

Une visibilité stratégique auprès d'une clientèle premium internationale : Belles Demeures est un véritable atout de sélection.

A la tête de deux agences Espaces Atypiques à Bordeaux et sur le Bassin d'Arcachon, Clément Kaufmann évolue sur un marché immobilier haut de gamme où exigence et visibilité vont de pair. Spécialiste des biens singuliers et de caractère, il décrypte la reprise progressive du segment du prestige et partage ses leviers d'activité via les solutions de Belles Demeures, la référence du marché immobilier de luxe en France.



Pouvez-vous nous présenter votre activité ?

Je suis franchisé du réseau Espaces Atypiques avec une agence à Bordeaux et une à Arcachon, ce qui nous permet de couvrir environ 80 % du département de la Gironde. Nous comptons une vingtaine de négociateurs répartie sur les deux agences. Nous travaillons sur une niche, celle des biens singuliers et atypiques qu'il s'agisse d'une élégante villa arcachonnaise sur le Bassin, comme d'une échoppe bordelaise rénovée par un architecte. Nous réalisons principalement de la transaction, qui représente 98 % de notre activité, avec un peu de location sur des biens de qualité, mais sans activité de gestion.

Comment se porte aujourd'hui le marché de l'immobilier de prestige ?

Depuis janvier, nous sentons une nette amélioration. **Le marché n'est pas encore euphorique, mais les acquéreurs sont de retour.** Nous observons de nouveaux projets, avec des profils sérieux et des intentions d'achat bien définies. Sur des marchés comme Bordeaux et surtout le Bassin d'Arcachon, nous constatons un regain d'intérêt progressif, notamment sur les biens les plus qualitatifs.

Quels sont vos besoins spécifiques pour opérer sur ce segment du prestige ?

Notre priorité absolue est la visibilité auprès d'une clientèle exigeante, premium et étrangère. Avec un nombre encore limité d'acquéreurs, il est essentiel de rendre nos biens les plus visibles possible pour capter ces profils qualifiés.

Sur des marchés premium, comme le Bassin d'Arcachon et Bordeaux, les acquéreurs **utilisent le portail Belles Demeures comme un véritable filtre de sélection**. Ils viennent y chercher des biens qui correspondent précisément à leurs critères de prestige. Résultat : nous recevons beaucoup de contacts qualifiés via notre partenaire Belles Demeures, particulièrement sur le Bassin d'Arcachon. Les chiffres parlent d'eux-mêmes puisque pour ce dernier, nous avons ainsi reçu près de 200 contacts sur une année, ce qui représente près de 30 % de l'ensemble de nos contacts générés. Du volume mais surtout des contacts de qualité qui transforment.

Quelles solutions utilisez-vous et en quoi sont-elles différenciantes ?

Nous utilisons notamment le Boost Email proposé par [Belles Demeures](#) et surtout les Boost Lists, qui nous permettent de mettre en avant nos nouveautés et nos « pépites ». C'est un véritable levier pour valoriser nos biens et les faire ressortir face à la concurrence. Cette mise en avant crée une visibilité supplémentaire qui est, pour nous, une véritable plus-value.

Etes-vous satisfait de la relation avec les équipes Belles Demeures ? Comment cela se matérialise sur le terrain ?

Aujourd'hui, le fait d'avoir un **interlocuteur unique** facilite grandement les échanges et améliore la réactivité. Nous entretenons une très bonne relation avec notre responsable commerciale dont l'écoute est attentive et avec laquelle un dialogue constructif est engagé pour répondre à nos besoins. Par ailleurs, en tant qu'ambassadeur SeLoger depuis cette année, j'ai des échanges réguliers avec les équipes communication et produit chez SeLoger - Belles Demeures en amont des lancements de nouveaux outils. Nous sommes sollicités pour donner notre avis, ce qui rend la collaboration enrichissante et constructive. Nos retours et l'évolution de nos besoins sont pris en compte pour améliorer les solutions proposées par le groupe SeLoger.

Quel regard portez-vous sur la digitalisation du métier d'agent immobilier ?

Nous y sommes très attentifs. Il est indispensable de suivre les tendances, notamment celle de l'intelligence artificielle qui peut fluidifier et simplifier de nombreuses démarches au quotidien pour les agents immobiliers. Les réseaux sociaux occupent également une place stratégique. C'est un univers en évolution permanente, qui impose de se remettre en question. Une présence digitale forte, une notoriété bien travaillée et une visibilité qualitative sont aujourd'hui incontournables.

Quelles sont vos attentes pour les années à venir en tant que professionnel opérant sur ce marché du luxe ?

Notre attente principale est évidente : **des contacts de qualité, en quantité**. C'est le cœur de notre business. Nous avons besoin d'un investissement constant de la part de nos portails partenaires pour continuer à générer des leads qualifiés et performants.