



IMMOBILIER

La plateforme immobilière Leemo mise sur son « taux de fraîcheur »

Plateforme de distribution en immobilier neuf, Leemo est détenue par deux entreprises majeures du secteur de l'immobilier et de la gestion de patrimoine : Foncia et Primonial. Nous avons rencontré Julie Desouches, sa responsable du développement commercial et Pierre Lestang, son directeur général depuis fin 2019.

Propos recueillis par Sébastien Bureau

En quoi consiste l'activité de Leemo ?

La plateforme Leemo distribue de manière exclusive son offre en immobilier neuf auprès des réseaux de distribution de nos actionnaires Foncia et Primonial. Ce partenariat permet à Leemo d'être un acteur incontournable auprès des promoteurs et des commercialisateurs. Néanmoins, nous travaillons également avec d'autres réseaux de distribution ainsi que des conseillers en gestion de patrimoine indépendants. Ces derniers réalisent d'ailleurs la grande majorité des ventes. Notre stratégie est donc de renforcer encore plus ce canal de distribution. Par rapport à ses actionnaires Foncia et Primonial, Leemo conserve un fonctionnement autonome au niveau décisionnel et opérationnel, ce qui permet une grande réactivité.

En cette période de crise, quel est l'apport d'une plateforme digitale ?

Depuis le début d'année 2020 et surtout en cette période de crise sanitaire sans précédent, nos partenaires ont tous été confrontés dans leur quotidien à une dématérialisation du parcours client. Au niveau professionnel, le télétravail s'est imposé. De plus, la crise de la Covid-19 combinée aux élections municipales a diminué drastiquement le nombre de mises en chantier et de délivrance de permis de construire en 2020. Grâce à ses outils digitaux, la plateforme Leemo a démontré ainsi son utilité aux CGP confrontés à une difficulté accrue d'accès à l'offre immobilière. En proposant un moteur de recherche performant de l'offre immobilière nationale, toutes fiscalités confondues, Leemo combine le meilleur du digital et

de l'humain à destination des professionnels, avec ses services d'accompagnement commercial et de back-office. Grâce à ses relations avec plus de 85 promoteurs français, la plateforme propose une offre globale en un clic : avec une recherche simple selon des critères grand public (typologie du bien, prix, ville, fiscalité, rentabilité, etc.), voire plus poussés comme l'emplacement du bien avec une vision à 360°. Des rapports peuvent d'ailleurs être téléchargés en PDF. Pour accompagner encore plus les utilisateurs, des newsletters sont envoyées et un « top région » validé par notre comité est mis à jour mensuellement : ces services aident les professionnels dans leur recherche en complément de notre service conciergerie.

Combien de ventes sont-elles réalisées via votre plateforme ?

Les chiffres de Leemo sont éloquentes : la plateforme réalise environ 1 300 ventes à l'année, pour un total de 18 000 lots proposés. Point essentiel, notre taux de mise à jour de l'offre est de 94 %. Ce qui signifie que quasiment l'ensemble du stock national est actualisé de manière quotidienne. C'est le meilleur taux du marché.

Que prépare Leemo pour le dernier trimestre 2020 ?

Toute l'équipe de Leemo attache une grande importance à la relation et à l'accompagnement de ses partenaires CGP et promoteurs. Notre objectif est d'apporter toujours plus d'innovations en termes de services. Nous avons ainsi lancé de nouvelles fonctionnalités : outils de simulation, gestion électronique des documents, statistiques sur le marché, signature électronique. Notre priorité est aussi de renforcer l'accompagnement commercial au travers de rencontres, des formations, webinars... et de conserver notre avance grâce, entre autres, à notre « taux de fraîcheur ». Dans cet esprit, une réflexion est en cours pour mettre en ligne une nouvelle version de la plateforme. ■



Julie Desouches
Responsable du développement commercial Leemo



Pierre Lestang
Directeur général Leemo

Leemo en chiffres

- Date de création : 2012
- 1 300 transactions intermédiées en 2019
- 85 promoteurs référencés
- Début septembre 2020 : 1 588 programmes et 16 535 lots disponibles
- Actionnariat : Foncia (60%) et Primonial (40%)
- Environ 20 salariés

“
Environ 1 300 ventes par an sur un total de 18 000 lots proposés