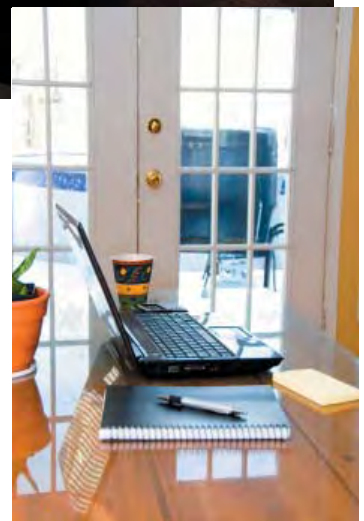
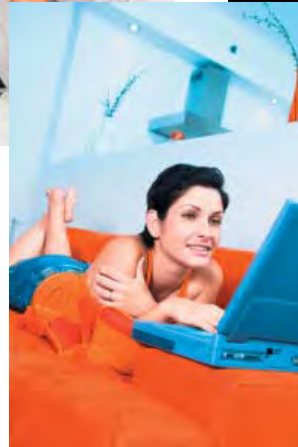


Le Journal de l'Agence

L'information pratique des professions immobilières

Le seul magazine diffusé auprès des 26.000 professionnels de l'immobilier

#13



DOSSIER

Internet

Première vitrine des agences immobilières ?

Votre agence ouverte
24H/24 - 7 jours/7
grâce à votre site Internet

Profitez de notre offre spéciale pour la création de votre site agence

200€
DE REDUCTION
SUR LA CREATION
DE VOTRE SITE INTERNET*

Et bénéficiez en +

des dernières technologies et du savoir-faire reconnu de SeLoger.com pour la création et le référencement des sites Internet immobiliers

Pour bénéficier de l'offre spéciale

« 200 € de réduction sur la création de votre site Internet* »

valable jusqu'au 30 avril 2007,

appelez le

0826 620 025

(Prix d'appel national : 0,15 € TTC/mn)

ou renvoyez le coupon réponse ci-contre.

- La création de votre site web sans les soucis techniques
- La visibilité de votre site assurée par nos équipes de référencement accréditées Google
- Des outils performants pour communiquer avec vos acheteurs et vendeurs

* offre réservée aux Professionnels de l'Immobilier, à valoir sur une création de site Internet parmi l'offre "sites individuels". La remise ne s'applique pas aux clients ayant déjà un site Internet réalisé par SeLoger.com. Offre valable jusqu'au 30 avril 2007



Edito

Décrocher son téléphone pour prendre rendez-vous avec un homme de l'art ? Pousser la porte d'une agence pour rencontrer un professionnel et lui parler de son projet ? Ces comportements des candidats à la recherche d'un nouveau logement appartiennent-ils à des temps préhistoriques ? Révolution internet oblige, le premier réflexe de tout potentiel client est désormais de se connecter sur la toile. Les professionnels réunis au sein de la Fédération Française de l'Internet Immobilier (www.ff2i.org), le savent bien : le web a impacté en profondeur l'immobilier. Au point qu'aujourd'hui, Internet est en passe de devenir la première vitrine des agences. La communication online se porte on ne peut mieux, les portails immobiliers affichent des scores records et le nombre des annonces accessibles en ligne ne cesse d'augmenter. Notre dossier de couverture (lire page 18) vous indique comment adapter votre stratégie à ce nouveau phénomène qui bouscule les pratiques traditionnelles. Devant la multiplication des contrôles entrepris par la direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), notre consultant Gérard Bornot, fait le point sur les réglementations qui s'imposent à la profession (lire page 8). Pour mieux vous connaître et dresser un panorama le plus précis possible du paysage immobilier français, nous lançons une grande enquête auprès des professionnels qui ont choisi d'adhérer à une enseigne (lire page 6). Et ce, afin de ne pas cantonner nos analyses aux seuls grands réseaux nationaux. Merci d'avance pour votre collaboration.

L'équipe du JDA

Vous souhaitez réagir aux articles publiés dans le Journal de l'Agence, Rendez-vous sur nos forums sur le site www.journaldelagence.com

Sommaire

-  **Actualités** P04
-  **Juridique** P08
▶ Vers une meilleure information des consommateurs
-  **Repères financiers** P15
▶ La restauration de la solvabilité financière des emprunteurs
-  **Dossier** P18
▶ INTERNET : première vitrine des agences immobilières
-  **Gestion de patrimoine** P24
▶ Immobilier d'exception : un marché confidentiel
-  **Guide financement** P30
▶ Les crédits à 50 ans pour primo-accédants
-  **High Tech** P32
▶ Windows Vista : l'empire Microsoft contre-attaque !
-  **Guide Statistique** P34
▶ Les prix augmentent de moins en moins vite !
-  **Répertoire annonceurs** P36
-  **Nos experts** P36

JDA Editions - 53 rue Baudin - 92593 LEVALLOIS-PERRET Cedex

Contact : info@journaldelagence.com

Directeur de la rédaction : Catherine Renner

Conception éditoriale : Bazik Press

Réalisation / Fabrication : Immo'Flash - 01 41 32 38 70 - Imprimerie : Sajic Viera

N° ISSN - 1764-2345 / N° SIREN - 449 073 766 - RCS Paris

Vous pouvez vous abonner au Journal de l'Agence par internet sur le site : www.journaldelagence.com

Premier Baromètre Orpi

Les français aiment leurs agents immobiliers ...

Premier réseau immobilier avec 65 000 transactions en France, 1350 points de vente et 6000 collaborateurs, Orpi vient de concocter son premier baromètre de l'immobilier. Fruit d'un partenariat avec le Credoc, il passe au crible les avis des consommateurs de logements de sept grandes villes françaises. Et s'intéresse notamment aux relations que les français entretiennent avec leurs agents immobiliers. D'après cette enquête (réalisée auprès de 1026 individus représentatifs de la population), 53% des Français ont déjà eu affaire à une agence immobilière, et 73% déclarent en avoir été satisfaits (27% très satisfaits, 46% plutôt satisfaits). Pour quelles raisons souhaitent-ils utiliser les services d'une agence immobilière ? Pour les personnes interrogées,

les agences permettent avant tout un gain de temps (50%), et l'accès à une offre de biens plus large (49%). Les autres motifs justifiant l'appel à une agence immobilière ? Les professionnels sont un gage de sécurité pour bien acheter, bien vendre ou bien louer pour 30% des français tandis que 24% d'entre eux estiment que l'agent immobilier apporte des conseils utiles pour bien choisir. Enfin, 16% des français prévoient de faire appel à une agence immobilière pour la bonne raison qu'ils en ont déjà été satisfaits.

...et estiment que les prix vont monter

Autre enseignement de ce baromètre, 53% des Français pensent que les prix vont continuer à grimper. Les jeunes, les ouvriers et les inactifs sont les catégories qui s'attendent le plus massivement à une

hausse. En cas de hausse continue, 26% des Français sont toujours prêts à investir. Seuls 6% d'entre eux entendaient une baisse des prix. Une stagnation des prix entraînerait les 33% d'attentistes à agir, donc relancerait la demande, puis mécaniquement les prix. Les moteurs des parcours immobiliers actuels ? Les évènements familiaux qui restent la motivation majeure mais aussi la possibilité financière de se loger mieux, puis les mutations professionnelles. Enfin 22% des français (mais 42% des 18-34 ans) ont un projet immobilier. Le bien idéal ? Une maison de préférence avec trois pièces minimum et si possible un bureau.



Les loyers ont progressé de 3.5% l'an passé

La dernière publication de l'observatoire Clameur fait état d'une hausse des loyers du marché locatif privé de 3.5% en 2006 (contre 5.1% en 2005), avec un loyer s'inscrivant à 11 euros le mètre carré en moyenne sur l'ensemble de la France. Dans l'ensemble, ce sont les loyers des petits logements qui progressent le moins rapidement : 3.1% pour les studios, 3.3% pour les deux pièces, 3.9% pour les trois pièces, 4% pour les 4 pièces et 4.5% pour les 5 pièces. Clameur analyse aussi les dispari-

tés régionales. Ainsi, à Paris où les locataires restent en moyenne 5 ans dans le même logement (contre 3 ans et 3 mois dans le reste de la France), les prix atteignent en moyenne 20.2 euros le mètre carré. Avec des loyers qui tournent autour de 5.8 euros le mètre carré, la Haute-Marne ou les Vosges figurent parmi les départements les moins chers. Réalisée sur la base des deux premiers mois de l'année, la progression des loyers pour 2007 est estimée à 1.2%. Pour en savoir plus : www.clameur.fr

Nominations

Fnaim.



A 47 ans, Anne Chenu (maîtrise de droit public, Institut d'Administration des Entreprises de Paris) est nommée directeur général de la Fédération Nationale de l'Immobilier (Fnaim), première organisation professionnelle du secteur en France avec 11 200 entreprises adhérentes et plus de 100 000 collaborateurs .

Entrée en 1998 à la Fnaim, elle y a occupé successivement le poste de directeur de la communication puis, à partir de 2006, celui de délégué général adjoint.

Féau&Dauchez.

Après plus de 30 ans à la tête du groupe immobilier Féau&Dauchez, Paul Louis Camizon quitte la direction opérationnelle du groupe pour la présidence du conseil de surveillance. Il laisse sa place à la tête du directoire à Charles-Marie Jottras, président de Daniel Féau depuis 1988.

Awon Asset Management.

Entré en mai 1999 chez Awon Asset Management, Frédéric Maman en était directeur, en charge de l'Asset Management. Il vient d'être promu directeur général de cette filiale à 100% de la Société d'investissement immobilier de la Tour Eiffel.

Votre journal personnalisé d'annonces immobilières

LES AVANTAGES

Dotez-vous d'un véritable outil de prospection sur votre zone de chalandise pour convaincre les vendeurs sur vos offres de services. Développez votre notoriété en communiquant sous votre propre enseigne et assurez ainsi la promotion de vos biens à vendre et non ceux de vos concurrents.

LES POSSIBILITÉS

Intégration de votre charte graphique, logo, couleurs...
Personnalisation de la première et la dernière page (éditorial, présentation agence, présentation de l'équipe, affaire du mois...). Participation d'un annonceur (banque, assureur,...) pour optimiser le coût de votre support.

LA PROCÉDURE

Utilisez directement l'Interface Edition Presse d'Immo Flash pour la préparation et le transfert de vos annonces et photos en moins de 15 minutes (logiciel gratuit).
Vous réduisez au maximum le temps de publication et recevrez votre journal sous 5-6 jours.

01 41 32 38 70

contact@immo-flash.com

www.immo-flash.com

*immo*flash

Du bien à la page

Franchise, coopérative, licence de marque... Comment s'y retrouver ?

Pour l'agent immobilier, adhérer à un réseau signifie bénéficier de la notoriété d'une enseigne, de son savoir-faire, de son expérience, de ses services... Mais, tous les réseaux ne fonctionnent pas de la même façon. Il y a les franchises, les coopératives, les licences de marque, les concessionnaires, les réseaux issus de grandes banques...

La Franchise

Le franchiseur doit en principe avoir mis au point et exploité avec succès son concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote avant le lancement du réseau. Tout en restant le patron de son affaire, le franchisé qui adhère à un réseau de franchise se soumet aux décisions du franchiseur avec lequel il signe un contrat l'obligeant à respecter certaines contraintes : versements de droits d'entrée, d'une redevance souvent proportionnelle au chiffre d'affaires annuel, d'une participation au budget publicitaire, aux investissements... Il doit

aussi accepter les contrôles, jouer la transparence sur ses comptes, s'impliquer dans les commissions.... De son côté, le franchiseur se doit d'apporter au franchisé un réel savoir-faire et le transmettre à travers une formation initiale et une assistance commerciale et technique pendant toute la durée du contrat. En outre, le franchisé bénéficie le plus souvent d'un territoire d'exclusivité.

La coopérative

Le réseau coopératif est la formule la plus ancienne. Elle est aussi plus souple que la franchise. Adhérer à un

réseau coopératif signifie acheter une part de capital et participer à l'élection du conseil d'administration, élu chaque année. Chaque agence qui adhère dispose d'une voix. Pour le reste, la coopérative fournit les mêmes services qu'une franchise : assistance, information, formation...

Licence de marque et concession

La licence de marque et la concession, pour leur part, sont plus souples puisqu'il s'agit ni plus ni moins d'acheter l'autorisation de développer son activité sous une certaine enseigne. La licence est un contrat par lequel le titulaire d'une marque confère à un tiers le droit d'apposer la marque dans son agence. Elle peut être accordée moyennant le versement forfaitaire d'une somme, soit en contrepartie de redevances, généralement proportionnelles au chiffre d'affaires. Généralement, le contrat de licence prévoit une clause d'exclusivité territoriale. La concession est parfois plus contraignante.

Les réseaux de banques

Ce sont le plus souvent des agences rachetées ou créées par les banques qui opèrent sous une enseigne précise.

Colette Sabarly

En conclusion le secteur de l'immobilier est atomisé avec un grand nombre d'acteurs. Le Journal de l'Agence organise ce trimestre un observatoire du secteur. Nous vous en livrerons les résultats dès le mois de juin.

Enquête exclusive

Le paysage immobilier français a connu de nombreux bouleversements au cours des derniers mois. Pour l'appréhender, nous lançons une grande enquête exclusive auprès des professionnels (de la transaction ou de l'administration de biens) qui ont choisi d'adhérer à une enseigne.

Notre objectif ? Présenter une étude la plus précise possible des grands intervenants du marché, qu'ils soient affiliés à un réseau national, régional ou local.

Pour y voir clair, merci de nous indiquer :

- le nom du réseau
- la date de création
- le nombre d'agences
- les départements couverts
- l'actionnariat (total ou partiel)

**Vous pouvez adresser l'ensemble des informations à notre consultant
Gérard Bornot - bornotgerard@yahoo.fr**



Swixim[®]

Réseau immobilier

**En immobilier,
soyez différent,
devenez Agent affilié Swixim[®]**



Vous bénéficiez de :

- L'image de marque, **Swixim[®] L'immobilier gagne en assurance[®]**
- Plus de clients, grâce aux garanties exclusives **Fiabilhome[®]** et **Sérénhome[®]**
- Plus de performance des Courtiers de votre agence.
- Une exclusivité territoriale.
- Une redevance fixe, assurant votre rentabilité.
- Et tous les services d'un réseau.

