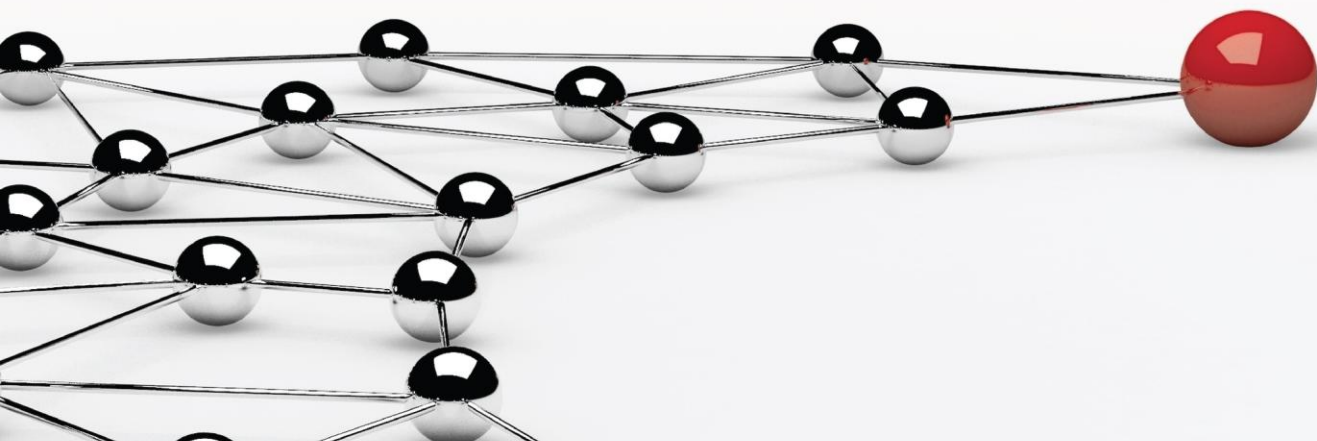


DOSSIER DE PRÉSENTATION

PROCOMM
RÉSEAU NATIONAL
TRANSACTIONS COMMERCES & ENTREPRISES



01 ■	L'origine	3
02 ■	Le projet	3
03 ■	La philosophie	3
04 ■	Les apports de PROCOMM	4
05 ■	L'articulation juridique	5
06 ■	Les points forts de cette relation	5
07 ■	Applications de la charte graphique	6
08 ■	Les autres points importants	6
09 ■	Le marché visé	7
10 ■	L'activité	8
11 ■	La concurrence	8
12 ■	Les perspectives de développement	8
13 ■	Les évolutions de 2015 à 2021	8
14 ■	Les atouts de PROCOMM	9
15 ■	Les Contrats d'adhésion à PROCOMM	10
16 ■	Les profils recherchés	10
17 ■	Le planning	11

01 ■

L'origine

PROCOMM est une enseigne créée en 1997 par des agents immobiliers indépendants et/ ou franchisés pour leur activité « immobilier résidentiel », souhaitant développer en commun une nouvelle branche d'activité, la transaction de biens immobiliers d'entreprise et de commerce.

Fort d'une compétence juridique et fiscale particulière leur permettant d'aborder ce marché spécifique et surtout d'une capacité à faire développer un progiciel informatique dédié à servir cette nouvelle activité, ils mettent leurs moyens financiers et humains en commun.

Très vite les outils ainsi créés se révèlent efficaces et surtout très adaptés à ce type de marché. En effet rien ne sert d'avoir un bien à proposer sans avoir une potentialité de sortie; tout comme avoir des clients potentiels et ne pas pouvoir donner satisfaction à leurs recherches. Deux phénomènes que les créateurs de PROCOMM ont vite intégrés dans le cadre de transactions inter-cabinets qui se sont développées entre eux.

Et alors, né la réflexion de développer le RÉSEAU PROCOMM.

02 ■

Le projet

Il s'agissait de développer un RÉSEAU de dimension NATIONAL, dans lequel tous les partenaires membres gardent leur indépendance de chef d'entreprise, tout en s'appuyant concrètement sur une structure qui leur permet d'accroître leur activité, leur chiffre d'affaires et leur efficacité.

