

Le Journal de
l'Agence

L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

N°16

Dossier

L'immobilier dans le collimateur de la répression des fraudes



Repères financiers

**Crise des
"subprime" :
quels risques
pour la France ?**

Guide High Tech

**Géolocalisation :
l'immobilier
vu du ciel**

Avec « Pole Position », sortez vos annonces du lot et offrez la première place à vos clients !



- ✓ Vos annonces sont vues en premier
- ✓ Vous mettez en valeur votre agence grâce à une présentation sophistiquée de vos biens
- ✓ Vous faites plaisir à vos vendeurs en augmentant la visibilité de leurs biens en fonction de leurs exigences
- ✓ Vous rentrez des mandats : vos annonces mises en Pole Position donnent un gage de sérieux à votre agence !

Pour en savoir plus, contactez-nous vite au :



0826.620.025*

NOUVEAU • NOUVEAU • NOUVEAU

édito

L'effervescence bat son plein dans le monde de l'immobilier où la dernière enquête de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) affole les professionnels. Si les uns sont ravis que le rapport pointe les abus, d'autres s'inquiètent à la perspective de se faire remonter les bretelles par l'administration. Attirés par flambée des prix, nombre d'«amateurs» se sont découverts au cours des dernières années une vocation brutale d'agent immobilier sans s'encombrer le moins du monde de considérations déontologiques. D'où les dysfonctionnements pointés par le rapport de la DGCCRF (page 22). Et ce n'est pas terminé. Le secrétaire d'Etat à la consommation, Luc Chatel, a prévenu, il va multiplier les contrôles dans les mois qui viennent. Pour vous aider à vous y retrouver dans le maquis des textes, vous conforter dans vos pratiques professionnelles ou vous inciter à procéder le cas échéant aux réaménagements qui s'imposent, nous avons mis à plat la réglementation en vigueur en interrogeant la DGCCRF –un grand merci aux équipes de Virginie Beaumeunier, sous directrice. Notre dossier (page 13) revient précisément sur l'ensemble des obligations de l'agent immobilier ainsi que sur les sanctions encourues en cas de non respect de celles-ci. Une lecture indispensable (et pas forcément anxiogène !) qui vous permettra d'aborder 2008 en connaissance de cause. Afin de redorer le blason de la profession et d'améliorer votre part de marché. Histoire de se rapprocher des scores des anglais et les irlandais où 90% des transactions passent par les professionnels.

L'équipe du Journal de l'Agence

Vous souhaitez vous abonner. Vous souhaitez réagir aux articles publiés dans le Journal de l'Agence :

www.journaldelagence.com

Magazine diffusé auprès de 33000 professionnels de l'immobilier.



Journal de l'Agence Editions • 53, rue Baudin - 92593 Levallois-Perret Cedex • Contact : info@journaldelagence.com • **Directeur de publication** : Catherine Renner • **Conception éditoriale** : Bazik Press • **Conception graphique** : Nathalie Minier • **Réalisation / Fabrication** : Immo'Flash - 01 41 32 38 70 • **Imprimerie** : Sagic Viera • **N° ISSN** : 1764-2345 / **N° SIREN** : 449 073 766 RCS Paris.

Sommaire



Dossier

> Immobilier : répression des fraudes

p13

Actualités p4

> Nouvelles nominations

Repères financiers p09

> Crise des «subprime» : quels risques pour la France ?

Dossier p22

> Bercy épingle les agents immobiliers.

Guide juridique p29

> 10 règles d'or pour ne pas être accusé de pratiques abusives.

Guide Ressources Humaines p22

> Du bon usage de l'agent immobilier.

High Tech p30

> Géolocalisation : l'immobilier vu du ciel.

Guide Administration de Bien p34

> Contrat de syndic, la liberté n'a pas de prix !

Jusqu'à 1500 euros d'indemnités chez Guy Hoquet si le bien n'est pas vendu



Les franchisés de l'enseigne Guy Hoquet disposent désormais d'un nouveau produit pour aider leurs clients à vendre dans les meilleurs délais. Le contrat d'assurance Plan Garantie Vendeur permet en effet au vendeur bénéficiaire de percevoir une indemnité allant jusqu'à 1500€ euros si, alors qu'il a lui-même mis fin au contrat prioritaire, il vend son bien immobilier dans le même délai et pour un montant supérieur ou égal aux conditions prévues initialement dans le contrat prioritaire. Afin de promouvoir ce nouveau «Plan Garantie Vendeur» et d'appuyer ses franchisés dans leur démarche d'agent immobilier de proximité, l'enseigne déploie un puissant dispositif d'outils de communication: plaquettes, affiches, mailings, guides vendeurs-acquéreurs, animation web. A suivre.

