



Hommes & métiers

CROWDFUNDING IMMOBILIER

Koregraf veut promouvoir un conseil global

v La plateforme Koregraf a changé d'identité pour souligner ses nouvelles ambitions

v Elle vise à être le guichet unique pour le financement de la promotion immobilière

Par ARNAUD LELONG
+ E-MAIL alelong@agefi.fr

Comme annoncé durant l'été, la plateforme Crowdfundingimmo.fr est devenue Koregraf. Un changement d'identité qui a pour corollaire un élargissement de l'activité de la plateforme, qui ambitionne de devenir un guichet unique pour la promotion immobilière. Contrairement à d'autres plateformes qui se diversifient sur des montages de projets intégrant des thématiques plus larges (agroforesterie ou énergies renouvelables), Koregraf a vocation à rester dans le domaine immobilier.

Se concentrer sur la promotion immobilière. La plateforme a été lancée en 2015. Elle revendique le financement de 17 projets immobiliers pour un montant total collecté de près de 4,9 millions d'euros. Huit programmes ont pour le moment été remboursés aux investisseurs, ce qui correspond à un montant de 2,7 millions d'euros. « Le métier de la promotion immobilière repose sur une nécessité vitale de structurer ses fonds propres pour pouvoir financer ses opérations et construire des logements. Le crowdfunding est apparu au moment où les banques, du fait de la réglementation, ont restreint leurs critères d'attribution de crédits », analyse Vincent Sillègue, président et fondateur de Koregraf. Il poursuit : « Notre conviction repose sur l'idée que le crowdfunding est une solution pour amener les fonds propres nécessaires au bouclage d'une opération mais que ce n'est pas la seule et qu'il faut lui adjoindre une offre



VINCENT SILLÈGUE
président fondateur de Koregraf

globale de services autour des besoins de la promotion immobilière. Notre changement d'identité concrétise ce nouveau positionnement ».

Des besoins en fonds propres qui progressent. Les professionnels de l'immobilier constatent un allongement des délais de production. Alors qu'ils étaient en moyenne de trois ans, ils sont passés

à cinq ans voire un peu plus pour les opérations immobilières récentes. La durée de mobilisation des fonds propres du promoteur est par conséquent plus longue et il peut financer moins d'opérations. Mais le marché de la construction est en croissance et les besoins de fonds propres également. De nombreuses plateformes se sont donc positionnées pour cofinancer, avec leurs investisseurs, des opérations de promotion immobilière. « Contrairement à d'autres opérateurs, nous ne cherchons pas un effet volume mais plutôt à avoir un 'track-record' qualitatif qui nous légitime dans notre positionnement », précise Vincent Sillègue.

Développer une activité de conseil. L'essentiel de l'activité des plateformes consiste à financer les opérations au niveau des sociétés porteuses du projet, généralement des sociétés par actions simplifiées (SAS). Le financement donne lieu à l'émission d'une obligation qui est remboursée aux investisseurs avec les intérêts, lorsque le projet est finalisé et en phase de com-

mercialisation. Koregraf a choisi de se développer sur le conseil prodigué aux maisons-mères, qui structurent les opérations des sociétés de projet. « L'analyse structurelle de la maison-mère est une nécessité, non seulement pour s'assurer de la viabilité des projets mais également pour proposer des solutions d'accompagnement à la maison-mère dans la gestion de ses fonds propres, mais aussi dans des problématiques de transmission d'entreprises car de nombreuses sociétés de promotion sont détenues par des actionnaires familiaux », analyse Vincent Sillègue. Le modèle de rémunération retenu sur cette nouvelle activité est celui de l'honoraire de conseil et une rémunération au résultat si l'opération aboutit. Koregraf vise un accompagnement global du démarrage du projet jusqu'à son achèvement et dans ses aspects tant juridiques que comptables.

Viser les promoteurs indépendants. Koregraf travaille actuellement avec une quinzaine de partenaires promoteurs. Le potentiel de développement des nouvelles activités de la plateforme peut intéresser environ 600 promoteurs. « Des entreprises essentiellement implantées en régions, produisant moins de 1.500 lots par an et qui doivent rechercher leurs financements au coup par coup », indique Vincent Sillègue. Pour soutenir son plan de développement, Koregraf a ouvert son capital à de nouveaux partenaires dont le Crédit Mutuel Arkéa, qui entre au capital à hauteur de 8 %, ce qui correspond à une levée de fonds de 1,45 million d'euros. La plateforme revendique également l'entrée au capital d'une autre banque, mais son identité n'a pas été révélée pour l'instant.