PROCOMM est basé sur un principe simple : le partage de l'information au travers d'un logiciel informatique commun pour une optimisation maximale des affaires en inter cabinets.

03 ■

La philosophie

Unir les forces de chacun pour un meilleur développement de tous, grâce :

- Au partage de toutes les informations concernant les différentes offres.
- A la gestion d'un fichier personnel des demandes d'acquéreurs potentiels.
- Au rapprochement automatique de l'offre et de la demande permettant de multiplier les affaires en inter cabinets, en toute transparence et efficacité.

L'adhésion au Réseau PROCOMM permet à chaque membre de :

- Gérer son fichier biens.
- Gérer son fichier clients.
- Accéder à l'ensemble du fichier biens de tout le réseau en temps réel.
- Disposer en ligne de tous les documents nécessaires à une transaction immobilière.
- Accéder à des modules simples d'estimation de biens, et de calcul du coût de transmission.
- Rapprocher automatiquement les acquéreurs potentiels du réseau de ses propres biens.
- Proposer les biens du réseau à ses acquéreurs potentiels.
- Diffuser ses annonces sur des sites internet partenaires (Web'Imm - Seloger Bureaux et Commerces - Cession PME - Le Bon Coin - Bureaux Locaux...).

Et de bénéficier des services ou prestations suivantes :

- Droit à l'utilisation de la marque PROCOMM.
- Un accès au progiciel «PROCOMM Evolution» en Intranet, disponible 24/24
- Une formation bimestrielle juridique ou fiscale spécifique, avec mise en ligne permanente des résumés.
- Des formations mensuelles métier et/ou informatique.
- Des modules de formations fiscales, juridiques, financières, comportementales et métier par Internet.
- Un soutien juridique et fiscal permanent auprès d'un avocat.
- Des outils statistiques de suivi d'activité.
- Un site Internet Grand Public avec un module d'évaluation de Biens.
- Les coordonnées et les biens de chaque cabinet sur 4 sites spécialisés.
- Un site Internet propre à chaque cabinet permettant la personnalisation des fichiers et des spécificités de chaque entité.
- Une plateforme de création, d'envoi et de suivi de newsletters.
- Une plateforme d'envoi d'e-mailings automatiques.
- La fourniture de plaquettes et documents commerciaux à l'image PROCOMM.

- La création d'adresses email personnalisées x.xxxx@procomm.fr par collaborateur.
- Des opérations ponctuelles de promotions type salons et publicité commune.
- Des opérations d'animation des équipes de négociateurs.
- Un challenge national de production.
- Un suivi opérationnel spécifique dans l'année d'ouverture.
- Des économies d'échelle sur les différents services et abonnements.

Au-delà des prestations que nous nous engageons à fournir et des avantages économiques et organisationnels que vous tirerez de cette adhésion, le système permet à chaque adhérent de sortir de l'isolement professionnel propre aux micros entreprises et de bénéficier d'un effet d'échelle non quantifiable mais essentiel : il est toujours plus facile de décrocher une affaire quand votre futur client constate votre appartenance à une enseigne nationale possédant une image et une notoriété qui le rassure.

05 ■

L'articulation juridique

Pour des raisons évidentes de confidentialité, ne sont fournies ici que les grandes lignes de la relation juridique entre les intervenants du projet. Le détail sera fourni individuellement au fur et à mesure de l'avancement de la relation que nous initions ici.

Les membres du réseau PROCOMM auront des relations institutionnelles et économiques avec deux structures juridiques distinctes.

- La société de franchise appelée dans ce document : PROCOMM.
- Un groupement d'intérêt économique, le « GIE groupe PROCOMM » formé exclusivement par tous les membres du réseau.

06 ■

Les points forts de cette relation

06.1 | Avec PROCOMM

- Chaque adhérent est un entrepreneur indépendant. Le choix de sa forme juridique est laissé à son appréciation, de même que l'organisation et la dimension de sa structure. En aucun cas, PROCOMM ne participe d'une façon ou d'une autre à la gestion des entités de ses membres, ni à leur capital. De la même manière aucun membre du Réseau ne peut être salarié de PROCOMM.
- Les liens qui unissent les membres du réseau à PROCOMM sont des liens de clients à fournisseur.