69% de propriétaires en Europe

D'après l'étude une étude réalisée dans 17 pays européens par le réseau d'agences immobilières ERA, 69% des européens sont propriétaires de leur logement. Plus d'un européen sur trois peut ainsi se féliciter de posséder une résidence principale. Si la France se situe bien en dessous de la moyenne avec un taux de propriété de 57 %, d'autres pays en revanche affichent des proportions impressionnantes. Le record est détenu par la Bulgarie qui compte 94 % de propriétaires sur ses terres. L'Espagne et l'Italie suivent de près avec respectivement 84 % et 81 %. A l'inverse, seulement 37 % des Suisses sont propriétaires de leur logement. Coté prix, c'est en Bulgarie que le prix moyen est le moins élevé : 78 000 euros en moyenne à Sofia. A l'autre extrémité de l'échelle, le Luxembourg à 485.000 euros, surclasse désormais Londres de 12.000 euros ! Paris est au 6ème rang (devant Stockholm) avec 382.000 euros. Deux nouveaux pays rejoignent le panel ERA 2007 : l'Italie et la Turquie, que l'étude prend la liberté de considérer européenne. La Turquie pour laquelle l'événement immobilier de l'année est l'introduction du crédit à l'habitat : au moins 500.000 foyers devraient y avoir recours.

Nominations

CENTURY 21



Hervé Bléry est nommé président de Century 21 France. A 60 ans, il a réalisé une grande partie de son parcours dans le domaine de l'immobilier. Directeur d'un cabinet de Conseil spécialisé dans l'immobilier, il entre en 1988 en qualité de directeur exécutif chez Century 21 France. En 2001, il est nommé directeur général chargé du management des hommes et du réseau Century 21.



Laurent Vimont. A 46 ans, il est nommé vice-président de Century 21 France. Il a débuté dans le groupe en 1987 au développement du réseau, avant d'en prendre en charge l'animation et d'être nommé directeur du développement. En 2001, il prend la présidence de la société Naxos, filiale informatique de Century 21 France.



Frank Cluck, cofondateur et ancien président de Century 21 France a pris ses nouvelles fonctions chez Realogy (Parsippany, New Jersey, USA) en qualité de vice-président Senior du développement mondial des marques en franchise immobilière (Century 21, Coldwell Banker, Era). Il demeure président du conseil de surveillance de Century 21 France.

ADENCLASSIFIEDS

adenclassifieds

Adenclassifieds, spécialisée dans les annonces classées sur internet a annoncé les nominations de Stéphane Scarella au poste de directeur délégué emploi et de Patrice de Beaufond au poste de directeur délégué immobilier. Stéphane Scarella était jusqu'à présent directeur délégué immobilier d'Adenclassifieds. Ce dernier a également été nommé membre du directoire d'Adenclassifieds. Quant à Patrice de Beaufond, il était directeur général adjoint du groupe indicateur Bertrand, où il était notamment en charge de l'immobilier neuf.

En 2008, communiquez sur VOTRE PROPRE JOURNAL

MAQUETTE
OFFERTE

Réalisation de votre
maquette

2

Réception de vos annonces
et photos

3

Conception du montage
de votre journal

4

Réservez
votre date de
livraison

1

04.91.95.69.35

contact@immo-flash.com

<http://www.immo-flash.com>

conception, réalisation, édition

5 Livraison

Rétro planning

IDEAL
pour dépôt
en commerces
de proximité



Les Champs-Élysées, troisième avenue la plus chère du monde



Selon une étude du cabinet de conseil en immobilier Cushman & Wakefield, la 5ème avenue de New-York demeure la plus chère artère commerciale du monde, suivie par Causeway Bay à Hong-Kong et par l'avenue des Champs Élysées à Paris. L'on assiste en fait à l'émergence de destinations de shopping internationales. «Les enseignes y implantent des boutiques étendards afin d'augmenter la valeur de leur marque. Ces emplacements attirent des consommateurs venus du monde entier et dont l'une des principales motivations touristiques

est de faire du shopping», explique John Strachan, Directeur international du département Commerce de Cushman & Wakefield.

