

RÉSEAUX

NOUVEAUX CONCEPTS

Natilia : les maisons individuelles de demain ?

Le promoteur immobilier AST Groupe vient de lancer le développement en franchise de sa nouvelle enseigne Natilia. Cette dernière est spécialisée dans les maisons individuelles à ossature bois. Un marché tout juste émergent en France.

OLIVIA LEROUX :

Elles représentent 85 % des constructions aux Etats-Unis et près de 80 % en Suède, mais sont encore marginales (5 %) en France. Pourtant, c'est bien sur le marché des Maisons à ossature bois (MOB) qu'a choisi de miser le promoteur lyonnais **AST** Groupe avec sa nouvelle enseigne, **Natilia**. Les responsables du réseau, qui ont entamé leur campagne de recrutement en septembre, visent 60 franchises d'ici à quatre ans. Convaincus des débouchés d'un procédé qui, selon eux, deviendra vite "incontournable" dans l'Hexagone.

Constructeur reconnu de maisons individuelles dites "classiques" (marques *Créa Concept* et *Top Duo* notamment), **AST** Groupe a choisi de s'associer dans cette aventure à l'un des

Natilia veut aller vite en franchise et ouvrir une douzaine d'agences dès 2010.

leaders de la MOB, le groupe *Jacob*, au capital duquel il a pris une participation majoritaire en janvier 2009. Ce dernier conçoit et produit des charpentes industrielles depuis plus de 35 ans.

AST Groupe est désormais doté de l'outil industriel spécialisé qui lui manquait. Et peut proposer, via son réseau, près de vingt modèles de maisons de qualité, vendues en moyenne 100 000 € (pour un plain-pied de 100 m²). "Cela



Alain Tur, Pdg d'AST Groupe

nous ouvre tout naturellement les portes du marché des primo-accédants", note Alain Tur, Pdg d'AST Groupe. **Natilia** espère percer rapidement et affiche ses atouts. A commencer par la simplicité et la rapidité avec laquelle ses maisons se montent : 3 mois environ, contre 9 pour une construction classique. "Les murs sont assemblés en usi-

ne. Ne reste ensuite sur le chantier qu'à les agencer, un peu comme on monte un meuble Ikea. Ce qui permet de gagner un temps précieux tout en ne mobilisant que peu d'intervenants", explique Laurent Delafontaine, directeur du développement.

L'enseigne espère aussi séduire les clients par les qualités environnementales de ses produits, estampillés BBC (Bâtiment basse consommation) et qui répondent d'ores et déjà à



Destinées à une clientèle de primo-accédants, les maisons Natilia coûtent en moyenne 100 000 euros.

la nouvelle réglementation thermique (RT 2012). "Le bois, en outre, véhicule une image de matériau écologique. Une "green touch" à laquelle sont sensibles les ménages", ajoute le responsable.

Natilia veut aller vite en franchise et ouvrir une douzaine d'agences dès 2010. Mais pas n'importe comment ! Laurent Delafontaine recherche des entrepreneurs au profil technico-commercial ou commercial, en tout cas dotés d'une expérience significative dans ce domaine, et prêts à ouvrir plusieurs unités dans leur région. Ils bénéficieront d'une formation de huit semaines, d'une assistance "forte" au démarrage et, plus globalement, de la puissance d'un groupe coté en bourse (notamment en matière d'accès aux garanties et assurances contractuelles). Cet accompagnement doit permettre aux futurs franchisés de vendre 17 maisons dès leur première année, puis de monter jusqu'à 25 en vitesse de croisière. Pour atteindre 2,5 M€ de chiffre d'affaires. ■

ATOUTS & HANDICAPS

CHIFFRES-CLÉS

L'investissement initial global pour la création d'une agence **Natilia** s'élève, droit au bail inclus, à environ 180 000 euros, dont 60 000 € d'apport personnel. Le droit d'entrée est de 25 000 € et couvre notamment la formation de huit semaines dispensée par le groupe. Les redevances se montent à 5 % du CA HT du franchisé. Objectif, pour ce dernier : vendre 17 maisons la première année, puis 25 en vitesse de croisière. Moyennant quoi il pourra prétendre à un CA de 2,5 millions d'euros.

LES PLUS

- L'outil de production est détenu en propre par le franchisé
- Ses méthodes commerciales sont éprouvées
- Le produit est séduisant

LES MOINS

- Après la crise de 2008, le marché aborde tout juste la reprise.
- L'activité nécessite d'autant plus de rigueur et d'implication.