Dans un environnement concurrentiel,

l'enseigne Swixim[®] est **votre marque de qualité.**



En Suisse et en France, plus de 100 Agents et Courtiers Swixim[®] ont déjà pris la bonne décision.

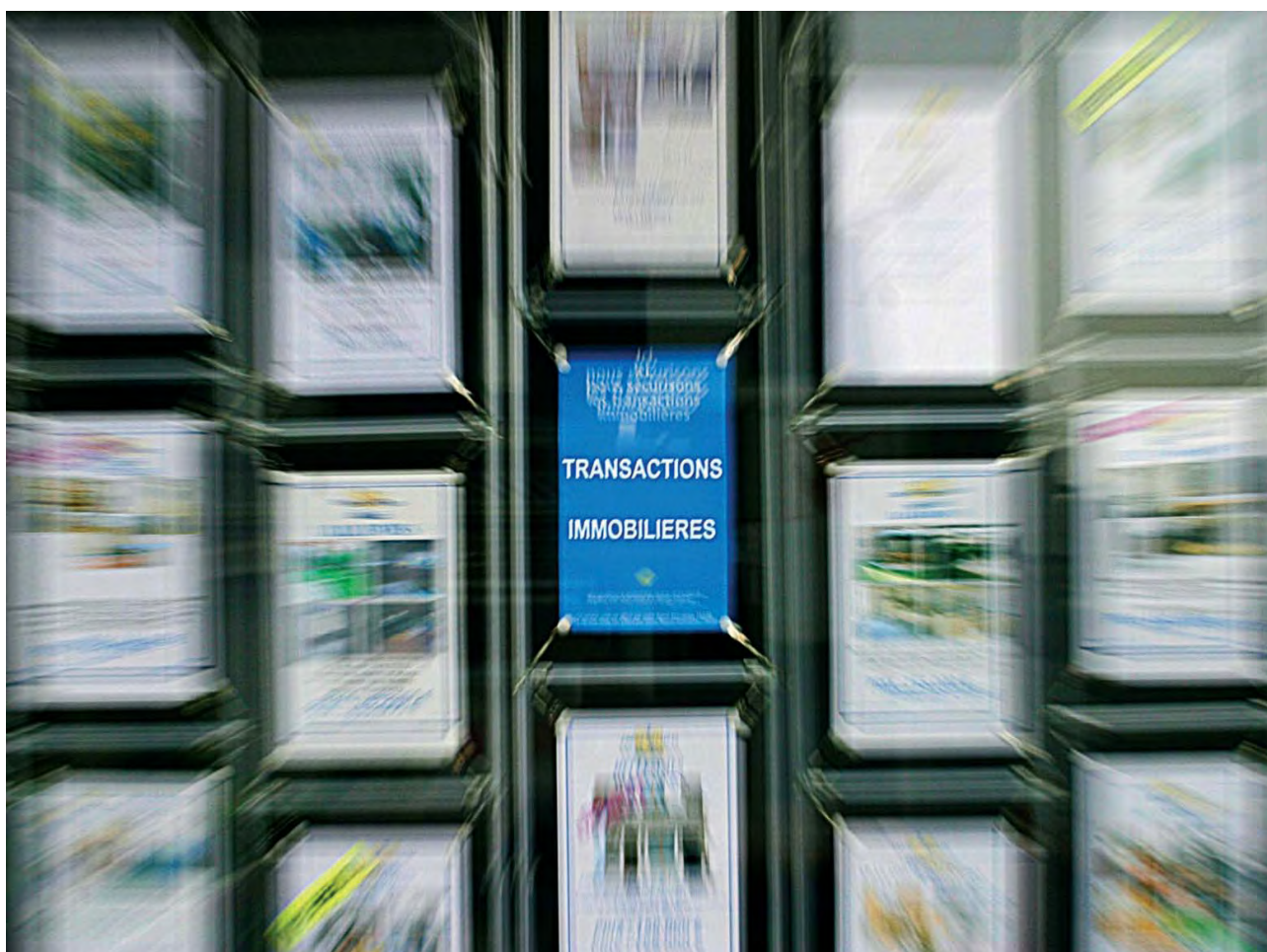
Vous aussi, contactez :

Swixim[®] France
21, Av G. Pompidou - 69486 Lyon Cedex 3
N° Azur : 0 810 800 100
accueil@swixim.ch

Swixim[®] Réseau d'Agents et Courtiers Affiliés
Chaque entreprise est juridiquement et financièrement indépendante
www.Swixim.com  **L'immobilier gagne en assurance[®]**

Vers une meilleure information des consommateurs

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel, il est indispensable de connaître sur le bout des doigts les réglementations qui s'imposent à la profession.



Après le rapport de la direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes (DGCCRF) concluant à la nécessité de poursuivre et d'amplifier les contrôles auprès des agences immobilières, puis le projet de loi (déposé le 6 février dernier) prévoyant d'autoriser les agents de la DGCCRF à contrôler le respect de la loi Hoguet (précisément en matière de détention et de

bon usage de la carte professionnelle); il est important de rappeler les règles du jeu en matière d'affichage des honoraires et de publicité. L'information du consommateur est un droit élémentaire, rappelé dans le code de la consommation. En contrepartie de la liberté des prix introduite dans le code du commerce en décembre 1986, le législateur a imposé un certain nombre de règles afin de

garantir la totale transparence en matière d'information. Il convient ainsi de rappeler que les agents de la DGCCRF sont compétents pour rechercher les infractions aux règles de concurrence ou de droit de la consommation, et que la loi du 2 août 2005 en faveur des PME, et une ordonnance du 1^{er} Septembre de la même année a élargi leurs compétences, au domaine de la sanction des



GARANTIES, ASSURANCES, SERVICES

Le marché de l'immobilier
ne cesse d'évoluer.
A nous de vous y préparer.

En arborant le cube jaune, véritable fer de lance de l'immobilier, vous devenez adhérent de la FNAIM et sociétaire de CGAIM, unies et solidaires pour faciliter votre réussite.

Vous bénéficiez de la notoriété et de l'appui de l'organisation leader forte de 11 000 agents immobiliers et administrateurs de biens. Vous rejoignez le leader européen délivrant 5,5 milliards d'euros de garantie financière. Vous accédez aux services du 1^{er} centre de formation français de l'immobilier qui a dispensé 30 000 journées de formation en 2006, à l'internet et à l'extranet FNAIM, ainsi qu'aux services de proximité des chambres départementales.

La Caisse de Garantie de l'Immobilier CGAIM vous permet de satisfaire aux obligations légales dans les meilleures conditions : une garantie financière au meilleur prix, une assurance RCP très compétitive, une solide politique de prévention, une gamme de produits d'assurance conçus par et pour les professionnels.



**FEDERATION NATIONALE
DE L'IMMOBILIER**



**CAISSE DE GARANTIE
DE L'IMMOBILIER**

ENTRE NOUS, L'IMMOBILIER A UN BEL AVENIR

POUR TOUT RENSEIGNEMENT, CONTACTEZ-NOUS : 0 820 87 6000 OU WWW.CGI-FNAIM.FR

infractions. Pour l'année 2005, 4% des professionnels ont été contrôlés en Ile-de-France. Les infractions relevées sont nombreuses – 426 infractions – 83 procès verbaux – 106 rappels de la réglementation – 9 rapports adressés au Parquet. Les professionnels franciliens ne sont pas seuls à être suspectés de dérapages, leurs confrères des autres régions font également l'objet de contrôles. Les réglementations devenant plus contraignantes, les professionnels doivent viser l'excellence et ne pas oublier que toute obligation nouvelle pour la profession ne peut que valoriser leur rôle, faire de l'agent immobilier un passage obligé et justifier leurs honoraires.

Afficher correctement les honoraires

1/ Selon l'arrêté du 29 juin 1990, les prix des prestations de services doivent faire l'objet d'un affichage dans les lieux de réception du consommateur. Les mandataires transactionnaires qui affichent les biens proposés dans une vitrine, doivent afficher ces honoraires en vitrine et à l'intérieur de leurs locaux de façon visible et lisible. Évitez les affichages avec des textes de police inférieures à 8, placés très bas dans la vitrine.

2/ L'affichage doit comporter la totalité des prestations offertes à la clientèle, leurs prix et les options ou prestations éventuelles. Les administrateurs de biens profitent d'une tolérance de l'administration lorsque l'affichage s'avère complexe et difficilement compréhensible pour le consommateur. Dans ce cas il est admis la mise à disposition d'un catalogue détaillé des prestations particulières et de leurs tarifications. Encore faut-il que vos visiteurs soient informés de l'existence de ce catalogue.

Parole d'expert



Cyril Sabatie, Directeur Juridique de la FNAIM, rédacteur en chef de la Revue Bleue.

« Le consommateur ne peut honorablement comparer des prestations, services ou biens immobiliers et exercer consciemment son choix, que s'il est en mesure de connaître aisément l'intégralité du prix demandé pour chacun d'eux. La réglementation sur la publicité

et sur les prix est souvent considérée comme contraignante et contreproductive pour les activités commerciales de nos professions. S'il est vrai que certains textes prêtent parfois à interprétation, il est impossible d'ignorer avec candeur les règles les plus élémentaires, car aujourd'hui les sanctions sont lourdes ! Toute information fautive ou de nature à induire en erreur le consommateur peut donner lieu à condamnation à caractère pénal au titre de l'article L.121.1 du code de la consommation. Il faut savoir que les condamnations portent sur chacune des publicités publiées. Ainsi à titre d'exemple, 10 affiches erronées en vitrine conduiraient à dix contraventions à 1 500 € maxi chacune, soit 15 000 €. Rigueur, prudence et transparence doivent demeurer les fondements publicitaires des agences ».

3/ Vous devez préciser l'assiette de calcul, prix net vendeur ou prix de mise en vente. Sur ce point, attention aux négociateurs, soucieux de préserver leur rémunération (ce qui est une bonne chose en soi) mais qui omettent lors d'une baisse de prix de recalculer la rémunération de l'agence. Ils se trouvent dans ce cas en sur-commissionnement par rapport au barème affiché, et sont en infraction répréhensible. Souvent, des négociateurs confrontés à l'objection « vos honoraires sont trop chers » appliquent un peu trop légèrement, lors de la signature du mandat, ou lors de la renégociation de prix, des honoraires inférieurs aux honoraires affichés. La DGCCRF rappelle que les honoraires affichés doivent correspondre

aux honoraires pratiqués. En effet, une pratique trop systématique de « remises d'honoraires » aurait pour inconvénient de fausser les règles du marché, ou de générer du détournement de clientèle. Mieux vaut donc vérifier régulièrement le taux réellement pratiqué par vos collaborateurs, pour que votre barème soit en concordance, et pour rappeler ensuite aux négociateurs trop généreux, qu'un bon négociateur qui offre un service de qualité, sauvegarde les honoraires de l'agence, et donc son salaire. Pour l'administration « tout affichage faisant apparaître des tarifs qui ne sont pas réellement appliqués (à la hausse ou à la baisse) est répréhensible et assimilable à un défaut de publicité de prix ».

Offre-immobilier.fr

Le site immobilier dédié aux acquéreurs et aux vendeurs

Simple et Rapide

- > La page d'accueil est un moteur de recherche
- > Possibilité d'accéder à l'information en 1 clic

Différent

Des fonctionnalités exclusives

- > Intégralité des magazines en ligne
- > Consultation des encarts presse des annonceurs
- > De nouvelles alertes mail : sur la parution des magazines et sur les agences immobilières, sélectionnées par l'internaute

Efficace

Un espace professionnel entièrement 'online'

- > Publication de l'intégralité du portefeuille de biens avec un nombre de photos illimité
- > Diminution de 20% à 50% des délais de bouclage pour les demandes de parution presse



Pour recruter des mandats vendre ou louer un bien, ParuVendu, la clef de vos contacts 100% efficace.

ParuVendu n°1 de la Presse Gratuite d'Annonces.

Un réseau de **280 éditions locales**, 15 millions de lecteurs chaque semaine⁽¹⁾.

Le site **www.paruvendu.fr**, 52 millions de visites en 2006⁽²⁾
20 000 annonceurs professionnels de l'immobilier
850 000 internautes inscrits aux services ParuVendu.fr

NOUVEAU : découvrez sur ParuVendu.fr
la nouvelle chaîne Immobilière.



ParuVendu
www.paruvendu.fr

Contactez-nous au : **0 810 155 810**
(coût d'un appel local)

ATTENTION
100%
EFFICACE

Le conseil de l'expert

En matière de transaction, un audit détaillé permet notamment, d'observer non seulement la qualité des mandats du portefeuille, la véritable rémunération de l'agence, de détecter les négociateurs qui enrichissent le stock, qui respectent la réglementation, et ceux qui prennent trop de liberté avec le barème d'honoraires.

4/ Les honoraires s'entendent toutes taxes comprises, étant précisé que le taux de T.V.A. applicable est de 19,6%, Il n'est pas inutile de préciser « taux applicable au ... » et de dater votre barème d'honoraires.

5/ Vous devez préciser à qui incombe le paiement de la rémunération (acheteur – vendeur – bailleur – locataire). Sur ce point si les choses sont claires en matière de location, il n'en est pas de même en matière de transactions portant sur une vente. Les textes de loi sont complexes et peuvent parfois entraîner des « interprétations diverses », y compris de la part de juristes distingués, ou des contrôleurs.

6/ Beaucoup d'agences stipulent sur leur barème d'honoraires, et sur leurs mandats de vente que « les honoraires affichés sont à la charge du vendeur, toutefois il peut en être convenu différemment entre les parties, lors de la signature de l'avant contrat », certains ajoutant même, « ceci ayant pour avantage de diminuer les droits d'enregistrement ». Attention : en affichant cette mention, vous risquez de fâcher l'administration fiscale. En effet, vous ne pouvez envisager de porter la rémunération à la charge de l'acheteur, que si vous disposez d'un mandat de recherche de biens le prévoyant, ou si un avenant au mandat a été signé antérieurement au compromis de vente. Il convient donc de ne pas oublier, que les mentions incluses dans le mandat et dans le compromis doivent être identiques quant à la personne qui a la charge des honoraires.