Sur l'artère commerciale la plus chère du monde, la 5ème Avenue de New-York, le loyer moyen ressort à près de 12.000 euros le mètre carré par an. Les enseignes de luxe utilisent cette adresse comme une vitrine de prestige. Gucci y possède un emplacement de plus de 3.500 m². Causeway Bay à Hong-Kong grimpe sur la deuxième marche du podium avec des loyers avoisinant les 9.688 euros. Quant à l'avenue des Champs-Élysées, elle prend la troisième place et reste la plus chère d'Europe, devant Bond Street à Londres. Les loyers, de la plus belle avenue du monde, atteignent les 7.364 euros. Parmi les espaces émergents, on trouve Khan Market à New-Delhi. Hissée au 16ème rang, cette rue prestigieuse d'Inde qui a gagné 25 places en deux ans, propose des loyers à 2.236 euros. Nike, Benetton ou encore Swarovski s'y sont installées pour asseoir leur notoriété. «La demande de surfaces de qualité aux emplacements les plus stratégiques ne faiblit pas. Les enseignes luttent pour conquérir les nouveaux marchés, d'où une augmentation des loyers des meilleurs emplacements et un turn-over des surfaces qui reste faible », observe John Strachan.

La Cnab et Gaz de France se mettent au vert

En France, les usages de l'énergie dans le bâtiment représentent à eux seuls 46% de la consommation énergétique et 25% des émissions de gaz à effet de serre. Or des économies d'énergie importantes peuvent d'ores et déjà être réalisées grâce à l'utilisation de techniques performantes et par la sensibilisation des occupants aux comportements écocitoyens. Partant de ce constat, Gaz de France et la Confédération Nationale des Administrateurs de Biens (CNAB) ont signé, pour une durée de trois ans, une convention destinée à promouvoir la maîtrise de la demande d'énergie dans les copropriétés. Décidés à promouvoir les économies d'énergie dans le logement, les partenaires s'engagent, à mettre en place un observatoire commun du développement durable, avec pour mission d'identifier et de valoriser les bonnes pratiques et les solutions innovantes en matière d'économies d'énergie. L'observatoire aura pour mission de recenser les démarches exemplaires menées dans des copropriétés gérées par la CNAB et de mesurer les résultats obtenus en termes d'économies d'énergie, d'économies de charges et de réduction des émissions de gaz à effet de serre. La convention prévoit également l'élaboration d'une méthode d'identification et d'évaluation des sources d'économies d'énergie sur les parcs immobiliers gérés par les syndicats adhérents.

ERRATUM

Toutes nos excuses à la société Image Dynamique prestataire du réseau Guy Hoquet Immobilier pour les vitrines dynamiques dont nous avons omis d'indiquer les coordonnées dans le précédent numéro.

Contact :

Jean-Bernard Guibert - 06 74 64 18 96
jbguibert@imagedynamique.net

Des charges de copropriété en hausse

Selon l'Observatoire de la Caisse nationale des administrateurs de biens (Cnab), les charges de copropriété ont augmenté de 5,7% en 2006. Après une hausse de 4,8% par an en moyenne depuis 2002, elles s'établissent à 21,1 euros par m², hors travaux exceptionnels. «Ce chiffre varie très fortement selon les villes, tant en raison des spécificités climatiques (niveau des dépenses de chauffage) ou des

formes architecturales (hauteur des immeubles et dépenses d'ascenseurs) que des pratiques de l'amélioration et de l'entretien », précise Michel Mouillart, professeur d'économie à l'Université de Paris X-Nanterre. A Rodez (7,4 euros/m²), Clermont-Ferrand et Toulon (10,3 euros/m²), le niveau de charge est faible en raisons notamment en raison de dépenses de chauffage et de frais de personnel moins élevées qu'ailleurs.

C'est le cas en Ile-de-France (23,7 euros le mètre carré à Paris, 24 euros dans le Val d'Oise et 27,8 dans les Hauts-de-Seine) et à Lille (24.4 euros le mètre carré) que les charges sont les plus lourdes. Ces chiffres sont dus aux postes eau froide, frais de personnel et sociétés extérieures (gardiennage, entretien des jardins ...) où ils sont deux fois plus élevés qu'ailleurs.



