

Unlatch lève 4 millions d'euros pour exporter sa solution en Espagne et au Royaume-Uni

La filiale de Legalife compte notamment sur la renommée de son investisseur, Axa, pour parvenir à s'imposer à l'étranger.

3 juillet 2020

C'est une histoire qui n'était pas écrite d'avance. Legalife Immobilier, l'ancien nom d'Unlatch, a initialement été créé pour assurer une croissance soutenue à la maison-mère, Legalife. La startup de services juridiques en ligne pour les particuliers et les professionnels, créée en 2015, se porte bien mais présente toutes les caractéristiques d'une croissance "*plutôt selon une droite qu'une exponentielle*", selon les termes d'un de ses cofondateurs, François Marill. En effet, "*le panier moyen est plutôt faible, l'acquisition se fait principalement par SEO ou SEA et l'internationalisation demande beaucoup de temps puisqu'il faut au préalable se renseigner sur les droits des contrats dans les pays concernés*", liste-t-il.

Surtout, "*beaucoup de concurrence arrivait sur ce marché, pour lequel il y avait finalement peu de barrières à l'entrée*", constate-t-il. "*Il nous fallait donc trouver une verticale qui se détache du contenu juridique et construire une technologie permettant de créer davantage de barrières à l'entrée.*" Thomas Rivoire, autre cofondateur et notaire de métier, lance l'idée d'une solution de gestion des process de ventes immobilières dédiée aux promoteurs. Unlatch était né, sous la forme d'un SaaS en marque blanche.

Dépoussiérer la vente de biens neufs

La solution embarque plusieurs modules complémentaires : un CRM, un outil d'automatisation des contrats, de signature et de recommandé électronique, un *workflow* pour que toutes les parties prenantes puissent communiquer et s'échanger les pièces nécessaires ainsi qu'un espace client dans lequel le promoteur peut dialoguer avec le client, à chaque étape de la vente mais aussi du chantier du programme commercialisé. Unlatch répond à la fois à un problème métier, les promoteurs cumulant souvent plusieurs outils numériques en parallèle de *process* passant encore beaucoup par le papier, et à la problématique de croissance de Legalife. "*Les promoteurs commercialisent plusieurs dizaines parfois centaines d'appartements dans leurs programmes, ce qui garantit un volume de transactions*", note François Marill. Et la solution est facilement transposable dans plusieurs pays, les *process* étant relativement proches.

C'est d'ailleurs notamment pour cela qu'Unlatch vient de boucler une levée de fonds de 4 millions d'euros auprès d'Axa Venture Partners, complétée par 1,2 million d'euros de financements via dette bancaire. Soit une enveloppe totale de 5,2 millions d'euros dédiée à la

fois à l'expansion de la solution en France et à son export à l'international. La filiale de Legalife a déjà convaincu 250 promoteurs dans l'Hexagone, encore loin des 1500 que compte le pays et avec lesquels la société espère à terme travailler. D'autant qu'elle pense déjà à élargir ses horizons en lançant de nouvelles fonctionnalités dédiées aux foncières ou aux bailleurs sociaux.

S'exporter en deux temps

Les espoirs d'Unlatch se portent également au-delà des frontières françaises. Après un test réussi en Belgique, la solution espère s'exporter rapidement en Espagne puis au Royaume-Uni. *"Nous avons recruté des profils natifs pour trouver de premiers clients depuis notre bureau parisien avant d'ouvrir des bureaux sur place"*, anticipe François Marill. Un projet ambitieux pas de nature à intimider les fondateurs : *"notre chiffre d'affaires a triplé entre 2018 et 2019 et nous sommes rentables depuis le début de l'activité"*, vante l'entrepreneur. La startup pourra donc s'appuyer sur une solide assise financière pour se développer en Europe.

Et au-delà ? François Marill évoque déjà les États-Unis, à l'horizon 2021, avec l'ouverture d'un bureau outre-Atlantique. Mais il faudra pour cela en passer par une série B. C'est d'ailleurs ce projet qui a décidé Unlatch à signer avec Axa Venture Partners, dont la marque est mondialement connue et reconnue. *"C'est gage de crédibilité pour une startup comme la nôtre qui démarchera des clients étrangers."* La startup compte bien capitaliser sur la marque de son mécène pour finalement arriver à se faire elle-même un nom !

Article écrit par Geraldine Russell