Appliquer les règles de publicité sur les prix

Toute publicité effectuée par un agent immobilier (quel que soit le support utilisé), doit mentionner le montant toutes taxes comprises de votre rémunération. En matière de publicité beaucoup trop d'agences dans la presse (PQR ou gratuite) sur leur site, dans des mailings ou des tracts, développent des promesses souvent alléchantes, pour vanter des performances pas toujours vérifiées : « 90% de réussite, N° 1 sur la ville de..., 80% de nos mandats vendus en moins d'un mois, etc. » Attention ces avantages ne peuvent faire l'objet d'une « promotion » que si vous en apportez la preuve. Et les services concernés à la DGCCRF sont très bien documentés. En effet, leurs bureaux regorgent de publicités et de journaux d'agences immobilières et ils ne manqueront pas d'intervenir si une publicité leur paraît mensongère. Il convient de respecter quelques règles simples et logiques pour que l'information donnée au consommateur soit la plus transparente possible :

1 Les publicités doivent mentionner le prix total à payer. Si le prix de vente indiqué comprend la rémunération de l'agence, il n'est pas nécessaire de le détailler, il est recommandé par contre de préciser que les prix affichés s'entendent « honoraires d'agence inclus » formule plus chic et plus claire que, F.A.I. ou H.A.I. A éviter, « prix nous consulter » comme cela se voit fréquemment, pour

des biens haut de gamme, pour lesquels les vendeurs souhaitent une grande discrétion.

2 Toute information fautive ou de nature à induire en erreur le consommateur peut donner lieu à condamnation à caractère pénal. Evitez les informations approximatives du style : à 5' de la gare, si vous ne précisez pas le mode de transport. Les surfaces indiquées doivent par ailleurs préciser s'il s'agit de surfaces habitables, utilisables ou de surfaces loi carrez.

3 En matière de location, il est obligatoire d'indiquer : le montant du loyer à payer, la provision pour charges, la commission à la charge du locataire, et le montant du dépôt de garantie.

4 La loi Hoguet impose par ailleurs que tout professionnel s'identifie dans toutes publicités et quel que soit le support (papier internet...) en indiquant clairement : la raison sociale (l'activité exercée), l'adresse (nom et adresse du garant) ainsi que le numéro et le lieu de délivrance de la carte professionnelle délivrée.

5 Beaucoup de mandats de vente sont conclus au domicile du vendeur, en utilisant les imprimés répondant aux exigences du Code de Commerce en matière de vente par démarchage. Sur ce point les avis divergent et certains réseaux recommandent à leurs adhérents d'attendre la fin du délai de rétractation. En fait, vous pouvez très bien mettre le bien en publicité dès que votre mandat a été enregistré. En faisant visiter le bien, vous prenez néanmoins le risque de voir le mandant se rétracter. Et s'il le souhaite, il pourra de surcroît reprendre contact avec son visiteur, sans rien devoir à l'agence. Autant le savoir.

Gérard BORNOT
ANTOlogis, consultant formateur



L'immobilier est votre métier! Et le Crédit ?

Rejoignez le 1^{er} Réseau Franchisé de Courtiers en Crédits !

*Un exemple : **In&Fi Crédits Besançon** : La 45^{ème} agence de courtage en crédits a ouvert à Besançon en janvier 2006. A l'origine de ce projet, deux professionnels de l'immobilier, David Blond, 29 ans, et Jacques Pargny, 45 ans, déjà franchisés de deux grandes enseignes nationales .*

« En tant qu'agents immobiliers, notre souci est de lever le plus rapidement possible les conditions suspensives de l'obtention de prêt. Nos clients sont demandeurs de services supplémentaires, notamment dans le conseil que nous pouvons leur apporter en matière de financement... et surtout prêts à payer pour un vrai service. Trouver le taux le plus bas n'est pas primordial. Ce qui leur importe, ce sont les solutions qui leur sont proposées, le montage financier, la qualité d'écoute et de suivi de leur compte... Sur un marché qui est en train de se tendre, une enseigne nationale comme In&Fi Crédits- avec un savoir-faire, une visibilité et une image est une évidence... »



Pour recevoir une documentation,
contactez-nous :

Téléphone : 01 34 57 20 05

Email : contact@inandfi.fr



www.inandfi.com

La restauration de la solvabilité financière des emprunteurs

Le logement est au cœur des préoccupations des français. Le point sur la situation, les réformes, les applications concrètes et les évolutions attendues.



La torpeur traditionnelle des périodes pré électorales a fait place cette année à une liste prolifique de réformes et d'aménagements qui ont, sans que chacun en ait forcément conscience, bouleversé notre environnement. En même temps la médiatisation d'une action d'une association humanitaire sur les sans logis a animé l'actualité et relancé le thème du logement en France.

Le bilan de la situation du logement en France

Ca n'étonnera personne, le bilan n'est pas très brillant. Un parc de logements sociaux en mauvais état, qui nécessite des démolitions ou des travaux de grande ampleur. Une politique de concentration urbaine dont

le virage n'a été pris que trop récemment pour commencer à en montrer des effets positifs, tant dans l'intégration que dans les brassages locataires/propriétaires. Un déficit de l'offre par rapport à la demande existante, mais aussi en regard de la demande future avec une politique d'immigration, sans doute sélective, qui devrait se poursuivre, au point que les principaux organismes et instituts estiment qu'il faudrait plus de 500 000 loge-

ments neufs par an sur dix ans pour absorber le déficit et réguler le marché. A cela vient s'ajouter une hausse moyenne du prix de l'immobilier de 87 % depuis 2000 (source Indice INSEE-Notaires), qui a certes faibli en 2007, mais dont les spécialistes s'entendent pour dire qu'elle sera encore comprise entre 3,5 et 5 % sur 2007. On retiendra enfin la remontée des taux d'intérêt depuis un an et demi (+ 1,5 % sur le taux directeur de la Banque Centrale Européenne), après toutefois une période de décline continue de vingt ans, qui a amputé la capacité d'emprunt des ménages d'environ 12 % sur leurs projets. Au niveau actuel des taux pratiqués par les Banques, qui reste historiquement assez bas, le surcoût pour les emprunteurs aurait pu ressortir, somme toute, supportable, s'il n'avait fallu allonger la durée des remboursements pour compenser la hausse du montant moyen des transactions et du recours à l'emprunt. Et c'est la conjugaison de ces facteurs qui a renchéri plus significativement le coût des prêts. Au total : déficit récurrent de logements, plus demande durablement importante, plus hausse des prix de l'immobilier non spéculative, et donc durable, plus faible évolution des revenus des ménages salariés, plus hausse des taux d'intérêt = insolvabilité des ménages potentiellement acquéreurs. A noter que ces remarques valent aussi pour les candidats à la location, pour qui le durcissement des conditions d'accès au logement - principalement privé- conjugué à la flambée des loyers (entre 8 et 15 % par an) partiellement générée par les livraisons de programmes neufs qui ont tiré les tarifs à la hausse, qui se sont vus exclure d'une bonne partie du parc locatif privé.

Dans ce contexte, que faire ?

Les pouvoirs publics sont bien souvent, et parfois à juste titre, montrés du doigt. C'est pourquoi toute une série de mesures, de dispositions, et de réformes ont été mises en place en urgence courant 2006. Avant tout, car c'est aussi la clé de voûte à de nombreuses autres modifications comportementales, il y a eu en Mars 2006 la réforme des sûretés. Bien que très technique, cette ordonnance a permis, directement et indirectement, une baisse des coûts des garanties. En effet, la revalorisation de l'hypothèque a provoqué une réaction médiatique forte de l'ordre notarial au travers une baisse substantielle des coûts d'enregistrement (près de 50%), entraînant dans son sillage la contre-attaque des organismes de cautionnement mutuel, à commencer par Crédit Logement, le plus important d'entre

eux, qui a d'abord révisé, lui aussi, ses barèmes, puis a lancé la caution rechargeable. Et par l'introduction du caractère rechargeable, donc d'une durée allongée de validité de la garantie, cette réforme a fait sauter le verrou de durée de 20 ans de l'inscription hypothécaire, autorisant en cela des prises de garanties jusqu'à 50 ans.

Ensuite, le recensement des réserves foncières de l'Etat et des Collectivités locales a permis d'estimer les opportunités de lancement de chantiers de constructions sociaux un peu partout sur le territoire. Cette vague de relance dans la construction a été démultipliée par les investisseurs privés, et au total, ce sont près de 460 000 mises en chantiers (chiffres variant entre 440 000 et 467 000 selon les sources) qui ont été enregistrées en 2006. On n'avait pas vu cela depuis 30 ans !

Dans la lignée de ce recensement, dont il était en fait un article d'accompagnement, ce fut la Loi ENL du Ministre Jean-Louis Borloo, qui a vu jour officiellement cet été. Des objectifs concrets et ambitieux de constructions (500 000), des mesures progressives d'incitation fiscale pour les investisseurs privés (Régimes Robien recentré et Borloo populaire), la création de la « maison à 100 000 euros » avec intervention de la Caisse des Dépôts et Consignations en contre garantie du paiement différé du foncier (dans la limite de 25 ans et pour les revenus modestes éligibles aux dispositifs sociaux) tandis que l'accédant prend à sa charge l'emprunt de la construction pendant ce délai, extension des plafonds d'accession au Nouveau Prêt 0 %.... De son côté la réforme de l'assurance emprunteur avec le remplacement de la Convention Bellorgey par la convention AREAS, a élargi les possibilités d'accès à la couverture décès invalidité aux personnes sur primées ou refusées par les compagnies d'assurance dans le cadre de leurs demandes de crédit, mise en place fin 2006.

N'oublions pas les occupants locataires, avec le changement de l'indice de référence calcul de la révision annuelle des loyers. Mis en place en juillet 2006, l'IRL (Indice de Référence des Loyers) s'est substitué à l'indice de la Construction, généralement retenu dans les anciens baux. Cet indice synthétique n'est composé qu'à hauteur de 20% de l'indice de la construction, et n'a ainsi évolué que de 3,19% depuis le 3ème trimestre 2005 contre 8,03% pour l'ancien indice sur la même période. De même, l'assurance de Garantie des Risques Locatifs (GRL), instaurée en janvier 2006, entrera en vigueur en Mars 2007. Elle permettra aux propriétaires bailleurs d'être prémunis des loyers impayés pour des populations de locataires traditionnellement exclues des assurances (CDD,

étudiants...).

Cette longue liste de mesures, aux allures de bilan électoral, fait montre de l'urgence des décisions qui étaient à prendre. Mais du texte aux actes, il y a toujours, on le sait bien, un délai. Or la situation ne permet plus d'attendre.

Quel en est le risque ?

Outre le temps nécessaire à l'application de tous ces dispositifs, il y a aussi le risque que le Marché ne suive pas l'orientation. Mais il y a aussi la possibilité de voir sortir des initiatives privées qui anticipent, dépassent ou accompagnent ces mesures. Ainsi, par exemple, le projet très avancé de mise en place d'un fond mutuel locatif permettant de se substituer aux loyers de garantie, tout en dispensant la fourniture de cautions personnelles de tiers. Instigués par les Pouvoirs Publics, des projets de création de fonds privés sont sans doute à prévoir. S'agissant du crédit bancaire, les limites de durée de remboursement ont totalement éclaté avec la réforme des hypothèques. Les durées de 15, 20 ans ont disparu au profit des 25, 30, 35 ans avec même une offre de la Kutxa Banque sur 50 ans maximum. De son côté le Crédit Foncier hésite à lancer son offre sur 40 ans, mais dispose d'ores et déjà du produit. Certes on peut toujours considérer qu'emprunter sur de telles durées est affolant ou dénué de bon sens financier... N'empêche. Entre se voir refuser l'accès à la location, pour des motifs de garanties ou de prix des loyers, ne pas pouvoir rester au sein d'une habitation devenue trop étroite pour cause d'agrandissement du cercle familial, et ne pas avoir accès aux prêts bancaires jusqu'à 30 ans pour manque d'apport ou d'absence de revenus suffisants, il n'y aurait donc pas d'autre solution. Lorsque l'équation prix du bien, niveau de revenus, taux d'intérêt se referme sur vous, il ne reste que l'allongement du crédit comme clé de sortie de l'impasse. Notre monde bouge chaque jour, et sans doute de plus en plus rapidement. Le conseil d'un professionnel du secteur, que ce soit financier, immobilier, assureur, gestionnaire, va trouver assurément une place qu'il n'avait pas encore en France jusqu'ici. Sans doute vivons-nous aussi une évolution fulgurante de notre rapport avec notre endettement, et, sans aller immédiatement jusqu'au modèle anglo-saxon, devons-nous nous habituer à vivre désormais toute notre vie adulte avec un crédit. Et le prêt trans-générationnel ne nous est pas encore parvenu....

Bruno Rouleau,
directeur de la formation
et des partenariats In&Fi.



VOUS RÊVEZ D'ÊTRE VU PAR LE PLUS GRAND NOMBRE ?



Avec 2,4 millions de visites sur logic-immo.com*
Soyez logic, Soyez vu



- ✓ + de 450 000 annonces en ligne
- ✓ + de 20 millions de pages vues*
- ✓ Visites virtuelles en toute simplicité
- ✓ Lien direct et appel gratuit vers votre agence
- ✓ Le site qui monte : + de 100% de croissance en 2006

LOGIC-IMMO
Simplifiez-vous l'immobilier

Contactez-nous: Paca / Rhône Alpes 04 42 33 68 24 - Sud Ouest 05 57 26 09 48 - Ouest 02 51 13 27 30 - Ile-de-France 01 47 30 57 97-
Nord 03 20 89 35 90 - Est 03 89 56 95 00 - Call center 01 41 27 89 30

Internet



Première vitrine des agences immobilières ?

