



PORTRAIT Thierry Adeline associé Diagamter

« Nous pouvons nous définir comme franchiseur, et non comme duplicateur d'un concept existant »

Thierry Adeline a réalisé toute sa carrière dans l'immobilier. D'abord promoteur, puis développeur pour deux des plus importants réseaux d'agences immobilières en franchise, et enfin consultant, il rejoint le secteur du diagnostic dès 1999. Présent depuis les

origines de Diagamter et observateur avisé de l'histoire de son activité, il est l'un des trois associés du réseau. Il a rencontré près de 1500 candidats à la franchise depuis qu'il s'occupe du développement.

Carrière complète dans l'immobilier

Dès ses études, Thierry Adeline se destinait à devenir promoteur immobilier. C'est ainsi qu'il va découvrir le système de franchise, à travers deux futurs grands réseaux d'agences immobilières d'origine américaine.

« Après des études dans l'immobilier à Paris, j'ai été brièvement commercial dans la construction de maisons individuelles, avant de créer, à 26 ans, ma propre entreprise dans ce domaine. En 1990, je suis en contact avec la direction de Century 21 France, qui poursuit l'implantation de son réseau d'agences immobilières depuis trois ans. Ce concept, importé des Etats-Unis, consiste en la conversion d'agences existantes sous la même enseigne.

En devenant consultant en développement pour Century 21 France, je découvre **combien la franchise est un système économique extraordinaire**, à travers l'intelligence des services apportés aux franchisés, l'innovation générée dans le secteur et la complémentarité des dirigeants au sein de la tête de réseau, Michel Trollé, le fondateur, et Laurent Vimont, alors responsable du service du « management des agences ».

En 1996, je suis parti en vacances dans le sud de la France... et je ne suis jamais remonté ! François Gagnon m'a alors proposé de développer un autre concept américain d'agences immobilières en réseau, sur le sud de la France, toujours centré sur la conversion d'agences existantes : Era immobilier. **Cette enseigne était confortablement implantée sur l'Europe et devait densifier sa présence sur le territoire national** », indique Thierry Adeline, aujourd'hui associé et directeur du développement de Diagamter.

Animations régionales dès la 2^e année

A l'exception de l'expérience Century 21, Thierry Adeline a toujours été créateur de ses activités.

« J'étais en train d'imaginer un concept de franchise de coaching d'entreprises, quand je rencontre en 1999, par l'intermédiaire d'une de mes clientes, Serge Muller. Ce dernier commençait à s'intéresser au diagnostic immobilier, alors naissant en France. Nous actons de conjuguer un temps, nos réflexions à ce nouveau sujet.

Ancien directeur de projets au CNES, Serge Muller croit à cette niche de marché. Il crée, avec un collègue, un procédé pour établir le contrôle de l'amiante et appliquer la loi Carrez sous la forme d'un laboratoire testant ce marché émergent. Je sens pour ma part, un véritable concept qui semble à construire autour de l'activité du diagnostic, dont un des attraits est qu'il soit réglementé.

Je propose d'apporter à ces réflexions, mes connaissances issues de mon expérience construite avec Century 21, franchise dans laquelle l'humain jouait un rôle fondamental, comme à l'évidence il devrait en être de même pour le diagnostic immobilier. La franchise est le business modèle qui s'impose, comme facilitateur de développement.

En plus de m'occuper directement du recrutement des candidats à la franchise, je définis le premier modèle du contrat de partenariat à présenter à nos franchisés, met en place les principes de l'animation du réseau et participe à la formation. Dès 2000, j'anime les premières réunions régionales. Trois ans plus tard, dans le but de continuer à mettre le

dialogue au centre de la relation en franchise, le Conseil consultatif du réseau voit le jour. Ce véritable contre-pouvoir organisé permet à une dizaine de franchisés élus par leurs pairs d'échanger directement avec le franchiseur sur la stratégie du réseau. Il nous a par exemple, permis d'asseoir la diffusion du Pack Communication à l'ensemble des franchisés ou encore le changement de charte graphique. **La bonne intelligence et compréhension de tous est essentielle lorsqu'il s'agit de débattre de sujets aussi stratégiques.** Ce tout nous permet aujourd'hui de faire que notre discours de marque, soit relayé par les plus grands médias radios, comme RMC, et télévisuels, tels que France 2.

En 2004, nous allons créer la fédération interprofessionnelle du diagnostic immobilier, avec d'autres enseignes du secteur. Cette institution nous a permis d'intervenir auprès du gouvernement, mais nous l'avons quitté en 2013, faute d'intérêt au niveau technique ou intellectuel. **Nous sommes d'ailleurs la seule enseigne à ce jour, représentée en tant que telle dans les comités ministériels** », rappelle Thierry Adeline.

Première personne du réseau rencontrée depuis plus de 15 ans

A partir de 2005, le renouvellement des équipes et l'intégration de nouvelles compétences au sein de Diagamter permettent de renforcer la mise en place d'un système de franchise performant, aux services différenciants et à valeurs ajoutées.