Swixim[®]

Réseau immobilier



**Prenez
la bonne décision !**

Créez votre agence immobilière

Vous bénéficierez de :

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

L'enseigne Swixim[®], **vosre 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
130 rue P. Corneille / 21b rue Part Dieu 69003 LYON
info@swixim.com

N°Azur 0 810 800 100
PRIX APPEL LOCAL

www.Swixim.com

Swixim[®] Réseau d'Agences et Courtiers
Chaque franchisé est juridiquement et financièrement indépendant
+ **L'immobilier gagne en assurance[®]**



“
*L'immobilier
est votre métier !
Et le Crédit ?*”

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

+ de **100**
Agences
à ce jour



L'agence In&Fi Crédits de Bourges (18), dirigée par Paola et Pascal ROLLET, fondateurs d'une enseigne immobilière (4 agences) nous expliquent :

“ J'ai adhéré à la franchise In&Fi Crédits car c'est l'enseigne qui possède l'infrastructure suffisante pour assurer un développement à long terme : nombre d'agences, notoriété, ouverture de succursales, formation des collaborateurs...”

Le réseau In&Fi Crédits permet aux franchisés de proposer à leurs clients l'ensemble des financements du marché : regroupement de prêts, crédits immobiliers, prêts personnels. Nous pouvons répondre à tous les besoins de la famille. Les clients bénéficient de conditions très avantageuses.

Un agent immobilier a deux objectifs commerciaux : Il doit s'assurer de la solvabilité du client qui visite des maisons pour ne pas perdre de temps.

Il a besoin d'un professionnel qui gère le crédit jusqu'à l'acte authentique pour éviter les ventes annulées ou retardées. Un courtier In&Fi Crédits répond parfaitement à ces deux exigences. Très disponible, il peut définir le niveau d'investissement auquel le client peut prétendre. La demande de crédit est traitée par le partenaire bancaire le mieux adapté au dossier.

Oui, je renouvelle ma confiance à In&Fi Crédits ! ”

Pour obtenir
plus de renseignements,
contactez-nous :

Natacha Rousseau - Tél. : 01 34 57 20 05
e-mail : nrousseau@inandfi.fr
ou consultez notre site :

www.inandfi.com

In&Fi
CRÉDITS

www.inandfi.com

Crise des « subprime » : quels risques pour la France ?

Été de tous les dangers. Grave crise financière mondiale. Que n'a-t-on lu ou entendu au cours de la fin de l'été à propos du chahut sur le Marché monétaire ? Le point de vue de Bruno Rouleau, directeur de la formation et des partenariats In&Fi sur les conséquences directes de cette crise notamment en matière d'immobilier.



Bruno Rouleau

Directeur de la formation et des partenariats In&Fi
brouleau@inandfi.fr

La crise américaine est-elle contagieuse en France ?

Non. Primo, parce que le marché immobilier français n'a rien à voir avec son homologue outre atlantique. Pas la même organisation, pas les mêmes règles, pas tout à fait les mêmes acteurs et surtout pas encore le même niveau de prix, quand bien même le marché français s'est apprécié de plus de 80% ces 6 dernières années. Secundo, parce que si la précarité tend à gagner du terrain en France, l'essentiel des propriétaires sont des emprunteurs « solvables », qui ont obtenu leurs crédits sur la base des revenus du foyer et non selon la valeur de la garantie immobilière. Et lorsque les crédits sont en cours d'amortissement, la plupart des contrats, notamment pour les revenus plus modestes, sont assortis d'assurances perte d'emploi. Tertio, la pression de la demande de logement reste très forte. Le déficit s'établit aux environs de 500 000 par an sur une dizaine d'années. En cas de

revente «forcée», le bien immobilier trouverait encore facilement preneur.

2 millions d'américains saisis sont à la porte de leur logement. Cela est-il envisageable en France ?

En France plus d'un tiers des propriétaires – on parle bien ici de la résidence principale – ne portent plus d'endettement au titre de cette nature d'investissement. Aux Etats-Unis, la quasi totalité des propriétaires supporte un encours de prêt, si ce n'est au titre de l'accession, c'est au titre d'un crédit hypothécaire de trésorerie. Ensuite, rappelons que l'analyse du risque par les prêteurs se fait en France avant tout sur l'endettement et le risque de remboursement, pas sur la valeur de la garantie. Il n'y a donc pas de raison que le risque s'aggrave spécifiquement du fait de cette crise ou des octrois de crédit récents. De plus, malgré la loi qui autorise les banquiers prêteurs américains à vendre en saisine immobilière

les logements, l'objectif est tout de même d'assurer la vente à des conditions de prix acceptables. La profusion de ventes aux enchères fait mécaniquement baisser le prix des transactions, et les prêteurs n'ont rien à y gagner. Enfin, la législation sur les procédures de saisine immobilière a récemment changé en France. Si l'esprit de la loi est d'accélérer pour le prêteur le délai de recouvrement de ses fonds, les textes protègent le débiteur en favorisant la transaction directe et l'obligation de l'usage de tous les recours amiables préalablement à la voie judiciaire.