Le forfait mensuel couvre:

- La mise à disposition, par Intranet, du progiciel « PROCOMM Evolution », et sa maintenance permanente.
- Une demi-journée de formation bimestrielle et des formations thématiques par Internet.
- La maintenance du site Internet personnalisé et d'une plateforme d'envoi de newsletters pour chaque membre du réseau.

06.2 | Avec le « GIE groupe PROCOMM »

- La mise en ligne automatique de tous les biens du membre sur des sites spécialisés et référencés.
- Diverses actions commerciales ou de publicités votées par les membres dans le cadre du budget annuel défini et voté en assemblée générale.
- Des liens professionnels mais aussi coopératifs des membres entre eux et des membres avec les instances dirigeantes.

07 ■

Applications de la charte graphique

PROCOMM a élaboré une charte graphique.

Pour tirer tous les bénéfices des actions menées par PROCOMM et par le GIE, les membres du réseau doivent utiliser la charte graphique sur tous leurs documents et communications publicitaires.

Chaque membre du réseau devra se développer sous enseigne commerciale PROCOMM tout en respectant la charte graphique qui lui sera communiquée. Toutefois, chaque cabinet pourra accoler sa raison sociale à la marque PROCOMM. L'idée générale de cette exigence est de créer un réflexe PROCOMM, qui contribuera, selon les règles élémentaires du marketing, à développer le potentiel commercial, la notoriété et l'image de chacun.

La marque PROCOMM ne pourra être utilisée que pour l'activité « immobilier d'entreprise et de commerce » et en aucun cas être accolée aux autres activités développées par le membre du réseau.

08 ■

Les autres points importants

08.1 | Territorialité

Chaque contrat est établi en fonction des spécificités géographiques liées à chaque implantation. Sur cette base, PROCOMM s'engagera à ne pas mettre en place un autre partenariat sans en faire état avec le membre en place, en sachant

que l'exclusivité territoriale, si elle est justifiée en immobilier « résidentiel », n'a pas de justification en immobilier d'entreprise et de commerce.

Toutefois, une exclusivité territoriale peut être consentie pour un territoire, à la condition que le membre s'engage à se développer localement par de nouvelles implantations selon un timing prévisionnel prédéfini voire de développer son propre réseau de « partenaires » locaux.

08.2 | *Rupture*

Chaque membre pourra à tout moment se retirer du réseau, moyennant un préavis dont les modalités sont précisées dans le contrat qu'il aura choisi.

08.3 | *Exclusivité mutuelle*

PROCOMM réserve l'exclusivité de ses moyens pour les membres dument affiliés. Ceci exclut donc tous les cabinets ou mandataires immobiliers en dehors du réseau. Inversement chaque membre s'engage à entrer tous les mandats de biens sur la base informatique commune.

08.4 | *Conditions financières*

Les modalités financières sont établies pour favoriser la trésorerie de chaque membre. En particulier, rappelons qu'il n'existe aucune redevance sur le chiffre d'affaires. Les cotisations mensuelles correspondent essentiellement à des frais nécessaires à l'amélioration de l'exploitation de chacun.

08.5 | *La contrainte légale*

L'activité d'agent immobilier est réglementée par la loi HOGUET qui conditionne l'accès à la profession à l'obtention d'une carte professionnelle. Pour les créateurs, seules les personnes ayant obtenu un diplôme sanctionnant des études supérieures ou pouvant justifier d'équivalence seront en mesure d'obtenir la carte professionnelle.

09 ■

Le marché visé

Notre structure et notre expérience nous permettent d'avoir une efficacité maximum sur les ventes, locations, cessions de droit au bail de boutiques, bureaux, locaux commerciaux, d'immeubles, d'entrepôts, cessions de fonds de commerce et transmissions d'entreprises.