« Guillaume Exbrayat a donné une vision stratégique au réseau. Par son expérience et sa créativité, **il a beaucoup apporté dans l'organisation de la structure opérationnelle de l'enseigne, qui compte aujourd'hui une quinzaine de permanents.** Il m'a rejoint dans l'animation des franchisés, lesquels peuvent directement échanger avec la tête de réseau lors toutes les instances de dialogue. Nous avons aussi fait de la Convention Nationale un élément structurant de notre développement. Nous avons commencé à huit personnes autour d'une table pour la première édition en 2000. En avril 2016, notre 15^e Convention aura lieu à Lisbonne. Le réseau grandissant, c'est encore plus nombreux que nous aurons à vivre des échanges riches avec nos chefs d'entreprise franchisés, qui sont le plus souvent accompagnés de leurs équipes. Aujourd'hui, tellement d'informations sont apportées durant cet événement qu'un franchisé ne peut se permettre de le manquer.

Quant à Olivier Héaulme, le troisième associé, c'est la « Bible technique » du réseau. Avec son équipe d'ingénieurs, il propose un niveau d'outils performants, réalisés en interne et en avance sur la concurrence. Diagamter a tenu à détenir ses savoir-faire afin de pouvoir les

amener à évoluer au rythme des besoins, souvent dictés par une réglementation constamment en mouvement.

Pour ma part, je suis la première personne du réseau que tous les futurs franchisés ont rencontrée. Soient près de 1500 candidats à la franchise. Cette première rencontre se déroule lors d'une journée d'informations à Paris ou à Lyon, née en 2008 et devenue quasi-mensuelle depuis quatre ans. Durant ces échanges en groupe pré-sélectionné, j'entre dans le détail aussi bien sur les atouts du marché du diagnostic immobilier que sur l'accompagnement du franchiseur, sur notre capital humain ou encore sur nos moyens techniques. Ce qui permet aux participants de commencer à se projeter dans leur futur quotidien d'entrepreneur sous notre enseigne, mais aussi de poser librement toute question utile, voire « tabou », durant mon intervention.

Avec Guillaume et Olivier, nous formons une équipe d'hommes forts, complémentaires et pluridisciplinaires. L'enseigne n'est pas détenue par un groupe financier, elle s'autofinance par sa réussite. **Les franchisés ont affaire à des dirigeants actifs, impliqués dans le développement et la réussite du réseau, à des postes-clés, qui incarnent leur enseigne** », souligne Thierry Adeline.

Impact sur le profil-type de candidats

«Tous les trois, nous orientons la stratégie du réseau et savons anticiper les évolutions de conjoncture ou encore réglementaires, ce qui nous a conduit à modifier la manière de recruter les candidats à la franchise. Le profil-type de notre candidat à la franchise a dû se muter au cours des dernières années : **des techniciens opérationnels, exerçant sous la forme d'une entreprise unipersonnelle, nous sommes passés en recherche de commerciaux managers d'affaire, s'entourant d'une équipe de techniciens producteurs.** Et ce, pour deux raisons majeures.

D'une part, le secteur du diagnostic immobilier est en grande majorité occupé par des entreprises unipersonnelles. Il existe un « plafond de verre » pour le chiffre d'affaires et le risque de perdre plaisir à pratiquer notre métier, voire de s'essouffler. Sur le terrain, nous observons que les prescripteurs de notre activité font davantage confiance à une entreprise structurée disposant d'une offre de services à valeurs ajoutées, synonyme de bénéfices et de confort pour eux

D'autre part, nous avons progressivement mis en place, en plus de l'assistance permanente à nos franchisés, des outils pour favoriser le développement commercial de leurs affaires,

tels qu'un Pack Communication, un Pack Business et un secrétariat mutualisé par exemple. **Ainsi, les franchisés Diagamter sont soutenus par des campagnes de communication à la télévision et à la radio et sont bien référencés localement dans les Pages Jaunes.** La mutualisation des moyens et l'organisation de notre enseigne leur offrent un rapport entre coûts des supports de communication et résultats en termes de contacts qu'ils ne pourraient s'offrir s'ils avaient fait le choix d'œuvrer de manière isolée, ce point étant une évidence à rappeler.

Le franchiseur doit veiller à l'homogénéité de son réseau en recrutant des franchisés en adéquation avec ses objectifs, ses valeurs et l'esprit de son enseigne », reprend Thierry Adeline

Accélérateur de réussites

Présent depuis les origines du réseau Diagamter, et observateur avisé de l'histoire du diagnostic immobilier, Thierry Adeline estime que le soutien d'une enseigne est devenu incontournable dans son secteur pour tout indépendant désirant construire son entreprise de façon pérenne.

« Aujourd'hui, on ne peut plus s'improviser franchiseur, et ce, d'autant plus dans le secteur du diagnostic immobilier, **une niche devenue un marché majeur qui continue à exploser sous l'effet doublement induit de la réglementation et de ses complexifications techniques.** Dans ce véritable métier de spécialistes, nos entreprises doivent toujours proposer un concept innovant et c'est ce que nous leur permettons par nos solutions techniques, informatiques et commerciales. Nous sommes par ailleurs, par une autre de nos identités, propriétaires de nos logiciels métiers. **C'est pourquoi que nous pouvons nous définir comme franchiseur innovant, et non comme duplicateur d'un concept existant.**

Tout franchiseur doit se révéler comme un accélérateur de réussite et de compétences sur son secteur. Il permet ainsi à ses franchisés de se concentrer sur leurs objectifs : faire croître et pérenniser son entreprise. Le soutien d'une enseigne est d'autant plus fondamental dans le diagnostic immobilier que notre secteur a atteint sa maturité. Professionnels de l'immobilier et particuliers ont compris le sens de notre activité. **Ils recherchent majoritairement l'exclusivité d'un service qualitatif pour répondre à leur besoin de prestations** », conclut Thierry Adeline.