Au milieu de ce marché en pleine mutation, l'agence immobilière doit choisir la meilleure stratégie pour sa communication. Mais dans un contexte versatile comment répartir son budget de communication ? Quels sites choisir ? Pour quelle cible ? Et à quel coût ?

Le baromètre de l'ACSEL (Association pour le Commerce et les Services En Ligne) affiche pour 2006 des chiffres particulièrement optimistes en ce qui concerne le marché du commerce électronique en France. Le nombre de sites de commerce en ligne a augmenté de 44 % en 2006 et le montant des transactions en France (services financiers compris) s'élève à 15 milliards d'euros. Une performance dont peu de secteurs peuvent s'enorgueillir.

Le Groupement des Cartes Bancaires confirme cette tendance positive avec plus de 146 millions de transactions enregistrées et une analyse du site Yahoo! Search Marketing conclut que 50% des 50 000 mots-clés les plus saisis chaque mois sur les moteurs de recherche sont de nature commerciale.

@ Internet accélérateur de marché

Le secteur de l'immobilier fait un peu figure à part dans le paysage internet dans la mesure où il n'est pas encore question de conclure une transaction en ligne et encore moins d'acheter un bien sans l'avoir visité,

internet reste pour le secteur un outil de prospection et de communication à grande échelle comme on a rarement connu jusqu'à présent.

Le marché des petites annonces immobilières sur internet est plus que dynamique si on observe les performances affichées par les grands portails et par les groupements d'agences. Les chiffres cumulés du classement CybereStat de Médiamétrie en décembre 2006 approchent les 14 millions de visiteurs pour les principaux portails immobiliers (professionnels et particuliers).

Le groupe SeLogger.com, dont le portail est leader sur le marché de l'immobilier annonce pour la seule année 2006 plus d'un milliard de pages visitées sur l'ensemble des sites du groupe. Le site ImmoFrance qui offre un nouveau service de traduction en ligne d'annonces immobilières affiche pour sa part un chiffre d'affaires de 365.000 € par an et plus de 10.000 annonces provenant de 640 agences et de 800 particuliers. Green-Acres, le site portugais d'ImmoFrance, lancé début 2007, il y a à peine un mois, enregistre déjà un trafic de plus de 4.800 pages consultées par jour et une moyenne de 13 contacts quotidiens générés pour plus de 1.700 pages tradui-

tes.

Cet engouement n'a rien d'étonnant dans un pays qui a été le leader mondial des communications télématiques avec le Minitel dans les années 80.

Internet est remarquable parce que c'est «une vitrine ouverte en permanence» et le premier réflexe du consommateur est «d'aller voir sur internet ce qui est proposé et ce qui se vend, pour faire un premier tri qui n'empêche pas bien sûr par la suite de contacter l'agence et d'aller visiter le bien qu'on achète.»



Disparités dans les stratégies ... et dans les budgets

Cependant, si toutes les agences consultées annoncent avoir déjà mis en place ou prévu dans un proche avenir une politique de communication sur internet, toutes n'en sont pas au même niveau de développement et de contrôle du puissant outil électronique.

De la page statique de présentation d'agence au site commercial interactif doté de toutes les fonctionnalités profession-



Cécile Fiorentino, Directrice du Groupe Santoni Immobilier

les, les outils mis à la disposition des agences sont nombreux : recherches multi-critères, alertes par e-mail, visites virtuelles, vidéo, traduction des annonces. Et de nouvelles offres se développent. Le groupe SeLoger, comme le nouveau venu Annonces Jaunes, viennent de lancer un nouveau service de cartographie permettant aux visiteurs de réaliser une recherche de biens à un emplacement précis sur une carte (voir encadré p22).

Une fois les outils mis en place, il faut se consacrer à l'indispensable travail de référencement et d'optimisation de la visibilité du site auprès des moteurs de recherche lors de la saisie de mots-clés par l'internaute. Certainement, le meilleur moyen d'augmenter la probabilité de générer des contacts, des mandats et des ventes pour l'agence. Toujours en ce qui concerne le référencement, au second trimestre de l'année 2005, Médiamétrie enregistrait déjà que 9 internautes sur 10, soit près de 19 millions de français s'orientaient sur le web à travers les moteurs de recherche avec Goggle en tête des sondages. Une démarche stratégique qu'un groupe comme Solvimo a préféré prendre en charge en interne aussi bien pour son site Corporate que pour les mini-sites de ses 180 franchisés. Pour Olivier Alonso, Président du groupe «rien ne remplace le référencement naturel».



La structure du budget de l'agence

Du côté du budget aussi, les disparités sont importantes et si certaines agences se contentent de dépenser quelques euros pour leur stratégie de communication sur le net, d'autres n'hésitent pas à investir massivement dans la création d'un site vitrine et dans l'optimisation de leur notoriété auprès des moteurs de recherche, consacrant parfois plusieurs dizaines de milliers d'euros par an dans leur stratégie et dans l'achat de mots-clés.

D'où vient l'hésitation de certains ? La réponse spontanément donnée est la difficulté à mesurer le retour sur investissement d'une telle communication. Pourtant, certaines agences consultées, connaissent très bien ces chiffres. Cécile Fiorentino, Directrice du réseau Santoni, analyse en permanence les performances et «les collaborateurs se servent des statistiques pour leur plan d'action marketing» (voir encadré).

Philippe Jarnin, Directeur Général du réseau ImoGroup Léman considère

Comment faisiez-vous avant Internet ?

On travaillait avec le Minitel et on saisissait les annonces sur le site de la FNAIM et pour la vitrine on écrivait les annonces au feutre noir sur des bristolos fluo.

Vous vous voyez encore travailler ainsi ?

(Rire) Non, pas du tout ! On était précurseurs avec le Minitel puis le Web est apparu surtout aux USA. Maintenant, on a rattrapé le retard.

Quelques remarques sur votre politique Internet ?

Nous analysons les résultats

de toutes nos campagnes de communication, les collaborateurs se servent des statistiques pour leur plan d'action marketing.

La stratégie Internet n'a pas toujours les effets attendus. Par exemple, on remonte proportionnellement plus de contacts par Internet pour une de nos agences qui se trouve en plein centre ville que pour une agence isolée.

Comment l'expliquez-vous ?

Je pense que c'est lié à la typologie des biens. Pour une résidence principale, les acquéreurs ont moins de temps

ils veulent aller vite. C'est un choix objectif. Pour une résidence secondaire, le choix repose sur des critères plus sensibles auxquels une recherche virtuelle ne répond pas forcément.

Vous choisissez comment ?

En fonction des prix des supports ou des portails. Si c'est cher, on s'en sert pour la notoriété, on fait tourner un panel d'annonces pour générer des contacts. Si les prix sont raisonnables on en diffuse beaucoup plus. Pour le papier on préfère de loin les diffuseurs qui doublent les annonces sur leur portail.

D'où viennent les contacts internet de l'agence Santoni Immobilier ?

Support internet	Taux
Site de l'Agence	37%
Autres sites, Se Loger, Logic Immo	45%
Autres sources, FNAIM, etc...	18%

Source : Santoni Immobilier

pour sa part «qu'aucun fournisseur ne peut garantir la traçabilité du client. Ce dernier voit un bien sur un site et peut consulter la même annonce sur différents portails et sur le site de l'agence avant de prendre contact. Il peut même avoir repéré le bien sur un support papier. Il est difficile de remonter à la source initiale». Quant au budget consacré à la communication «... pour notre agence de Douvaine qui génère annuellement 100 transactions et 1.200.000€ HT de commissions, nous consacrons 100.000 € HT à la communication et 20 % de ce budget à internet.»

Le budget communication d'une agence peut donc varier mais pour maintenir un bon régime d'activité, la communication permanente est indispensable. Il s'agit de rechercher le bon équilibre entre une offre de biens riche et un potentiel d'acquéreurs.

Si tous les outils qui s'offrent aux agents sont bien identifiés : «prospection, boîtage, panneaux publicitaires, notoriété, relations personnelles, journaux gratuits et sites Web pour communiquer en externe et en interne», ils ne sont donc pas toujours mis à profit et «peu d'agences, peut-être 5 à 10 %, font une mesure précise des remontées de chaque support et du taux de transformation des annonces en contacts.»

Quant à la répartition des budgets, elle varie aussi mais globalement «la source

des contacts se répartit entre 25% à partir de la vitrine de l'agence, 25% sur les campagnes de communication publicitaire (journaux, Internet, ...) et 50 % sur le portefeuille d'anciens clients et celui des commerciaux.» Une analyse qui s'applique principalement au secteur des transactions.



Du support papier vers le web

Sur internet les premiers sites d'annonces immobilières étaient gratuits. Le passage à l'annonce payante a été fait par les grands éditeurs dans le cadre de la synergie des deux supports papier et web. Progressivement des offres 100% internet sont apparues. Tout porte à croire que le support internet va l'emporter sur le papier dans un avenir proche. Mais, pour les éditeurs interrogés, si internet progresse irréversiblement, le support papier – gratuit, thématique, généraliste – suit le même mouvement. Pour Claire Meunier, Directrice du Marché chez ParuVendu la presse écrite et en particulier les gratuits ont une caractéristique irremplaçable «le plus du gratuit c'est qu'il rentre dans l'intimité du foyer et rien ne remplace aujourd'hui la pénétration d'un journal.» Il faut en conclure que dopés par le dynamisme du marché des dernières années les deux supports progressent et que



Christophe Ivanoff,
Directeur Marketing, Concept Multimedia

d'autre part comme les services offerts par internet viennent souvent compléter offres communication traditionnels, les deux supports entretiennent un rapport de complémentarité. Selon Christophe Ivanoff, directeur du Marketing de Concept Multimedia, «les outils de communication ont un effet circulaire; la vitrine, c'est la rue; le journal d'annonces, le quartier et la ville; le cercle d'internet est plus large, il étend la portée de la communication au territoire et à l'international» (voir encadré). Cécile Fiorentino du Groupe Santoni immobilier préfère pour sa part souscrire aux offres qui doublent la diffusion des annonces sur les deux supports.

@ Quel type de support pour quelle cible ?

Si la plupart des grands portails se déclarent généralistes, le choix des supports reste cependant dépendant du type de bien. Sur internet une requête par critères permet d'afficher une sélection de biens correspondant à la recherche de l'acquéreur mais cette stratégie est souvent insuffisante pour distinguer suffisamment certains biens comme le haut de gamme et le neuf.

Pour répondre à cette attente et mieux cibler la diffusion des annonces, les portails

ont créé des sites dédiés aux programmes neufs comme ExplorimmoNeuf, SeLoger-Neuf et ImmoNeuf. Et d'autre part sur un portail généraliste, un espace prestige est parfois réservé aux biens haut de gamme. Cependant pour ce type de bien les agences préfèrent la presse prestigieuse comme Belles Demeures, ou le site lux-residence.com et «au-delà de 5.000.000 €, il y a Sotheby's.»

@ Les agences sont à l'ère de l'hyperchoix

Face à cette offre étendue, la meilleure stratégie pour l'agence immobilière reste de varier les supports pour sa communication et de trouver le meilleur équilibre entre la communication internet et les supports traditionnels. Les agences qui analysent la remontée de leurs contacts annoncent en moyenne une répartition de l'ordre de 30 % pour les contacts d'origine internet contre 70 % de contacts ayant pour origine la communication traditionnelle et le portefeuille des vendeurs. Deux chiffres qui confrontés aux budgets devraient orienter les choix.

Comment se repartit le budget communication des agences ?

D'après nos analyse les agences consacrent 30% de leur budget à internet et 70% aux autres supports de communication comme la presse gratuite, thématique ou généraliste.

Quelle est l'activité de Logiclmmo ?

Nous sommes éditeur de revues d'annonces immobilières dédiées aux professionnels avec 52 titres en France et 30 à l'international. Notre site Logiclmmo.com est le second portail internet français avec 636.000 visiteurs uniques en décembre 2006 sur un benchmark global immobilier de 3.500.000 visiteurs uniques (Médiamétrie NetRating). Notre CA internet est inférieur au support papier en valeur. Les outils de communication ont un effet circulaire; la vitrine, c'est la rue; le journal d'annonces, la proximité; et le cercle d'internet est plus large il s'étend au territoire et à l'international.

Vous êtes présents à l'étranger ?

L'ensemble de nos 438.000 annonces mis à jour quotidiennement est disponible en anglais et par le biais de nos sites à l'étranger.

Internet supplante les autres supports de communication ?

Non, il en est le complément. La preuve, nous constatons comme certains de nos concurrents une progression de notre CA pour les deux supports.

webgenery

La créativité au service de votre image

Concepteur de Sites Internet dans l'immobilier

Nos Engagements

Offrir des Services Web d'Excellence !
Préserver les Intérêts de l'Agent Immobilier
et ceux de son Réseau !

- Création de Trafic Ciblé
- Transactions - Locations
- Réservation en ligne
- Synchronisation des données (Périclès)



Comme les clients qui nous font confiance ,
Affichez votre présence avant celle des autres !

Contactez nous !

E-mail : info@webgenery.com

N° Indigo 0 820 309 054

0.09 € HT la minute

**On trouve facilement
votre adresse sur pagesjaunes.fr**

**On trouve aussi facilement
vos annonces sur annoncesjaunes.fr**

OFFRE DE BIENVENUE

3 mois offerts*
Nombre d'annonces illimité

*Pour tout abonnement souscrit avant le 31/07/07

SERVICE CLIENT

du Lundi au Samedi de 9h à 18h

 **N°Azur 0 810 136 136**

PRIX APPEL LOCAL

servicepro@annoncesjaunes.fr

annoncesjaunes.fr

Les petites annonces deviennent GRANDES



Tarifs

Coûts constatés des prestations internet pour une agence

Prestation	Tarif HT constaté
Coût de développement de site**	De 1.500 € à 5.000 € et plus
Coût de maintenance de site	De 25 € à 100 € par mois
Référencement de base	Environ 500 €
Référencement avancé et ciblé	A partir de 1.500 €/an et beaucoup plus selon la complexité du contexte.

* Source Web Genery et Aden Classifieds

**Les prestations internet dépendent en grande partie des services choisis : création graphique, analyse post-référencement, marketing web, passerelle avec les éditeurs, achats de clics (Google et autres).