10 ■

L'activité

Malgré la période de crise financière actuelle, la demande de reprise ou de création d'affaire commerciale ne s'essouffle pas. Le marché actuel reste dynamique dans les centres villes qui reprennent vie avec l'arrivée des grandes enseignes nationales et internationales, qu'elles soient franchisées, succursalistes ou intégrées. Cette demande rend nécessaire une activité en réseau face à l'organisation de ces intervenants nationaux et internationaux. A cela s'ajoute le besoin grandissant de surfaces de bureaux avec tous les éléments de confort obligatoires aujourd'hui. A cela s'ajoute aussi la logistique, avec des besoins, là aussi, de plus en plus importants compte tenu du développement du commerce par Internet, nécessitant de la surface de stockage.

11 ■

La concurrence

Elle est peu présente sur ce marché extrêmement diversifié et diffus. Quelques grandes enseignes nationales se partagent le marché des grands ensembles de bureaux (> 2500 m²), de dépôts logistiques (> 5000 m²), de centres commerciaux, en délaissant les affaires locales de moindre importance. Certains acteurs locaux ont su tirer parti de cet état de fait pour surfer sur ce marché local de niche et de centre-ville, mais ils sont peu nombreux et souvent isolés.

PROCOMM est le seul intervenant national réellement spécialisé sur l'ensemble des transactions sur commerces et entreprises.

12 ■

Les perspectives de développement

L'avenir de l'immobilier d'entreprise est prometteur. Ce marché ne souffre pas de la concurrence du particulier comme c'est le cas sur le marché du résidentiel.

Les transactions en immobilier d'entreprise et de commerce sont, à plus de 70% des cas, réalisées par des professionnels. Par exemple, les murs commerciaux, en général moins chers que les biens d'habitation, offrent une bien meilleure rentabilité et un risque d'impayés nettement inférieur à celui relevé en immobilier d'habitation. On peut constater d'ailleurs un vif regain d'intérêt des investisseurs institutionnels pour l'immobilier d'entreprise et de commerce.

13 ■

Les évolutions de 2015 à 2020

13.1 | PROCOMM en 2015

- Développement d'une nouvelle version du progiciel spécialement développé pour PROCOMM.
- Possibilité, pour les nouveaux membres, d'intégrer l'équipe d'un membre expert du réseau pendant un à six mois avant d'ouvrir son cabinet.

13.2 | **PROCOMM en 2016**

- Mise en place d'une nouvelle version de ses sites Internet.
- Mise en place d'une plateforme d'emailings destinés à l'information des clients du Réseau.
- Mise en place d'une plateforme de création, envoi et suivi de newsletters.

13.3 | **PROCOMM en 2017**

- Le site Internet procomm.fr et sa déclinaison de sites cabinet génèrent un grand nombre de contacts mensuels.
- Refonte de la charte graphique.

13.4 | **PROCOMM en 2018**

- Développement et mise en place de la nouvelle version de PROCOMM EVOLUTION (version ayant évolué en 2019, 2020 et 2021)

13.5 | **PROCOMM en 2020**

- Dès le mois de mars, multiplication des formations pendant les périodes de confinements, afin de tenir le Réseau mobilisé en permanence

13.6 | **PROCOMM en 2021**

- Réunions du Conseil d'Administration, sur la possibilité d'apporter des modifications à notre logiciel V8, visant à l'équiper de « solutions digitales »

14 ■

Les atouts de PROCOMM

Les membres du Réseau PROCOMM se distinguent par :

- **Leur proximité** : Elle permet d'avoir une parfaite connaissance des acteurs du marché de leur zone respective ou de leur spécialisation dans un secteur d'activité donné, des valeurs locatives ou vénales par zone géographique ou par activité, de la qualification des emplacements.
- **Leur taille** : Nos membres, de par leurs tailles et leurs implantations, créent une dynamique permanente entre vendeurs/cédants/propriétaires et prospects à la recherche de nouveaux emplacements. De l'institutionnel au petit commerçant en passant par l'investisseur privé, tout client pourra trouver au sein du Réseau PROCOMM un interlocuteur efficace.