Le durcissement des conditions de crédit ne fragilise-t-il pas les emprunteurs français ?

Si les arguments évoqués ci dessus plaident pour l'apaisement des angoisses quant à la contagion de la crise immobilière américaine en France, je ne dis pas que cela ne pourra jamais se produire un jour en France. D'une part, parce qu'en effet sous la pression de la demande, et



compte tenu de la hausse des taux d'intérêts de ces derniers mois, la seule donnée qui peut varier est la durée des crédits. En l'espace de quatre à cinq ans, la durée moyenne des prêts, est passée de 17 à 22 ans, et depuis 2 ans près d'un prêt sur deux est contracté pour une durée supérieure à 25 ans. Cela signifie que les endettements vont désormais courir, théoriquement, tout le long de la vie professionnelle d'un travailleur. D'autre part, l'allongement de la durée des crédits signifie aussi l'émergence des taux révisables au sein de l'endettement. Jusqu'ici les prêts pour le logement sont, à environ 90%, contractés au travers de taux fixes. C'est une particularité française, mais c'est aussi parce que les durées courtes (15-20 ans) permettaient aux banques de supporter le risque. Avec des durées de 35-40 ans, elles sont dans l'incapacité de couvrir ce risque sur le marché (pas de contrepartie sur ces termes), et leur visibilité est très faible. Elles peuvent choisir, soit de maintenir des taux fixes mais à des niveaux élevés, au risque de ne pas attirer les emprunteurs, soit à des niveaux plus agressifs mais en provisionnant le risque de taux. Ceci signifierait que contrairement aux taux variables, ce ne serait plus le client qui prendrait le risque de hausse, mais la banque. Or je n'imagine pas les banquiers, compte tenu de leurs objectifs de productivité et de profits, poursuivre dans cette direction. D'autant que la circulaire « Bâle II » à compter de Janvier 2008 va renforcer

les obligations de provision. Elles vont donc s'orienter vers des productions en taux révisables, plus ou moins sophistiqués et assortis de sécurités, afin de gérer leurs risques tout en rassurant les clients. Enfin, les rapports des français au crédit évoluent. La capacité d'épargne a reculé de 4 points en 2 ans et le taux d'endettement frôle les 60% tandis qu'il était à peine de 45% il y a une dizaine d'années. On est encore loin des 110 ou 120% anglo-saxons.

La crise financière va t-elle accentuer le ralentissement des prix observé depuis un an ?

Après six à sept années de fortes hausses, le marché ne pouvait continuer d'afficher de telles variations annuelles. Il se régule par l'offre et la demande. La demande tient compte de la solvabilité des emprunteurs, et celle-ci à ses limites. Toutefois, je ne comprends toujours pas comment des analystes peuvent pronostiquer des baisses de prix de 15 à 20% dès 2008. La demande est très forte, et elle n'est pas compensée par l'offre locative qui a calé l'évolution des loyers sur celles des prix du foncier, tout en durcissant ses conditions d'accès, notamment en termes de garanties. D'ailleurs, les chambres des Notaires notent le bon maintien des prix dans l'ancien au sein des grandes métropoles. Pour les programmes dans le neuf, il faut tenir compte des délais de livraison, de

l'incidence des investisseurs dans la proposition des biens vendus, et de la qualité des programmes. Sans doute, la défiance a-t-elle contribué à faire davantage réfléchir les accédants, et donc obligé les constructeurs à faire des efforts de prix sur le bouclage des derniers lots. Le facteur psychologique risque de peser lourd au cours des prochains mois. Les candidats à l'accession demanderont plus d'informations, boucleront leurs plans de financement avant la signature d'un contrat de réservation, négocieront davantage les prix ou feront traîner leur décision finale à l'occasion d'autres recherches. Mais les bons produits, au prix du marché, partiront aussi bien et dans des délais convenables. Le consommateur est bien plus pratique et réfléchi qu'il n'est souvent décrit.

Pourquoi certains professionnels sont-ils aussi inquiets sur le marché français ?