Tarif communication traditionnelle (1)

Prestation	Coût HT
Panneau publicitaire (2)	De 3 à 5 €
Page annonce support gratuit (3)	1.500 €
Pleine page magazine haut de gamme	Environ 500 €
Double page sur journal glacé (3)	2.300 €

(1) Tarifs indicatifs

(2) Selon le réseau

(3) Très variable fonction du nombre d'exemplaires



Jean-Fabrice Mathieu

Directeur Général,
Groupe SeLogger

Comment analysez-vous la qualité du trafic sur votre site ?

D'une part nous ne prenons pas seulement en compte le nombre total des visites, mais le nombre mensuel de visiteurs uniques, d'autre part nous accordons beaucoup d'importance au temps moyen passé sur le site par un internaute. Ce chiffre est beaucoup plus révélateur de la qualité du visiteur. Certains portails gonflent leur audience en attirant sur leur site des visiteurs non qualifiés. Cette pratique se retrouve dans le temps passé par un internaute. Nos internautes viennent chercher un bien immobilier.

Quelle est votre cible et comment vous distinguez-vous ?

Le site SeLogger est généraliste. Nous offrons les outils de base que proposent tous les sites professionnels aujourd'hui comme les alertes e-mail. Mais nous proposons aussi des informations en provenance de la base des notaires. Le service de cartographie que nous venons de lancer sert à trouver les biens et les prix à partir d'un emplacement géographique : le métro pour Paris, le quartier pour les autres villes et le code postal pour les autres zones. L'internaute peut zoomer ensuite. Il y a une tendance lourde, les acheteurs veulent connaître la localisation précise des biens. Et comme les agences ne veulent pas se faire « piger » leurs mandats nous proposons le juste milieu. Il nous faut l'adresse pour faire fonctionner ce service mais nous ne la diffusons pas.

Quel est le taux de retour d'une annonce ?

Du propre aveu des agences, il est excellent et c'est normal: les sites SeLogger et Immostreet ont la plus grande audience du marché et la plus qualifiée mais en plus nos annonces ont accès à 90% de l'audience du web français parce qu'elles sont aussi présentes sur les portails immobiliers des grands opérateurs : Yahoo, MSN, Orange - Wanadoo, Aol, Free, etc.

OFFREZ

LE MEILLEUR DE LA GESTION IMMOBILIÈRE

À VOS CLIENTS

- 1) Fidélisez vos clients
- 2) Externalisez votre
GESTION
IMMOBILIÈRE
- 3) Percevez des honoraires permanents
- 4) Augmentez votre chiffre d'affaires

+ DE 500 AGENCES
PARTENAIRES

Centre de gestion immobilière

N°Azur 0 810 38 95 24

(Prix d'un appel local)

SARL au Capital de 20.000 € - RC Toulouse B404 821 373
Caisse de garantie FNAIM - 89, rue de la Boétie 75008 Paris
CP Gestion n° 422 délivré par la préfecture de la Haute-Garonne

MBM

LA SOLUTION GESTION

Tarifs

Taux de fréquentation des principaux portails immobiliers ⁽¹⁾

Portail	Visiteurs uniques /mois	Nombre d'annonces en ligne ⁽²⁾	Temps de visite moyen (mn:s) ⁽³⁾	Tarif HT communiqué
SeLogger/ Immostreet	1.213.000	700.000	18:37	210€/mois pour 10 annonces Paris 115€/mois pour 20 annonces province
Explorimmo	833.000	240.000	7:19	149€/mois pour 10 annonces Paris 530€/100 annonces Paris 120€/mois pour 20 annonces province 200€/mois pour 100 annonces province
Logiclmmo	852.000	370.000	4:27	250€/mois pour 50 annonces 355€/mois pour 500 annonces et +
ParuVendu	(4)	180.000	(4)	1.900€/mois pour 50 annonces Paris 5.700€/mois pour 5000 annonces et +
PAP	847.000		13:20	Particuliers

(1) Source Nielsen Netratings Janvier 2007
(2) Données constatées sur le site

(3) Cette donnée reflète l'intérêt des visiteurs pour le site
(4) Données non disponibles pour le seul secteur immobilier



Tous les matins
Votre pige complète dès 09h00

Le spécialiste de la pige immobilière



- Ventes ou locations
- Annonces exclusivement des particuliers
- Sur votre zone géographique
- Sur votre e-mail ou votre fax
- Sélectionnées sur plus de 400 supports (nationaux, régionaux, spécialisés, gratuits, internet...)
- Jusqu'à 3 envois par jour, 7 jours sur 7
- Indication des changements de prix
- Indication de l'adresse du vendeur (lorsque disponible)
- Fournie avec fichier intégrable dans de nombreux logiciels dont Périclès, Gercop et dans notre logiciel spécialement conçu pour le suivi de la pige et de l'entrée de mandat : **Directmandat** (fourni sans supplément)

Bénéficiez de **1 mois d'essai gratuit** et **sans engagement**
en appelant le : **01.45.72.92.00**

ou connectez-vous sur le site www.directannonces.com

Immobilier d'exception

Rien de commun entre le marché traditionnel et le marché du haut de gamme. D'abord, parce qu'il ne concerne véritablement que deux secteurs : la capitale et la Côte d'Azur. Ensuite, parce qu'il met l'agent immobilier en présence d'une clientèle très spécifique.

Près de la rue du Bac, un bel hôtel particulier vient de changer de main pour 18 millions d'euros ! Rue Fresnel, un penthouse de 245 m² avec terrasse de plus de 200 m² et vue imprenable sur la Seine et la tour Eiffel, était récemment à vendre 5,5 millions d'euros. Un autre de 450 m², avenue du Maréchal Maunoury, en bordure du bois de Boulogne, s'affichait à 8 millions d'euros. Le luxe n'a décidément pas de prix. Du moins dans les quartiers parisiens les plus cotés, traditionnellement situés dans les très chics 5^e, 6^e, 7^e, 8^e et 16^e arrondissements et Neuilly. Et encore pas n'importe où ! Car le luxe, c'est avant tout, une localisation hors du commun. Pas question, en effet, de raisonner en prix au mètre carré. C'est l'adresse qui compte. Au rang des grands classiques, l'avenue Montaigne, l'avenue George V, les rues François 1^{er}, Guynemer, Barbet de Jouy, le quai Voltaire... Plus importante encore, la présence d'un monument ou d'un jardin. Pour une vue mythique sur le Champ de Mars, les Invalides, le Luxembourg, le Panthéon ou encore les quais de la Seine et Notre Dame, les candidats à l'exception sont prêts à se damner. Encore faut-il que l'immeuble et l'appartement en lui-même possèdent tous les appareils du luxe : pierre de taille, parties communes et plans irréprochables (vastes pièces de réception), éléments de décoration authentiques (moultres, boiseries...), prestations de très haute volée (climatisation, sécurisation...). Au demeurant rares, les terrasses – à condition qu'elles ne soient pas chiches en mètres carrés, sont également plébiscitées. Bref, pour peu que tous ces ingrédients soient réunis, la clientèle ne s'émeut pas outre mesure des valeurs rencontrées sur la place.

un marché confidentiel

Un marché confidentiel

Pour autant, le marché du haut de gamme parisien, ne représente qu'un peu plus de 1 200 transactions par an, ce qui en fait un micro marché face aux 38 700 ventes réalisées l'année dernière sur le marché traditionnel parisien. Selon une analyse de Daniel Féau/Belles Demeures de France réalisée avec les données de CD Bien, 1 063 ventes se sont négociées entre 1 et 2 millions d'euros, essentiellement, 143, entre 2 et 4 millions d'euros et 22 seulement au-delà de 4 millions d'euros. La faiblesse des ventes tient surtout à la rareté de l'offre. Il est vrai que dans la capitale, le parc haussmannien, n'a pas toujours le prestige attendu. D'ailleurs, selon Féau, « un grand haussmannien doit disposer d'au moins 80 à 100 m² de trop par rapport au nombre de chambres ». Par exemple disposer de 300 m² pour une triple réception et quatre chambres au lieu de 200 m² pour un appartement plus classique. Quant au neuf susceptible de revendiquer l'appellation luxe,

il est quasiment inexistant. « A Paris, dans un contexte de pénurie, le marché se nourrit des produits existants, note encore Charles-Marie Jottras, président de Daniel Féau, les vendeurs font la loi et sont, d'ailleurs, davantage vendeurs en ce moment. Ils anticipent sur les élections présidentielles ». Malgré tout, l'offre est inférieure à la demande qui reste bien présente. Et ceci parce que les taux d'intérêt des prêts immobiliers restent attractifs malgré les hausses récentes. Car contrairement à ce que l'on pourrait penser, la clientèle fortunée ne paie jamais « cash ».

Une clientèle de plus en plus jeune

« Le marché continue de bien se porter, indique Charles-Marie Jottras, les quatre derniers mois sont historiques pour nous et, par rapport à la fin 2006, j'ai le sentiment qu'il y a encore plus de clients fortunés ». Sur les transactions dont le montant est compris entre

1 à 2 millions, la part des acquéreurs français

reste majoritaire. Au-delà elle se réduit et dès qu'on atteint 4 millions, les étrangers prennent la main (71 %). Toutes nationalités confondues, ce sont les patrons d'entreprises générant d'importants flux d'argent qui font le gros des ventes. Et ils sont de plus en plus jeunes. « Il n'est pas rare de voir des couples de 35 ans avec des budgets dépassant les 2,5 millions d'euros, confie Marie-Hélène Lundgreen, la responsable de Belles Demeures de France, ils ont beaucoup d'argent et sont fréquemment issus des milieux de la finance, des médias, de la net économie... ». Et leur achat, s'il reste souvent un coup de cœur n'est pas pour autant irraisonné. D'ailleurs, cela se ressent au niveau des délais de vente. « Ce qui n'est pas au prix du



Région parisienne, un mandat à déléguer ?

Consultez nous...

- **Expertises détaillées.** Deux niveaux de délégation :
 1. Prise en charge totale du dossier à partir du numéro de téléphone mandant.
 - ou 2. Travail de sous traitant invisible pour votre mandant, vous restez son seul interlocuteur.
- **Réactivité.**
- **Commercialisation avec tous les moyens nécessaires à la conclusion.**
- **Répartition par moitié des honoraires.**

Chères consœurs, chers confrères

17 inter-cabinets réalisés à ce jour en 2007 par nos soins.



34, rue La Condamine - 75017 PARIS

Tél. : 01 44 90 03 94

www.agencedesbatignolles.com

AGENCE DES BATIGNOLLES

marché s'écoule plus lentement, ce qui ne signifie pas que les prix ne montent plus, note Dominique Landreau, le directeur général de Coldwell Banker, ils continuent de grimper mais moins rapidement que ces dernières années ». Certains prix n'effraient pas les acquéreurs. Rue Lord Byron, à deux pas de l'Etoile, des lofts très contemporains ont été pris d'assaut par une clientèle « très branchée » à des prix compris entre 9 000 et 20 000 euros le m². « Pourtant, les lofts sont des produits difficiles à placer, raconte Nathalie Garcin, responsable de l'agence Emile Garcin rive gauche, l'absence de cloisons ne convient qu'aux acquéreurs aimant les surfaces atypiques et ce ne sont pas les plus nombreux ».

De nouvelles nationalités

Sur les tranches de prix les plus élevées du marché parisien, les pays arabes, les anglo-saxons, les européens du nord (scandinaves, irlandais, italiens, suisses...), se partagent l'essentiel du marché. Mais on voit émerger de nouvelles nationalités. « On a un roulement constant de nationalités. La clientèle du Moyen-Orient est de retour mais beaucoup d'autres nationalités se profilent, indique t-on chez Knight Frank, notamment des chinois et des indiens ». Il est vrai que Paris reste plus abordable que Londres ou New York. Comme toujours, les saoudiens conservent une préférence pour les appartements de grande taille de l'avenue Foch ou de l'avenue Montaigne – au bas mot 15 000 à 18 000 euros le m² - et les hôtels particuliers proches du Champs de Mars, des Invalides ou du Trocadéro qui valent des prix fara-mineux : 15, 20 millions d'euros pour 500 à 600 m², voire 40, 50 ou 100 millions d'euros pour 1 000 à 2 000 m². Un marché anecdotique : tout au plus deux ou trois transactions par an. « Les familles royales sont habituées à se déplacer en grand nombre, indique t-on encore chez Knight Frank, elles ont besoin d'une cuisine professionnelle, de quatre à huit chambres principales avec chacune leur salle de bains, et de quoi loger le personnel de maison et de sécurité ». Même folie des grands chez les russes qui achetaient jusqu'à présent surtout sur la Côte d'Azur, mais qui s'installent désormais aussi à Paris. « Il leur faut au minimum 300 à 400 m², voire beaucoup plus, et ils ont de gros budgets », s'exclame Nathalie Garcin. Les Italiens, pour leur part, restent en tête des acquéreurs étrangers à Paris pour des prestigieux



pieds à terre entre 80 et 150 m² dans le Marais et l'île-Saint-Louis. Dans l'île Saint-Louis, on voit aussi débarquer de plus en plus de grecs. Reste que pour s'offrir le quai Voltaire, par exemple, la note est salée : entre 15 000 et 18 000 euros aussi. Les américains, eux, n'ont pas de quartier de prédilection et s'installent aussi bien rive droite que rive gauche..

