

L Article réservé aux abonnés

Face aux géants étrangers, les réseaux immobiliers belges doivent-ils aussi regarder au-delà nos frontières ?

Alors que les franchises étrangères se multiplient sur le marché belge, certains réseaux locaux lorgnent eux aussi l'international. D'autres, au contraire, revendiquent un ancrage résolument local.

Maude Destray

Publié le 16-05-2026 à 16h02

🔖 Enregistrer



Très présent en Belgique, We Invest assume désormais une ambition plus large. ©M.Dy.

🔗 Partager

Pendant longtemps, le marché immobilier belge est resté dominé par des agences indépendantes fortement ancrées localement. Puis sont arrivées les grandes franchises américaines, comme Century 21 Benelux ou Era Belgium, avant qu'une nouvelle vague d'acteurs français et internationaux ne s'installe progressivement, notamment dans le haut de gamme (lire en pages 4-5). Face à cette internationalisation croissante du secteur, une question se pose désormais : que font les réseaux belges ?

Car derrière le terme de "réseau" se cachent aujourd'hui des réalités très différentes. Certains misent sur la croissance internationale et la technologie. D'autres privilégient un développement plus progressif et centré sur le marché belge. Tous, en revanche, constatent une transformation profonde du métier d'agent immobilier.

Un marché fragmenté, mais intéressant

"Le marché belge reste encore très fragmenté, observe Kim Ruysen, CEO de Trevi. // existe encore énormément d'acteurs locaux et d'agences indépendantes." Un constat partagé par Charlotte De Thaye, la directrice de Federia, la fédération des agents immobiliers francophones, qui estime qu' *"il y a encore de la place pour tout le monde"*, entre grands réseaux, franchises et structures locales.



Les agences lorgnent aussi les milliards du bon d'État : "L'immobilier est le seul produit qui prend de la valeur avec l'inflation"

Mais cette fragmentation s'accompagne aussi d'une montée en puissance des réseaux. *"Une agence indépendante ne peut plus tout faire correctement seule, estime Raphaël Mathieu, CEO de We Invest. Les attentes des clients évoluent, le marketing évolue, les technologies aussi."*

"Développer un réseau uniquement belgo-belge, c'est se limiter dans son ambition"

Fondé en 2014 comme agence immobilière avant de devenir progressivement un réseau national, We Invest revendique aujourd'hui une quarantaine d'agences en Belgique et poursuit encore son développement, notamment en Flandre. Plusieurs ouvertures restent prévues dans les prochaines années, tandis que le groupe continue aussi à renforcer sa présence bruxelloise.

Newsletter Libre Eco

Les toutes dernières infos économiques vous intéressent ? Inscrivez-vous à la newsletter

federia@federia.immo

[Je m'inscris](#)

Mais surtout, We Invest assume désormais une ambition plus large. Après plusieurs années de développement direct en France, le groupe a récemment restructuré ses activités en revendant sa filiale française à son management local, tout en conservant un système de royalties et une logique de master franchise <https://www.lalibre.be/economie/2026/01/17/le-belge-we-invest-lorgne-le-marche-immobilier-europeen-6XME5Q5SK5C7ZMUIDUDVYXPJO4/>. Une étape qui confirme, selon Raphaël Mathieu, la volonté de devenir "un franchiseur immobilier européen structuré". "Développer un réseau uniquement belgo-belge, c'est se limiter dans son ambition", estime-t-il encore.

Le CEO voit même dans la Belgique un terrain d'expérimentation particulièrement intéressant. "La Belgique est un très bon marché test. Si un modèle fonctionne ici, avec plusieurs langues et plusieurs cultures, il devient plus facilement exportable."

Cette vision plus offensive contraste avec celle d'acteurs historiques comme Trevi. Présent depuis les années 80, le réseau belge a participé à la structuration progressive du marché résidentiel en Belgique bien avant l'arrivée récente de nombreux acteurs étrangers. Son développement reste toutefois principalement centré sur le territoire national.

"L'immobilier reste un métier très local. Exporter un réseau immobilier est beaucoup plus complexe que développer une marque classique."

"L'immobilier reste un métier très local", rappelle Kim Ruysen. Exporter un réseau immobilier est beaucoup plus complexe que développer une marque classique. "Pour le CEO de Trevi, la croissance passe encore largement par le renforcement des positions belges, dans un marché devenu nettement plus concurrentiel ces dernières années.

Les freins à l'expansion internationale

Car si les réseaux étrangers se multiplient aujourd'hui sur le territoire belge, cela ne signifie pas nécessairement que tous les acteurs belges doivent suivre la même trajectoire. Tous soulignent d'ailleurs les difficultés liées à une expansion internationale.

"Le frein numéro un, c'est la langue", reconnaît Raphaël Mathieu. Mais les obstacles sont aussi réglementaires, culturels et financiers. "Ouvrir un pays ne consiste pas à dupliquer un modèle standardisé mais à l'adapter à une culture, à un cadre réglementaire et à des usages spécifiques."



Pourquoi les tensions géopolitiques pèsent sur... le marché immobilier belge?

Charlotte De Thaye, directrice de Federia rappelle également que *"le marché belge est un marché particulier"*. Elle cite notamment l'exemple du MLS (Multiple Listing Service), un système de collaboration entre agents immobiliers largement répandu aux États-Unis ou au Québec, mais qui a nécessité de nombreux ajustements avant de pouvoir être développé sur le marché belge. *"Il a fallu le façonner aux réalités belges"*, explique la fédération.

La Belgique possède aussi une autre spécificité importante : le métier d'agent immobilier y est protégé et encadré par l'Ipi. Contrairement à d'autres marchés plus ouverts, comme la France, l'accès à la profession reste fortement réglementé. *"La Belgique sert aujourd'hui d'exemple à certains pays en matière d'encadrement du métier"*, souligne encore Federia.

Une nécessaire mutualisation ?

Les réseaux s'accordent toutefois sur un point : le métier nécessite désormais des investissements de plus en plus importants. Marketing digital, automatisation, outils technologiques, intelligence artificielle ou encore production de contenu imposent des coûts difficilement supportables pour une petite structure isolée.

Même logique chez We Invest, qui investit massivement dans les outils de marketing automatisé, de génération de prospects et d'analyse comportementale. *"Il y a dix ans, un agent immobilier faisait surtout du porte-à-porte, résume Raphaël Mathieu. Aujourd'hui, le métier fonctionne complètement différemment."*

Pour autant, Federia reste convaincue que les petites structures conservent leur place sur le marché belge. *"Une petite agence peut rester compétitive à partir du moment où elle arrive à se démarquer et à établir une relation de confiance avec sa clientèle."*

Les réseaux cherchent donc désormais moins à simplement ouvrir des agences qu'à définir leur propre positionnement dans un paysage en pleine transformation.

Cette évolution contribue néanmoins à renforcer la concurrence sur un marché belge longtemps resté très éclaté. Les réseaux cherchent donc désormais moins à simplement ouvrir des agences qu'à définir leur propre positionnement dans un paysage en pleine transformation.

Certains misent sur la taille critique et l'expansion internationale. D'autres préfèrent renforcer leur ancrage local ou national. Mais tous semblent conscients d'une même réalité: face à l'arrivée croissante d'acteurs étrangers, ils doivent désormais eux aussi choisir ce qu'ils veulent devenir.

