

Quel développement pour Michaël Zingraf Real Estate ?



(Crédits : DR)

Le groupe basé à Cannes, spécialisé dans l'immobilier de prestige, a choisi de renforcer son maillage territorial en optant pour la licence de marque. Parallèlement, c'est l'international qui constitue l'autre bras armé de la stratégie. Où il est question de parts de marché et de positionnement renforcé.

A 40 ans, c'est une nouvelle phase qui s'entame pour le groupe immobilier. Créée en 1977 à Cannes par Michaël Zingraf qui lui donne son nom, l'entreprise familiale choisit assez naturellement de se positionner sur le créneau du prestige dans une région où les biens d'exception ne manquent pas. Plus de quatre décennies plus tard, Michaël Zingraf dispose d'un réseau de 13 agences, est affilié Christie's International depuis 2012... et ne compte pas en rester là.

La licence de marque plutôt que la franchise

C'est justement pour booster son développement que le groupe azuréen a opté pour la licence de marque. Un choix qui peut étonner, alors que le principe de la franchise représente aussi des opportunités de croissance. " Nous avons étudié l'idée de licence de marque durant deux années de réflexion active et nous nous sommes rendus compte que nous avons la capacité pour nous développer en France et à l'étranger. Nous avons fait valider ce choix en faisant appel à des experts ", explique Michaël Zingraf, qui loue la souplesse du concept, moins rigide que celui de la franchise. " Nous voulons prendre le temps de trouver les profils qui correspondent à notre philosophie ", poursuit le PDG de l'entreprise qui a annoncé une première licence de marque à Marseille. " Aix-Marseille est un marché qui peut nous convenir ". Par ailleurs, trois ouvertures sont prévues, en nom propre, à Aix-en-Provence, Deauville et Paris.

Passer à l'international

Surtout, la licence de marque est un moyen pour le groupe immobilier d'accélérer sur une présence nationale et internationale. En France, c'est Strasbourg, Annecy, Deauville, Bordeaux, Montpellier, Lyon ou Lille qui sont visés. A l'export, " nous allons démarcher les pays frontaliers ", annonce Michaël Zingraf qui est tout autant intéressé par Dubaï ou Doha et qui est en discussion avec Rome, Milan et en négociation à Gstaad.

Tout cela dans un marché " qui se porte bien " - " il y a eu un effet Macron positif, surtout auprès des Européens du Nord. Nous sommes un peu inquiet de l'impact du mouvement des Gilets Jaunes, nous espérons que l'image de la France ne sera pas trop écornée " - mais où les acteurs sont nombreux. " La concurrence est essentielle, je considère les autres groupes immobiliers comme des confrères plutôt que comme des concurrents ", promet le dirigeant azuréen.

Et puis " nous prenons des parts de marché ", assure Michaël Zingraf qui avoue une croissance à deux chiffres, de l'ordre de 10 %.

Et qui compte fermement sur la licence de marque pour engager le développement du groupe, tablant sur une vingtaine d'ouvertures, " essentiellement en Europe ". De quoi faire progresser le chiffre d'affaires qui pour l'exercice 2018 culmine à 12 M€ pour un volume de vente de 216 M€. Il devrait atteindre 20 M€ d'ici 5 ans.