Il est donc vrai de dire que tout ne va pas si mal que cela, quand bien même les délais de vente de sont légèrement allongés et que le niveau de transactions peine un peu, accentué en cela par la saisonnalité de l'automne, par la forte densité d'intervenants professionnels et par la montée en puissance des ventes entre particuliers. Le seul vrai risque pourrait venir du resserrement des conditions d'accès au crédit par les banques. Celles-ci ont, pour près d'une sur deux, annoncées qu'elles avaient procédé à un durcissement des critères d'octroi des prêts depuis le mois d'août. Sans doute pour des questions internes de qualité de leurs risques à l'approche de « Bâle II », et suite aux mises en garde après l'avènement de la crise des « subprime » de cet été, mais aussi pour coller avec la dérive possible évoquée ci-dessus à l'occasion de l'allongement de la durée des prêts. Cependant l'apaisement sur les taux d'intérêts dits « courts » de fin Octobre et la forte concurrence dans la perspective des objectifs commerciaux de l'année 2008 commencent à faire leurs effets dans l'agressivité des offres. Pour produire des résultats, les banques doivent continuer à commercialiser des crédits. Il n'y a donc pas de raison que les banques ferment le « robinet » des prêts immobiliers. Tout au plus se montreront-elles un peu plus prudentes... à l'image de leurs clients. **Bruno Rouleau**

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



Pour une visibilité optimale,
essayez la solution bi-média la plus efficace



**Magazine
Logic-Immo**

Le thématique immobilier
le plus connu *

3.9 millions de lecteurs
au numéro**

*TNS SOFRES - mai 2007
(40 % de notoriété assistée)

**TGI - juillet 2007



**Site internet
logic-immo.com**

Le site d'annonces immobilières
le plus connu*

3 millions de visites
mensuelles**

*TNS SOFRES - mai 2007
(21 % de notoriété assistée)

**XITI - septembre 2007



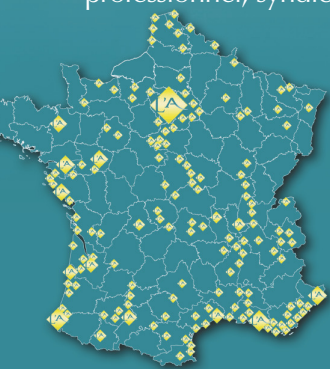
Pour votre communication immobilière, **Logic-Immo c'est logic !**

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 - Web 01 41 27 98 30 - Régie 01 47 30 57 88

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

L'immobilier dans le collimateur de la répression des fraudes



Les résultats de l'enquête publiée par la DGCCRF sur les pratiques des agents immobiliers pointent un certain nombre d'irrégularités. Petit rappel des obligations à respecter impérativement.

Décidément, malgré une certaine volonté de moralisation de la profession, les agents immobiliers continuent d'avoir mauvaise presse auprès des Français. Pratiques douteuses, tarifs à la tête du client et souvent prohibitifs, suivi inexistant... sont autant de reproches évoqués par les particuliers qui font appel à leurs services. Et ce n'est pas l'enquête de la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) qui viendra démentir cette opinion. Le document en question révèle en effet un nombre significatif

de pratiques illicites chez les agents immobiliers. Sur 1 070 agences contrôlées, 830 sont en infraction, soit 77,5 % des officines étudiées, la plupart pour défaut d'information. Parmi ces infractions, citons l'absence d'affichage des tarifs d'honoraires dans les officines ou une information incomplète sur ces tarifs, indiqués hors taxe par exemple, l'absence de remise d'une note d'honoraires. « Au total, nous avons relevé 531 infractions de ce type, explique-t-on à la DGCCRF, le formalisme imposé par la loi Hoguet n'est pas souvent respecté ». Plus graves sont

les autres infractions relevées. Ainsi, 241 agences ont été épinglées pour publicité mensongère ou tromperie sur la prestation. Il peut s'agir d'annonces de superficies supérieures à la réalité, de communication sur des biens déjà vendus, de la mise en avant de mandats exclusifs pour des biens proposés par d'autres agences, d'absence de mandat... Mais, ce qui est plus grave encore, c'est le non respect des conditions d'exercice de la profession: absence de carte professionnelle ou carte périmée, absence de mandat, publicité mensongère... Au total, 42 rapports au parquet ont été dressés, notamment pour la non tenue des registres des mandats et 25 pour non présentation d'une carte professionnelle en cours de validité. Conscient du problème, le secrétaire d'Etat à la Consommation, Luc Chatel, a d'ailleurs annoncé des mesures qui renforcent les pouvoirs d'enquête de la DGCCRF. Un projet de loi adopté en première lecture par les deux assemblées et déposé en 2ème lecture au Sénat le 22 novembre 2007 prévoit d'habiliter les agents de la direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression de fraudes à contrôler le respect des dispositions



Luc Chatel
Secrétaire d'Etat à la consommation et au tourisme.