- **Leur rôle de conseil** : La connaissance de ces micro marchés leur permet de valider auprès de leurs clients la faisabilité de leur projet, de les accompagner tout au long de leur développement, d'étudier les potentialités de croissance d'une activité, d'un secteur, d'un marché, de les rassurer. Ils seront, pour leurs clients, l'interlocuteur privilégié qui bénéficie de la compétence de l'ensemble des membres du Réseau.
- **Leur état d'esprit** : Les membres du Réseau PROCOMM sont animés par le même esprit de partage des informations recueillies. La diffusion en temps réel de ces informations et son traitement automatisé permet le rapprochement immédiat de tous les acquéreurs potentiels du Réseau. La confiance réciproque que les membres du Réseau s'accordent favorise les contacts et impacte positivement le chiffre d'affaires de chacun.

15 ■

Les Contrats d'adhésion à PROCOMM

L'enseigne a mis au point une formule d'intégration par paliers, permettant de développer un réseau pérenne et sain. L'accès au Réseau peut se faire de trois façons.

15.1 | *Une adhésion permanente : Le contrat Pro*

Ce contrat est conclu pour une durée minimum de cinq ans renouvelable au gré du membre du Réseau, sans conditions financières nouvelles.

15.2 | *Une adhésion d'évaluation : Le contrat Duo*

Ce contrat est conclu pour une durée minimum de cinq ans renouvelable au gré du membre du Réseau, sans conditions financières nouvelles.

Ce contrat est réservé aux Agences Immobilières déjà en activité dans le domaine de l'habitation

16 ■

Les profils recherchés

16.1 | *Créateur, Cadre d'entreprise en reconversion et/ou entrepreneur* désireux de créer son propre cabinet d'affaires en immobilier d'entreprise et commerce.

Outre l'obligation d'être en mesure d'obtenir la carte professionnelle nécessaire à l'exercice de notre profession, le créateur devra se rapprocher le plus possible du profil idéal ci-dessous pour la réussite de son entreprise.

Par ordre d'importance :

- *Il aura déjà eu une expérience dans la vente, de préférence de services aux entreprises. Il sera ainsi capable de se constituer et de gérer une clientèle.*
- *Il pourra justifier d'une réussite professionnelle ou d'une formation initiale supérieure qui lui sera utile dans le cadre de sa relation avec ses interlocuteurs vendeurs ou acheteurs*
- *Il possédera un esprit d'équipe et aura la volonté d'exercer son métier dans la coopération et le partage de valeurs essentielles telles que transparence et confiance.*
- *Il aura des notions de gestion d'équipe et de recrutement dans le cadre d'un développement futur envisagé.*
- *Il aura déjà exercé un métier indépendant ou une fonction exigeant une grande autonomie.*
- *Il connaîtra le tissu commercial et/ou industriel local.*

16.2 | L'agent immobilier indépendant à la tête d'une affaire de bonne notoriété exerçant déjà sur le marché de l'immobilier d'entreprise et commerce, souhaitant trouver l'appui d'une organisation pour se développer.

16.3 | L'agent immobilier indépendant ou non, exerçant son activité dans l'immobilier résidentiel ayant une forte volonté de créer un département spécifique en immobilier d'entreprise et commerce.

17 ■

Le planning

Notre objectif est de couvrir la France par au moins un adhérent par département, avec des positions particulières sur les plus grandes villes de France.

Si, après lecture de ce document, vous pensez que nous pouvons répondre à vos aspirations, nous vous invitons à prendre contact avec nous.

L'étape suivante sera un entretien téléphonique d'environ 30 minutes, à l'issue duquel nous pourrions convenir d'un entretien en « face à face », au siège de PROCOMM, en présence du Président fondateur. Lors de cet entretien d'environ 3 heures, nous vous présenterons en détail notre organisation et nos outils de travail.

A l'issue de celui-ci, si vous le souhaitez, il vous sera adressé, conformément à la loi DOUBIN, le Document d'Information Précontractuel (DIP) contenant, entre autre, le ***contrat de franchise PROCOMM.***