La Côte d'Azur aussi

Ce qui vaut pour la capitale, vaut également pour la Côte d'Azur investie, elle aussi par les étrangers. Là, ce n'est plus la présence d'un monument qui compte, c'est la vue sur la grande « bleue » et la qualité de la station. Au rang des valeurs sûres : Saint-Tropez, Cannes, le Cap d'Antibes, Saint-Jean-Cap-Ferrat... où les prix continuent de défier toutes les lois du marché. « A 4 ou 4,5 millions d'euros, on commence à trouver de belles affaires, mais pour une vue mer, il faut un budget d'au moins 8 millions d'euros », explique Olivier Le Quellec, le patron de Transacmer, qui poursuit : au-delà de 3 à 4 millions, le marché reste très dynamique. En dessous, c'est plus difficile, les artistes qui étaient très présents dans les années 50/70 n'ont plus vraiment les moyens de débours des sommes pareilles ». Et comme à Paris, ce sont les étrangers qui ont les plus gros

budgets (Anglais, suisses, italiens et belges). Les français ne sont pas pour autant absents du marché tropézien puisqu'ils représentent 50 % des transactions. « Pour les jeunes patrons d'entreprise, le prix n'est pas un obstacle, note encore Olivier Le Quellec, l'achat d'un bien d'exception est une sorte de récompense de l'excellence de leurs résultats, en quelque sorte une médaille, mais seuls les meilleurs dans leur domaine d'intervention sont capables de s'offrir le meilleur de Saint-Tropez ». Saoudiens et russes préfèrent les vastes propriétés de Cannes, du cap d'Antibes et de Saint-Jean-Cap-Ferrat où il n'est pas rare de les voir débours 8 à 10 millions d'euros pour une villa les pieds dans l'eau. Britanniques, scandinaves, irlandais sont également là. Mais comme partout, les prix se calment. Le temps des grands délires est passé.

Quels sont les acteurs du marché ?

Parmi les acteurs du marché, il y a bien sûr Daniel Féau, le leader incontesté du luxe. La société est co-présidée par Gérard Féau et Charles-Marie Jottras et compte aujourd'hui 70 collaborateurs. Elle est spécialisée dans la vente d'appartements et d'hôtels particuliers à Paris et en proche banlieue Ouest. Elle est également une spécialiste de la vente de manoirs, châteaux, domaines et propriétés agricoles sur toute la France, par le biais de sa marque Belles Demeures de France. Daniel Féau commercialise également des immeubles résidentiels neufs ou anciens pour le compte d'institutionnels et de professionnels. Il œuvre aussi dans le domaine de la location de luxe. Emile Garcin Immobilier est également un acteur incontournable du marché des biens d'exception (châteaux, propriétés d'agrément, hôtels particuliers, appartements...). Dirigé par Emile Garcin, le groupe dispose de plusieurs agences à Paris, mais également dans des régions de France comme la Provence, la Côte Basque, la Côte d'Azur, le Var, la Normandie, le Périgord, la ré-

Adresses internet des professionnels de luxe

Feau : www.feau-immobilier.fr

Groupe Mercure : www.agencemercure.fr

Transacmer : www.transacmer.com

Coldwell Banker : www.coldwellbanker.com

Belles Demeures de France : www.bellesdemeures.com

Emile Garcin Immobilier : www.emilegarcin.fr



Pourquoi rejoindre Solvimo Immobilier ?

Qui est réellement SOLVIMO ?

Nouveau venu dans le paysage des franchises immobilières, ce réseau regroupe plus de 180 agences signées sur l'ensemble du territoire et son rythme d'ouverture est soutenu puisque 3 à 4 nouvelles agences ouvrent chaque mois en France.

C'est un véritable succès pour cette enseigne créée en 2001 et qui lance en mai 2003 son concept de licence de marque en redevance fixe. Dès 2006, forte de ces résultats, l'enseigne passe en contrat de franchise et adhère à la Fédération Française de la Franchise.



Olivier Alonso
Président fondateur

Quelle est la recette d'un tel succès ?

En premier lieu l'état d'esprit et la qualité des franchisés du réseau qui permettent de conquérir des parts de marché mais surtout de donner l'image de vrais professionnels.

En second lieu l'éventail des services que le groupe SOLVIMO met à la disposition de ses adhérents. Tout débute par un logiciel de gestion performant qui permet le rapprochement de l'offre et de la demande mais aussi l'envoi immédiat d'un SMS d'alerte aux acquéreurs dès lors qu'un bien correspondant à leur recherche rentre dans notre fichier. Ce logiciel a pour autre avantage la mise en réseau des biens de chaque agence pour permettre à l'ensemble des franchisés de présenter l'intégralité des offres du réseau. Bien entendu, afin de mettre les biens de qualité en valeur, les franchisés SOLVIMO dispose d'une solution innovante : la visite virtuelle à 180°.

Afin d'être toujours au fait de l'actualité juridique et des nouveautés du réseau, les agents immobiliers SOLVIMO se voient proposer des formations régulières en région. De plus, ils disposent d'un accès personnalisé à une hot line de juristes spécialistes de l'immobilier. En moins de 24 heures, un professionnel de la loi donnera à toute interrogation, une réponse circonstanciée. De plus SOLVIMO est membre des FFIP et SIA.

Quelles sont les particularités du réseau SOLVIMO ?

L'enseigne a choisi de mettre à disposition de ses franchisés des outils de communication appropriés et novateurs : campagnes de publicité nationales

(au premier semestre 2007, un spot publicitaire Solvimo sera diffusé dans plus de 200 salles de cinéma proches de ses agences sur toute la France), présence significative sur les plus grands salons immobiliers, mailings, animations vitrine, opérations commerciales... La part prépondérante du web dans la communication a parfaitement été intégrée au sein du réseau SOLVIMO ; c'est pourquoi le site internet corporate www.solvimo.com



ainsi que les sites propres à chaque agence bénéficient d'une ergonomie qui en facilite l'utilisation ainsi que d'un référencement de premier ordre.

Le groupe SOLVIMO a la volonté de s'engager réellement auprès des clients vendeurs ; c'est pourquoi depuis le mois d'octobre 2006 les agences du groupe proposent à travers leur « contrat clé » (exclusivité SOLVIMO) une assurance innovante qui dédommagerait le client si... Depuis la sortie de cet engagement les mandats exclusifs ont progressé de 25 % au sein du réseau.

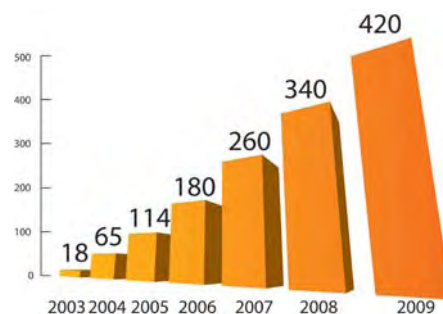
La communication interne développée au sein du réseau SOLVIMO explique aussi la cohésion et l'unité du groupe. Les agences disposent d'animateurs professionnels à leur écoute, d'un extranet et d'un magazine interne mensuel, d'une convention annuelle (la dernière s'est déroulée en Corse en mai 2006) et surtout elles se réunissent en comité d'experts afin de débattre des grands projets de l'enseigne. La force de ce réseau est donc sa capacité à consulter et écouter ses adhérents.

Enfin, afin d'accompagner ses agences dans le recrutement, l'enseigne a lancé en septembre dernier des écoles SOLVIMO sur Paris et Marseille qui permettent de renforcer les équipes commerciales par l'intermédiaire de contrats de professionnalisation.

Quelles sont les perspectives de SOLVIMO ?

Compte tenu du rythme actuel des ouvertures, le groupe SOLVIMO comptera, selon toute vraisemblance, plus de 260

agences à fin 2007 et en prévoit plus de 400 à l'horizon 2009. Son ambition affichée : être parmi les 5 grandes enseignes nationales.



Comment les agences immobilières indépendantes peuvent-elles rejoindre SOLVIMO ?

Depuis la dernière parution du journal de l'agence, plus de 50 agents immobiliers indépendants les ont contacté afin d'en savoir plus sur ce réseau. Cinq d'entre eux ont d'ores et déjà franchisé le pas et une quinzaine sont en cours !

Pourquoi ont-ils choisi de les rejoindre ?

En premier lieu, pour ne pas rester seul face aux autres enseignes. Ensuite afin d'accéder à la palette de services mis à leur disposition et ainsi être plus performants dans leur quotidien. Enfin ils ont été séduits par l'état d'esprit et la convivialité du réseau Solvimo.

Combien cela coûte-t-il ?

Une redevance de **710 € HT mensuelle + 350 € HT par mois** pour le fond commun de communication. En effet, Solvimo a choisi un système de redevances fixes qui permet aux agents immobiliers indépendants de bénéficier d'un vrai réseau efficace sans gréver leur rentabilité !

Le droit d'entrée et de formation est de 11 000 € HT (des aménagements spécifiques sont prévus pour ceux qui ont plusieurs agences).

Bien entendu un réel état d'esprit réseau sera demandé (fichier commun, respect de la méthode SOLVIMO, déontologie professionnelle...).



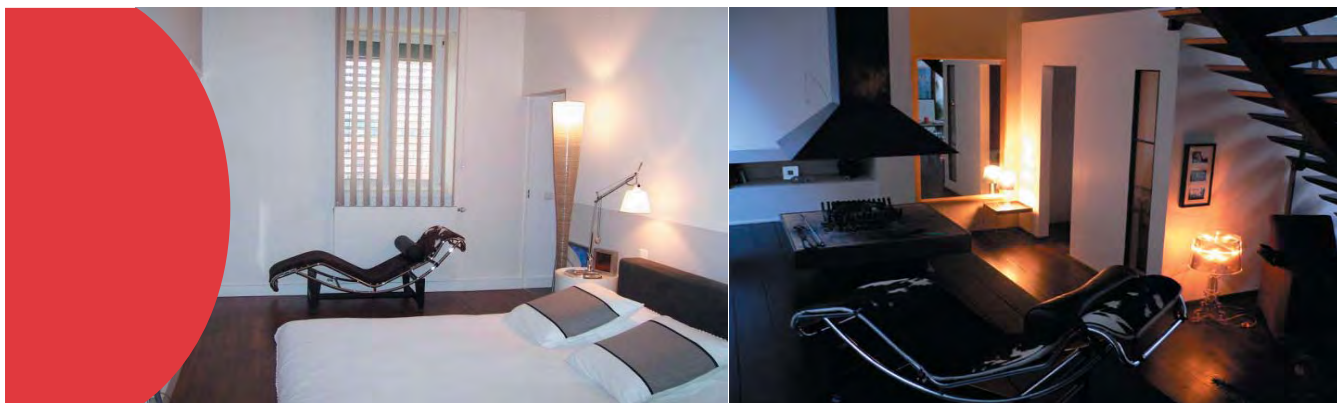
Contactez-les au :

N° Azur 0 810 416 402

(Coût d'un appel local)

ou sur leur site :

www.solvimo.com



gion lyonnaise ainsi qu'à Marrakech. Knight France a été fondé à Londres il y a plus d'un siècle. Avec ses 200 bureaux dans plus de 30 pays à travers le monde. La société intervient aussi bien pour des particuliers que pour des investisseurs institutionnels, dans une gamme de prix allant de 300 000 euros à plus de 10 millions d'euros. Le Groupe Mercure est né en 1936 à Toulouse et a été racheté en 1980 par Pierre Chassaigne. Disposant de nombreux correspondants à travers le monde, et d'une douzaine d'agences en France, c'est un des leaders de la transaction en matière de châteaux, demeures de caractères et propriétés

rurales. Groupement spécialisé dans la vente de maisons de caractère, de châteaux, de manoirs, France-Châteaux est présent sur une grande partie de la façade ouest de la France (Normandie, Bretagne, Aquitaine...) ainsi qu'en Midi Pyrénées, en Périgord et Quercy, en Provence et sur la Côte d'Azur. Depuis 1964, Transacmer, présidé par Olivier Le Quellec, est spécialiste du marché de la presqu'île de Saint-Tropez. La société est également présente à Megève et à La Garde Freinet et se place sur le marché de l'exception. L'agence John Taylor est, pour sa part, née en 1864 et était alors spécialiste du marché de la Côte

d'Azur. Aujourd'hui, le groupe dispose d'une dizaine d'agence en France, notamment à Paris, sur la Côte d'Azur, Courchevel... Il est également présent à Barcelone et Monaco. Coldwell Banker est un réseau de franchise né aux Etats-Unis en 1906 et implanté en France depuis 2001. Il couvre un certain nombre de villes dans une vingtaine de départements et se positionne sur le milieu/haut de gamme, ce qui lui vaut de proposer des propriétés de caractère mais aussi des châteaux, des domaines...

Colette Sabarly



Qui sont les acheteurs britanniques en France ?

La dernière enquête de l'UCB, réalisée au salon « Vive la France » de Londres en janvier dernier* détermine le portrait robot des acquéreurs britanniques attirés majoritairement par les régions Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Aquitaine, Poitou-Charentes, Paca, Normandie et Bretagne.

Leur profil

- 35% d'entre eux sont âgés de plus de 55 ans, 30% de 46 à 55 ans, et 27% de 36 à 45 ans.
- 48% sont salariés
- plus de 80 vivent en couple
- plus de 63% ont un revenu compris entre 20 000 et 70 000 livres, 33% un revenu supérieur à 70 000 livres.

Leur motivation d'achat

Le style de vie des Français, le climat plus doux qu'Outre-Manche des prix (et des crédits immobiliers) inférieurs à ceux pratiqués en Grande Bretagne.

Leur projet

50% comptent investir entre 50 000 et 150 000 euros en France. 50% ont un budget qui dépasse les 150 000 euros.

Les chiffres clés

Plus de 100 000 britanniques résident de manière permanente en France. 500 000 y sont propriétaires d'une résidence secondaire. L'organisme Mintel estime à 11,2 millions le nombre d'acquéreurs potentiels britanniques se disant intéressés par l'achat d'une propriété à l'étranger. Leur nombre progressera entre 3% et 6% d'ici 2009

* Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 280 personnes.

CONTACTS GARANTIS AVEC

explorimmocom

L'IMMOBILIER SUR INTERNET



DE VISIBILITÉ



DE CONTACTS QUALIFIÉS



DE RENTABILITÉ.

Diffusez vos annonces sur explorimmocom et ses sites partenaires exclusifs :

LEFIGARO.fr

LEXPRESS.fr

l'Étudiant

Libération.fr

VotreArgent.fr
Le site de l'Argent de Votre Argent

LExpansion.com

CÔTE Maison.fr

Les crédits à 50 ans pour primo-accédants

L'arrivée des crédits à très long terme permet à une clientèle de jeunes disposant de faibles revenus d'accéder à la propriété. Ce qu'il faut savoir.



