons nos équipes à l'IA avec des cas d'usage concrets. Nous faisons également des ventes interactives, proches d'enchères en ligne. Et notre site internet est en constante évolution.

Quels sont vos objectifs pour l'année prochaine en termes d'ouvertures d'agences ?

A.H : Nous couvrons 63 départements, donc il reste une partie du territoire à mailler. Si nous pouvions ouvrir entre quatre et six agences en 2026, ce serait bien. Nous envisageons aussi un développement hors de France : ouvrir une ou deux agences dans de grandes villes européennes, ou même à Marrakech, serait un beau projet.