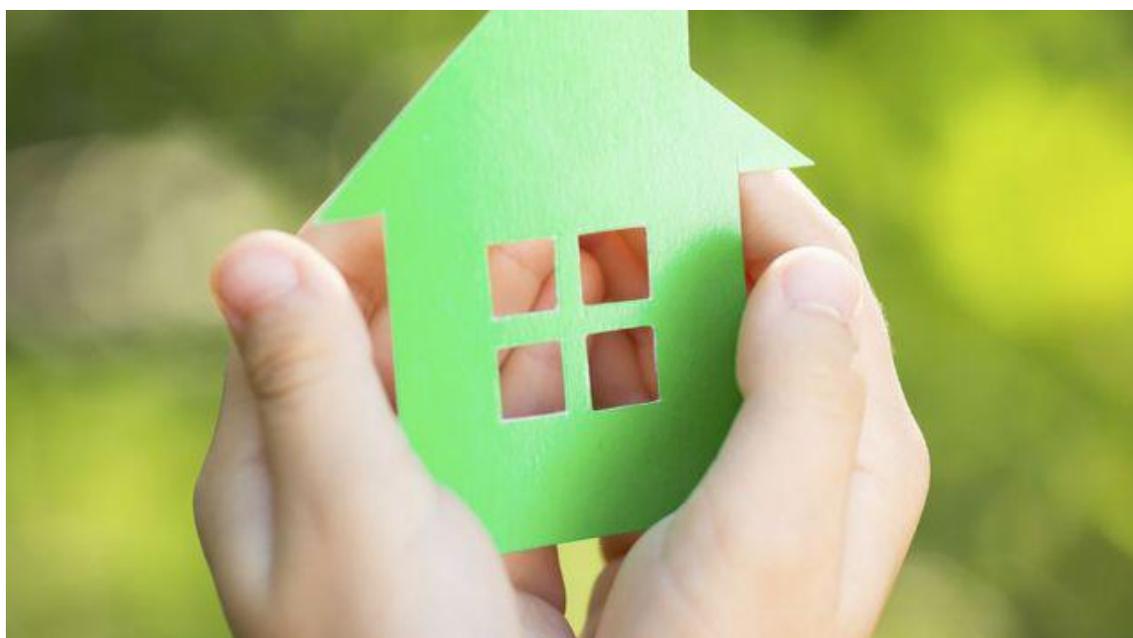


## Comment Porch Group entend devenir le "Google du déménagement"

L'éditeur de logiciel américain utilise les données des particuliers pour leur vendre toute une série de services, du déménagement à l'aménagement intérieur, jusqu'à de l'assurance. Un modèle qui fonctionne.

Created with Sketch.



L'éditeur de logiciel américain Porch Group propose aux particuliers toute une série de services liés à leur logement : déménagement, assurance, surveillance, ménage, etc.

[Coté au Nasdaq](#) depuis deux ans, cet éditeur américain de logiciels, détenteur d'une plateforme de services à domicile, affiche une croissance insolente. Lors de la publication, mi-novembre, de ses résultats trimestriels, son président-fondateur Matt Ehrlichman a d'ailleurs revu à la hausse ses prévisions de chiffre d'affaires pour 2021 : "Nos solides performances au troisième trimestre et la progression continue de nos résultats depuis le début de l'année nous incitent à remonter nos anticipations de revenus pour 2021 à 195 millions de dollars. Ce qui représente une hausse de 170 % de l'activité par rapport à 2020."

Créée en 2012, la société commercialise aux Etats-Unis et au Canada des logiciels destinés aux professionnels de l'immobilier comme les diagnostiqueurs, les inspecteurs en bâtiment, les agents immobiliers, les conseillers en crédit. Une activité qui lui permet d'obtenir des revenus récurrents puisque la vente de ces applications se réalise via la souscription d'un abonnement. Mais la firme de Seattle a décidé de ne pas en rester là. Elle offre une alternative à ces professionnels : celle de



leur installer gratuitement son logiciel, à condition que ces derniers lui transmettent les coordonnées des clients qui les ont contactés pour vendre et/ou acheter leur logement. Grâce à ces informations à forte valeur ajoutée, le groupe a pu ainsi rapidement développer une plateforme qui accompagne les futurs propriétaires. Elle leur sélectionne des entreprises pour déménager, pour effectuer des travaux de rénovation, d'aménagement du jardin, pour souscrire un contrat d'électricité, de télésurveillance, d'entretien de la piscine ou d'abonnement au câble... Avec, à la clef, une juteuse commission sur chaque service facturé.

"Certes la société n'est pas encore rentable mais elle développe un business model innovant, intéressant et intelligent, souligne Guillaume Eyssette, directeur associé du cabinet Gefinéo. Appréciée des professionnels pour la qualité de ses logiciels, l'entreprise dispose d'un véritable avantage compétitif, d'un point d'entrée privilégié afin d'acquérir des données précises et ciblées, indispensables pour proposer les bons services au bon moment aux Américains qui déménagent."

## "S'inspirer des pratiques qui ont fait le succès des géants du Net"

Après avoir acquis récemment plusieurs compagnies d'assurances, Porch Group propose désormais aux particuliers des contrats pour leur habitation, leurs véhicules et leur électroménager. Un marché qui pèserait près de 170 milliards de dollars et qui doit lui permettre d'améliorer ses marges et la récurrence de ses revenus. "La firme s'inspire des pratiques qui ont fait le succès des géants du Net, à l'image de Google, pour réussir le développement de sa plateforme digitale", constate Vincent Boy, analyste marché au sein d'IG France.

**LIRE AUSSI >>** [Trois placements atypiques pour sortir des sentiers battus](#)

Attention, cependant, le secteur de l'immobilier est également reconnu pour sa cyclicité. "L'immobilier se porte bien, notamment grâce à [des taux d'intérêt sur les prêts particulièrement bas](#). Mais qu'advient-il quand les taux vont remonter ? prévient Vincent Boy. Quel sera l'effet sur ce secteur et dans quelle mesure Porch Group sera-t-il impacté ? Pour alimenter sa croissance, l'entreprise achète des sociétés à un rythme élevé - six depuis le début de l'année -, aussi s'expose-t-elle au risque de mener une acquisition qui s'avérera moins performante que prévu."

Mais le groupe peut compter sur des atouts culturels : aux Etats-Unis, la mobilité des ménages est bien plus élevée qu'en Europe et les déménagements sont du même coup nettement plus fréquents. Avec plus de 400 millions de dollars de cash en poche, il dispose aussi d'une arme financière pour poursuivre sa stratégie de croissance et imposer sa marque. "Porch estime son marché total atteignable aux Etats-Unis à 320 milliards de dollars, précise Guillaume Eyssette. Un potentiel colossal, et la firme compte bien capitaliser sur son avance concurrentielle pour engranger rapidement de nouvelles parts de marché."