Ce qu'ils en pensent

« La vocation de ce prêt est de permettre aux jeunes de devenir propriétaires plus tôt, pas de passer leur vie dans le même logement. De toute façon, pour les ménages les plus modestes, toute solution est une alternative à l'obligation de rester locataire toute leur vie. »

Philippe Taboret,
directeur marketing de Cafpi

« La plupart des demandes portent actuellement sur une durée de 20 ans, très peu sur 30 ans, malgré la possibilité offerte par quelques établissements bancaires sur ces durées, alors, pour l'instant, emprunter sur 50 ans n'est pas une demande des emprunteurs. »

Joel Boumendil,
co fondateur et porte parole d'ACE

« Sans être opposé au principe, il faut bien mesurer les risques. Cette offre qui s'adresse aux salaires proches du Smic, mais c'est le crédit le plus cher du marché. »

Thierry Saniez,
délégué à général de l'association de consommateurs CLCV

Pour solvabiliser des emprunteurs découragés par la hausse des prix, les banques n'hésitent plus à allonger la durée des crédits. Alors que les formules sur 30 ou 35 sont désormais courantes, le courtier Cafpi a défrayé la chronique début janvier en introduisant sur le marché français un prêt à 50 ans, distribué par la Kutxabank. L'objectif de ces nouveaux crédits ? Cibler des clients à revenus modestes qui souhaitent accéder à la propriété en leur permettant d'alléger le montant des mensualités ou d'emprunter davantage. D'autant qu'il est souvent plus facile aujourd'hui, pour une jeune ménage, de trouver un logement à acheter qu'à louer. Et les critères de solvabilité retenus par les établissements prêteurs s'avèrent souvent plus souples que ceux des propriétaires bailleurs.

passer de 913 euros sur 20 ans, à 670 euros sur 50 ans. « Qu'on se rassure, emprunter sur 50 ans ne veut pas dire habiter le même logement pendant tout le temps. Il est toujours possible de revendre et de racheter autre chose, pour suivre l'évolution familiale ou professionnelle », précise Philippe Taboret, directeur marketing de Cafpi.

2/ Un coût élevé

La contrepartie, outre le montant élevé des intérêts dus à la banque, est l'extrême lenteur du remboursement du capital. Dans un crédit, ce sont les intérêts qui sont remboursés en premier lieu, et le capital s'amortit très doucement. Or, en cas de remboursement anticipé, le réveil risque d'être douloureux. D'après le Crédit Foncier de France, la durée moyenne d'utilisation d'un crédit par la génération des 30-35 ans se situe entre 10 et 12 ans. C'est-à-dire qu'au terme de ce délai, de nombreux emprunteurs devront solder leur crédit. Si l'on prend un montant de 150.000 euros au taux de 5% en taux effectif global, le capital restant à rembourser au bout de 10 ans sera de 93.330 euros pour 20 ans (soit 62%), 122.000 euros pour

1/ Des échéances réduites, un pouvoir d'achat augmenté...

Pour emprunter 150 000 euros, il faut justifier de 3000 euros de revenus mensuel si le prêt est sur 20 ans. Il suffit de 2200 euros si la durée est portée à 50 ans. La mensualité, elle,

30 ans (81%), 141.270 euros pour 50 ans (94%).

Lorsque l'emprunteur, au bout de dix années de remboursement, veut solder son crédit souscrit sur 50 ans pour acheter un nouveau logement, il doit encore quasiment la totalité du capital emprunté à sa banque. Le coup risque d'être encore plus rude en cas de baisse des prix de l'immobilier. S'ils chutent, ce que rien ne laisse présager pour l'instant, l'emprunteur pourrait bien se retrouver avec un produit de la vente de son logement inférieur au montant de sa dette !

3/ Un risque accru

Deuxième danger associé à ces crédits : ils sont souscrits à taux révisable, sans butoir à la hausse dans le cas du produit distribué actuellement en France. Dans un contexte où les taux augmentent doucement mais sûrement, la hausse des taux peut représenter un véritable danger de désolubilisation des ménages les plus modestes. Si l'emprunt s'effectue à taux révisable, il faut éviter des formules ne possédant pas de butoir à la hausse, car cela peut être très dangereux pour l'emprunteur.

Camille Pujols

Les étrangers donnent l'exemple

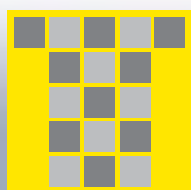
En Espagne

Ces crédits hypothécaires d'un genre nouveau, exclusivement réservés aux moins de 35 ans, connaissent en effet un franc succès pour une raison simple : le marché locatif est tellement inexistant qu'un tiers des 30-35 ans vivent encore chez leurs parents. Acheter un logement est donc pour eux le seul moyen de vivre de façon indépendante. Comme les prix de l'immobilier ont explosé ces dernières années, ils sont tenus de s'endetter sur de très longues années. Or, la Banque d'Espagne prévoit une hausse des taux d'intérêt dans les prochaines années. Ces crédits pourraient du coup se révéler un cadeau empoisonné, car ils sont tous à taux révisable, sans butoir à la hausse. La Coface, qui observe de près les économies mondiales, pointe l'Espagne comme le pays où

la menace du retournement du marché immobilier est la plus forte.

En Angleterre

Une grande banque vient de fixer à 57 ans la durée maximum d'un prêt immobilier ! La cause ? Le triplement des prix immobiliers en dix ans. Si bien qu'un tiers des crédits est aujourd'hui consenti sur 40 ans et plus. Mais, comme les taux d'intérêt remontent, ils plongent de plus en plus de ménages dans des difficultés importantes : le nombre des faillites personnelles vient de passer au-dessus de la barre des 100 000, soit 55 % de plus qu'en 2005. Une association de consommateurs britannique chiffrait à 770 000 le nombre de Britanniques n'ayant pu honorer, ces douze derniers mois, une ou plusieurs échéances de leur emprunt immobilier.



LOGIQUE

LOGICIELS POUR ADMINISTRATEURS DE BIENS

NOUVEAUX
PRODUITS

Gérance

Événementiel

Copropriété

Comptabilité

AG portable

Internet

Paie



Tél. : 01 55 87 69 39 - Fax : 01 55 87 69 30
www.logique.fr - E-mail : info@logique.fr

Windows Vista : l'empire Microsoft contre-attaque

L'expérience « Wouah »
est disponible dès maintenant

Découvrez Windows Vista™. ➔



Alors que Windows XP est devenu une norme pour les utilisateurs de PC, le nouveau système d'exploitation Windows Vista de Microsoft promet à la fois plus d'efficacité et plus de simplicité.

Avec - Vista - un nom qui évoque inmanquablement l'Amérique latine, le dinosaure de l'informatique cherche-t-il à donner une touche un peu détendue à ce qui reste l'armature de son offre produit : les systèmes d'exploitation. Il est vrai que de tous côtés les logiciels Open Source grignotent peu à peu le marché et préfèrent les appellations ludiques ou provocatrices aux dénominations scientifiques et abscones. Que ce soit Firefox, le navigateur internet gratuit (23% du marché européen) et son corollaire, le gestionnaire de courrier électronique Thunderbird de la communauté Mozilla, d'excellents outils s'imposent sur le marché des navigateurs et des gestionnaires de courrier électronique.

Au milieu du peloton haletant, la dernière version de l'éditeur impérialiste s'est fait un peu attendre. Microsoft profite de la brèche ouverte par les dernières technologies matérielles pour lancer son nouveau système d'exploitation – Windows Vista – en même temps que la dernière mouture du nouveau navigateur Internet Explorer (version 7) qui propose enfin des

fonctionnalités offertes par ses concurrents comme la possibilité d'ouvrir plusieurs sessions de navigation dans la même fenêtre et la gestion des flux RSS.

Puissance accrue des processeurs 64 bits et Dual Core

La date de mise en vente du dernier logiciel est donc providentielle et coïncide avec l'arrivée sur le marché des nouveaux PC et portables équipés de processeurs 64 bits à double cœur, le précédent système Windows XP ne tirant pas pleinement profit des avantages offerts par ces machines. Sans Vista, inutile d'envisager d'exploiter les performances offertes par cette dernière génération d'outils et de processeurs.

L'architecture technique révolutionnaire des processeurs Dual Core offre beaucoup plus de performances pour les logiciels faisant un appel intensif aux ressources comme les applications multimédia, mais aussi lors de l'utilisation simultanée de plusieurs application sur le PC : une

innovation au service des applications qui demandent une grande puissance de processeur et un débit franchement intensif.

Les promesses de Windows Vista et ses fonctionnalités

Pour ses utilisateurs, Vista donc des avantages clés. Le premier est que Vista est le seul des systèmes d'exploitation de Microsoft qui sait exploiter avec profit à la fois la puissance de calcul des processeurs 64 bits et la stratégie des nouveaux processeurs à double cœur. Le second et non le moindre est la nouvelle expérience apportée à l'utilisateur par la nouvelle interface graphique du système d'exploitation. Enfin, Microsoft met en avant le niveau accru de sécurité offert par le système.

Complètement rénovés, les écrans et les fonctions du système améliorent l'utilisation. Les nouveaux effets graphiques 3D et la transparence des fenêtres permettent une

meilleure organisation des applications sur l'écran, en particulier dans un environnement «multi-tâche» où l'utilisateur a tendance à ouvrir de plus en plus de fenêtres et d'applications.

La question de la sécurité – très sensible lorsqu'il s'agit d'un nouveau produit – est un des autres avantages mis en avant par Vista. Le système intègre dans ses versions évoluées la technologie Windows Defender qui protège l'ordinateur contre les virus et autres attaques et un nouveau pare-feu plus efficace contrôle les processus entrants et sortants sur internet.

Il faut noter cependant que bien qu'intégrés par Microsoft dans ses systèmes d'exploitation des outils comme l'anti-virus, le pare-feu, le navigateur internet ou le gestionnaire de courrier électronique n'en constituent en aucun cas le cœur et peuvent très bien être remplacés par des outils tiers.

Les différentes versions de Vista et les prix

Windows Vista est un système cher et disponible en quatre versions : familiale, professionnelle, entreprise et intégrale. Des versions qui se distinguent par les options logicielles offertes et aussi par leur prix. Le coût du système d'exploitation livré en standard avec tous les nouveaux PC est cependant intégré au prix de vente. Les principales différences entre les versions de Windows Vista reposent sur les options de sauvegarde et de sécurité ainsi que sur les fonctionnalités graphiques et multimédia. Si votre PC n'a pas de système d'exploitation, une version complète de Windows Vista coûte entre 279 € (Edition familiale basique) et 575 € (Edition Intégrale). Si vous possédez déjà un système Windows et que vous souhaitez simplement faire une mise à jour, le prix du système Vista se situera entre 160 € et 379 € selon la version. **Pascal Kinsbourg**

Boostez votre chiffre d'affaires

Agents immobiliers, rejoignez le premier réseau européen d'agences immobilières

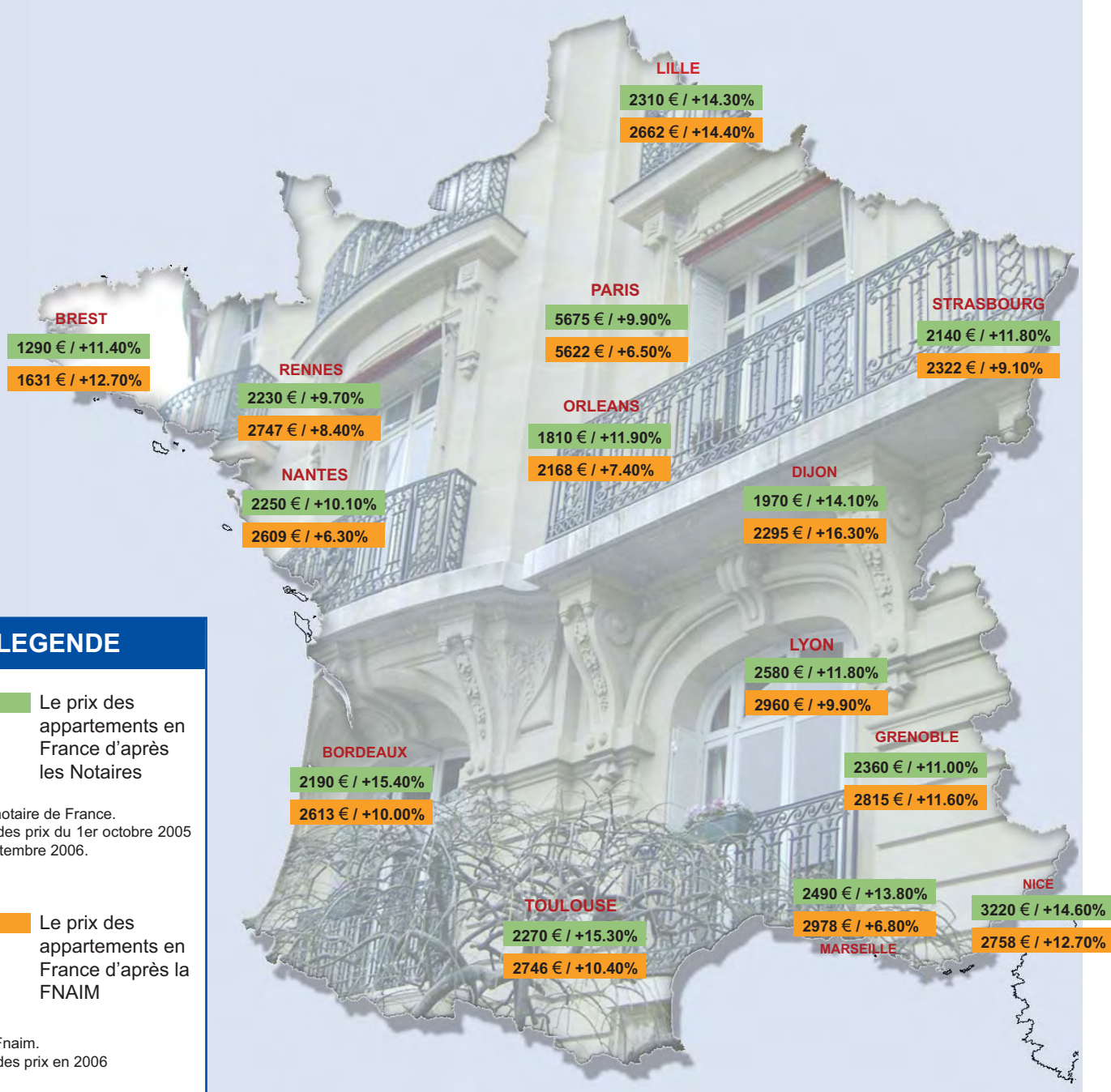
Renseignez-vous :

ERA France
42 bis rue Berthier - 78000 Versailles
Tél. 01 39 24 69 00
developpement@erafrance.com



www.erafrance.com

Les prix augmentent de moins en moins vite !