“ *Le logement est un sujet sensible. Il ne s'agit pas de stigmatiser les agents immobiliers, mais de résoudre des problèmes en prenant des mesures. La loi va élargir les pouvoirs de la DGCCRF. Nous allons augmenter les contrôles pour améliorer la transparence et veiller notamment à l'application de la loi Hoguet.* ”

de la loi n° 70-9 du 2 janvier 1970 (dite Loi Hoguet qui encadre l'activité des professionnels de ce secteur), sanctionnées pénalement. Pour vous aider à vous y retrouver, notre dossier fait le point sur les règles du jeu. Histoire de rappeler les conditions d'exercices prévues par la Loi Hoguet et les obligations liées à l'information du consommateur.

Disposer d'une carte professionnelle

Certes, «tout ne va pas bien dans la profession, reconnaît René Pallincourt, le président de la Fnaim, mais il faut tout de même souligner que 60 % des infractions ne justifient pas de sanctions». En revanche, il ne décolère pas sur l'exercice illégal de la profession : « Nous avons fait beaucoup d'efforts depuis quelques années pour rendre la profession plus vertueuse, j'ai moi-même déposé des centaines de plaintes au parquet, écrit à Thierry Breton en 2005 pour attirer son attention sur les dysfonctionnements, et maintenant on nous traite de voyous alors que c'est l'administration qui ne fait pas son travail ». Du côté des réseaux, le discours est du même acabit. «On est heureux de savoir que les pouvoirs publics font enfin leur travail, lance ironiquement Jean Lavaupot, le directeur général d'Era Immobilier

France, il est facile de se trouver en infraction avec une législation aussi complexe que celle de la loi Hoguet». Et pourtant, cette loi qui date de 1970, a subi un important toilettage à la suite de l'ordonnance du 1er juillet 2004. Notamment en matière de détention de la carte professionnelle dont le formalisme a été allégé. Si le décret d'application de la loi Hoguet impliquait l'obtention d'une carte par type d'activité (transaction, gestion...), elle ne nécessite plus, depuis le 1er janvier 2006, qu'une seule carte mentionnant la ou les activités du professionnel. En outre, elle est désormais octroyée par la préfecture pour dix ans (au lieu d'un an auparavant). Une disposition que certains regrettent. «Les professionnels se voient désormais délivrer un permis d'exercer de dix ans, sachant que les préfectures n'ont pas les moyens de contrôler qu'ils respectent les dispositions de la loi Hoguet », indique l'Association des responsables de copropriété. Avis assez similaire à l'Agence nationale d'information sur le logement (Anil). «Nous avons participé aux discussions sur la réforme de la loi Hoguet et nous étions favorables à une carte professionnelle d'une durée de validité de cinq ans, mais cette proposition a été rejetée par les professionnels qui ont préféré une autre solution, moins efficace ». Selon la réglementation, pour obtenir sa carte professionnelle,

Point de vue



Hervé Bléry
Century 21

Il faut graduer les infractions. Les infractions relevées par la DGCCRF amalgament les faits qu'il conviendrait de graduer dans leur gravité. Par exemple, l'oubli en vitrine d'une affiche concernant un bien vendu relève de l'erreur et non d'une volonté de tromper, qui au demeurant ne bénéficierait à personne. De même, la mention d'une surface inexacte résulte souvent des dires du vendeur qui répugne à payer le certificateur par anticipation à l'acte de vente. Les choses seraient plus claires si la loi imposait l'ensemble des diagnostics dès la mise en vente du bien. Quant au défaut de carte professionnelle, qui impose à l'agent immobilier outre des conditions de compétences l'obligation d'une garantie financière et d'une assurance RCP, l'infraction est grave et fait courir des risques au public. Là, la loi doit être appliquée sans faiblesse et l'agence doit être fermée. Pour ce qui concerne les agences CENTURY 21, aucun contrat ne peut être agréé si le candidat n'a pas capacité à obtenir la carte professionnelle. Il y a un point sur lequel la loi reste muette ; si elle impose à l'agent des critères de compétences, elle ne l'oblige en rien à former ses collaborateurs en contact avec le public. Ce qui pouvait se concevoir en 1970, quand les agences étaient essentiellement familiales, constitue une carence aujourd'hui où elles sont devenues des entreprises employant des collaborateurs.