LEGENDE

■ Le prix des appartements en France d'après les Notaires

Source : notaire de France.
Variation des prix du 1er octobre 2005 au 30 septembre 2006.

■ Le prix des appartements en France d'après la FNAIM

Source : Fnaim.
Variation des prix en 2006

Après 10 ans de hausse forte et continue, les observateurs notent tous un ralentissement. Mais dans des proportions qui peuvent varier sensiblement selon que l'on s'intéresse aux chiffres publiés par les agents immobiliers ou par les notaires. Explications.

Alors que les prix de l'immobilier ont atteint des sommets l'an passé, les professionnels observent un ralentissement de la hausse des prix parlent d'un probable atterrissage en douceur pour 2007. S'ils s'accordent sur les grandes lignes, agents immobilier et notaires se livrent néanmoins une véritable bataille en terme d'information immobilière. D'un côté, les notaires annoncent une hausse des prix des appartements anciens à Paris de 9.9% en un an, et de 13.9% sur l'ensemble du territoire. De l'autre, la Fédération nationale de l'immobilier (Fnaim) fait état d'une progression moindre : respectivement 6.5%

et 7.1%. Pour s'y retrouver dans ces querelles de spécialistes, une plongée dans les méandres de la fabrication des statistiques immobilières s'impose.

Les agents immobilier publient les informations les plus fraîches

Pour établir leur statistiques, les agents immobiliers s'appuient sur les promesses de vente conclues par leur intermédiaire. C'est ce qui leur permet de présenter une sorte d'instantané des prix, trois mois avant la signature des actes authentiques chez le notaire. Leur analyse peut-être taxée de partielle dans la mesure où ils ne voient

passer qu'une partie des transactions.

Celles des notaires font office de côte officielle

Les statistiques des notaires sont établies à partir des actes authentiques de vente, enregistrés chez ces officiers ministériels. Les notaires collaborent depuis trois ans avec l'Insee, qui publie désormais un indice de prix des logements anciens. Ces chiffres quasi-exhaustifs servent de référence pour l'ensemble des analyses immobilières. Même s'ils sont publiés avec un décalage d'au moins trois mois par rapport aux marché réel.

Camille Pujols

Groupe Guy Hoquet l'Immobilier



Etre reconnu, c'est déjà très bien...
être certifié, c'est prouvé !

Avec plus de **500 agences** ouvertes, le réseau GUY HOQUET L'IMMOBILIER témoigne d'un **développement** et d'un **savoir-faire exceptionnels** dans le monde des réseaux de franchise. Notre succès n'est pas le fruit du hasard mais celui de la **qualité des équipes et des services** qui vous accompagnent au quotidien. Réflexion, formation, ouverture et succès de votre

agence GUYHOQUET, nous sommes **présents à vos côtés** dans toutes vos démarches. Notre **certification ISO 9001** prouve une fois de plus notre attachement à la qualité de notre relation franchiseur-franchisés. Encore de nombreuses opportunités de secteurs s'offrent à vous.

Rejoignez-nous, la réussite vous va si bien !

www.guy-hoquet.com



GUY HOQUET
L'IMMOBILIER
RESEAU NATIONAL D'AGENCES PARTENAIRES

SA Guy Hoquet l'Immobilier

1 Quai de Grenelle
75015 PARIS
fax : 01 45 71 62 21
accueilweb@guy-hoquet.com

N°Azur 0811 740 024

* Prix d'un appel local *

Répertoire Annonceurs

▶ **PERICLES** 01 41 32 57 00 Coupon
contact@pericles.fr

▶ **SE LOGER** 0 826 622 236 2ème couv.
info-pub@pressimmo.com

▶ **SOLVIMO** P27
0 810 416 402

▶ **EXPLORIMMO** 01 76 62 31 00 P29
information@explorimmo.com

▶ **SACAPP** 0 810 813 030 P39
info@capim.fr

▶ **In&Fi Crédits** 01 34 57 20 05 P15
contact@inandfi.fr

▶ **SWIXIM** 0 810 800 100 P.07
accueil@swixim.ch

▶ **ERIC MEY DEVELOPPEMENT** P38
0 825 004 124 g.eymeric@eric-mey.com

▶ **GUY HOQUET L'IMMOBILIER** P35
0 811 740 024 accueilweb@guy-hoquet.com

▶ **ERA IMMOBILIER** 01 39 24 69 00 P33
developpement@erafrance.com

▶ **PAGES JAUNES** 0 810 136 136 P21
servicepro@annoncesjaunes.fr

▶ **AGENCE DES BATIGNOLLES** P25
01 44 90 03 94

▶ **MBM** 0 810 38 95 24 P22
info@mbm-gestion.fr

▶ **PARU VENDU** 04 72 36 55 48 P12
claire.meunier@comareg.fr

▶ **DIRECT ANNONCES** 01 45 72 92 00 P23
contact@directannonces.com

▶ **MAG IMMO** 04 88 67 18 08 P11
contact@h3sgroup.com

▶ **LOGIQUE** 01 45 92 88 50 P31
logique@wanadoo.fr

▶ **WEBGENERY SOLUTIONS** P20
0 820 309 054 info@webgenery.com

▶ **IMMO'FLASH** 01 41 32 38 70 P05
contact@immo-flash.com

▶ **LOGIC IMMO** P17
Call Center 01 41 27 89 30

▶ **CBI** 04 90 16 94 84 P38
benoit.troubat@cbi-troubat.com

▶ **FNAIM** P09
0 820 87 6000

▶ **L'ADRESSE** 01 64 53 83 83 3ème Couv.
expansion@ladresse.com

▶ **VISIT ON LINE** 0 805 965 792 4ème Couv.
info@explisite.com

Répertoire Nos experts & Agenda



Gérard Bornot, consultant formateur en stratégie de négociation.
06 07 18 83 11 - bornotgerard@yahoo.fr



Bruno Rouleau, Directeur de la formation et des partenariats du Courtier In&Fi.
brouleau@inandfi.fr

Salon de l'immobilier marocain SMAP Immo. L'événement marocain à Paris du 25 au 28 Mai.



La 4^e édition du SMAP Immo, premier Salon de l'immobilier marocain en Europe se déroulera du 25 au 28 Mai 2007. Devant son succès grandissant, le Salon qui se tenait à Montreuil depuis sa création, a choisi de s'agrandir et s'installe cette année au Parc Floral de Paris.

Les secteurs de l'habitat et de l'urbanisme connaissent un essor sans précédent au Maroc. Agadir et le Souss, Essaouira, le grand Casablanca, Tanger, Tétouan, Marrakech et sa région, Saïda les provinces sahariennes... Le SMAP immo s'efforce de mettre en valeur la richesse et la diversité de l'offre immobilière au Maroc.

Organisé avec le soutien du Ministère Délégué Chargé du Logement et de l'Urbanisme marocain, le SMAP Immo -s'est imposé au fil des ans comme le lieu de rencontre privilégiées pour les particuliers désireux d'investir dans l'immobilier au Maroc. Tous les acteurs indispensables à la concrétisation d'un projet d'acquisition et à l'accompagnement des futurs acquéreurs sont à la disposition des visiteurs.

Le salon, qui accueille un public international, a connu une affluence record en 2006 avec près de 35 000 visiteurs.

Avec L'ADRESSE, faites grandir vos projets dans l'immobilier.

L'ADRESSE, c'est le choix :

- Du plus jeune des grands réseaux
- De l'image et des services de la FNAIM
- D'un réseau coopératif : tous les services à prix coûtant !
- D'un marketing exclusif (Bilan Technique Immobilier®, Excel'ADRESSE®, Valoris'ADRESSE®) et d'une communication puissante
- D'une équipe de vrais professionnels de l'immobilier à vos côtés : conseil, assistance, etc.
- De tous les métiers de l'immobilier : transaction, location, gestion, immobilier professionnel, syndic, défiscalisation et expertise



- D'une philosophie de travail : **Efficacité et Humanisme**
- D'un réseau de plus de 360 agences de proximité en France

Candidat à la création d'une agence, bénéficiez du **Plan FACIL'ADRESSE**, un programme complet pour la réussite de votre projet d'entreprise.


L'ADRESSE
— Un Conseil Immobilier à vos Côtés —

Renseignements au **01 64 53 83 83**
➤ Service Expansion
ou par e-mail : expansion@ladresse.com

www.ladresse.com



Coupon-réponse à nous renvoyer à :

L'ADRESSE - 8, rue du Saule Trapu - Le Moulin - 91300 MASSY

Mme Mr

Nom Prénom

Adresse

Téléphone e-mail

Je souhaite participer à la prochaine "Journée d'Information Créateurs"

Je souhaite recevoir le **Dossier de Présentation** du réseau L'ADRESSE

Le Journal de l'Agence

L'information pratique des professions immobilières

#13



Vous cherchez à étoffer votre équipe ?

ICI
votre annonce de recrutement !

Ecrivez-nous à : catherine@journaldelagence.com

JDA Editions - 53 rue Baudin
92593 LEVALLOIS-PERRET Cedex

C.B.I

Benoit TROUBAT

Le spécialiste de la cession de Cabinets d'administration de biens et d'agences immobilières sur l'ensemble de la France

CBI TROUBAT

1, Place des Carmes – 84000 AVIGNON

Tél : 04.90.16.94.84

et/ou 06.11.46.34.92

Fax : 04.32.74.15.03

E.mail : benoit.troubat@cbi-troubat.com

Consultez nos affaires sur : www.cbi-troubat.com

Mandataire pour les régions au Nord de la Loire :

Jean Cyriaque LE GOFF

jc.lg@cbi-troubat.com et/ou 06.99.09.48.81

A VOTRE SERVICE

1947 2007
60 années d'existence, notre savoir-faire pour un service de qualité

GROUPE ERIC MEY
Groupe immobilier national fondé en 1947

www.eric-mey.com

Des moyens performants

- Un fichier commun des affaires unique, fonctionnant en temps réel
- Une assistance juridique, commerciale et administrative permanente
- Une informatique performante tournée vers les nouvelles technologies
- Une formation continue des agents et une animation de réseau efficace

Des services complets

- Transaction immobilière
- Gestion locative
- Promotion immobilière
- Financement
- Assurance
- Défisicalisation
- C.H.R.
- Cession d'officines
- Marchand de biens

CONTACT

ERIC MEY Développement
4 rue de Tourne 84100 ORANGE

ERIC MEY Développement Paris
1 rue François 1^{er} 75008 PARIS

ERIC MEY Développement Lyon
23 quai Jean Moulin 69002 LYON

www.eric-mey.com

N° Indigo 0825 004 124

RECRUTEMENTS PERMANENTS
Contactez-nous !

Le TUC IMMO
Réseau national d'agences immobilières
www.letuc.com

idimmo
L'IMMOBILIER EN DIRECT
Réseau national d'agents indépendants
www.idimmo.net

GARANTIE DES LOYERS IMPAYÉS

CAPIM, l'assureur conseil des professions immobilières, filiale de **SACAPP**, le spécialiste de la gestion des Garanties de Loyers Impayés, vous présente le contrat de référence G.L.I. pour les Administrateurs De Biens :

- **des garanties étendues** : ILLIMITEES en MONTANT et en DUREE, sans franchise ou délai de carence ;
- **une gestion dédiée** : l'équipe de juristes de SACAPP, gère vos contentieux à partir du commandement de payer, jusqu'à la récupération du bien ;
- **Une tarification avantageuse** : à partir de **1,45% TTC** pour un portefeuille minimum de 100 lots assurés et sous réserve de vérification.



A RETOURNER PAR TELECOPIE AU 01 41 86 06 10

Je souhaite être contacté pour obtenir une information complète sur le contrat Garantie des Loyers Impayés.

Autre demande de documentation

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Loyers impayés bailleurs individuels | <input type="checkbox"/> RCP Loi HOGUET | <input type="checkbox"/> Garantie Financière |
| <input type="checkbox"/> P.J. Immeuble | <input type="checkbox"/> Multirisque Bureaux | <input type="checkbox"/> Carence de M.R.H. |
| <input type="checkbox"/> Propriétaire Non Occupant | <input type="checkbox"/> Multirisque Immeuble | <input type="checkbox"/> Garantie Revente 9 ans |
| | <input type="checkbox"/> Multirisque Habitation | |



CAPIM SA
39 rue Fessart
92772 Boulogne-Billancourt cedex
Tél. : **01 41 86 06 26**

VOS COORDONNEES :

Agence : _____
 Nom / Prénom : _____
 Adresse : _____
 C.P. : _____ Ville : _____ Téléphone : _____
 Télécopie : _____ E-mail : _____

visiteONLINE.FR

N°1 DE L'IMMOBILIER EN VIDÉO

présente

l'intégrale vidéo, la solution vidéo pour tous vos biens.

VideoLive,
réalisez vos vidéos
d'appartement à volonté



4 vidéos réalisées
par des
professionnels



6 vidéos visibles sur les
principaux portails
immobiliers

+ de **18** portails
+ de **2.000.000**
de visites (Médiamétrie 2006)

= 99€_{HT}/mois

www.video-live.fr,
bon pour 1 mois d'essai gratuit

Nom _____

Prénom _____

Nom de l'agence _____

Téléphone _____

Email _____

Ou en téléphonant au :  N° Azur **0 805 965 792***

5j/7 de 10h à 18h



Ne pas affranchir

Explosite
Libre réponse 78057
75533 Paris Cedex 11

VisiteOnline est partenaire de :