Les réseaux invoquent leurs journées de formation obligatoires et le respect de la déontologie comme garde-fous. La profession se caractérise par la complexité et l'inflation de la réglementation à laquelle elle est soumise.



Cap à l'Ouest pour l'immobilier sur Internet

6x PLUS DE VISIBILITÉ
POUR VOS ANNONCES



Bénéficiez d'une visibilité maximale

Vos annonces sont diffusées
sur les 5 sites immobilier leaders sur
le Grand Ouest et sur maville.com.



Profitez de nos solutions techniques

Simple, rapides et efficaces,
pour diffuser vos annonces sur Internet
et dans les journaux de l'Ouest.



Rejoignez-nous

Plus de 2000 agences immobilières
nous font déjà confiance.
Contactez Laure Vilboux, au 02 99 32 50 78
ou immo@precom-multimedia.com

CE SONT NOS CLIENTS QUI EN PARLENT LE MIEUX !

ouestfrance-immo.com

Le 1^{er} site Immobilier du Grand Ouest

courrierdelouest-immo.com mainelibre-immo.com presseocean-immo.com

vendematin-immo.com maville.com

ouest
france 

L'agent immobilier doit justifier d'une solide formation (Bac + 3, filière droit, économie ou commerce, BTS immobilier...) ou d'une bonne expérience professionnelle dans une activité régie par la loi Hoguet.

Un agent immobilier en règle avec la loi doit disposer d'une carte professionnelle. Le numéro de celle-ci doit figurer sur tous les documents qu'il est censé fournir (correspondance, contrat...). « Il faut être capable de présenter la carte correspondante au numéro affiché à toute réquisition », précise par ailleurs Guy Lopez, directeur de la DGCCRF des Hauts-de-Seine.

Jusqu'à 6 mois d'emprisonnement et 7500 euros d'amendes, si vous dirigez une agence sans déclaration en préfecture, ou si vous de possédez pas de carte professionnelle. Le double en cas de récidive.



Loi Hoguet du 2 janvier 1970

Avoir une garantie professionnelle

La possibilité d'ouvrir une agence est subordonnée à l'obtention d'une garantie. Un professionnel digne de ce nom doit en outre justifier d'une garantie professionnelle pour les fonds qu'il est amené à détenir. Sans carte professionnelle, la garantie n'est



Quand le marché se porte bien, il suscite des vocations et le nombre d'agences immobilières se multiplie...

pas possible. Et rien ne garantit donc à la clientèle qui verse une somme d'argent, qu'elle pourra récupérer ses fonds si l'agent cesse son activité entre temps. Evidemment, tous les agents immobiliers n'ont pas pour préoccupation d'enfreindre la loi, loin s'en faut.

Pour recevoir des fonds de sa clientèle, l'agent immobilier doit obligatoirement être garanti pour un montant d'au moins 110 000 euros (30 000 euros si l'installation remonte à moins de deux ans). Le nom et l'adresse de l'organisme qui a accordé sa garantie financière doivent être affichés dans l'agence, et figurer

sur l'ensemble des documents.

Ce que vous risquez : Jusqu'à 6 mois d'emprisonnement et 7500 euros d'amendes, si vous ne détenez pas de garantie professionnelle. Ces sanctions pénales peuvent être assorties de sanctions administratives notamment le retrait de la carte professionnelle qui équivaut de fait à une interdiction d'exercer.



Loi Hoguet du 2 janvier 1970 et décret n°72-678 du 20 juillet 1972 pris pour son application.

Tenir le registre des mandats

Le professionnel de l'immobilier ne peut intervenir que s'il détient un mandat de la personne au nom de qui il intervient (vendeurs, bailleurs...). Le mandat est obligatoire et doit être signé par le mandant. Le mandat indique la mission de l'agent immobilier. Ce dernier est tenu de respecter ce mandat. Chaque mandat doit faire l'objet d'une numérotation et être inscrit au registre. Dès qu'un négociateur ou un collaborateur rentre un bien, et avant d'engager toute action commerciale (affichage, publicité) il faut signer un mandat de vente et le mentionner le plus rapidement possible au registre des mandats. Les biens en vitrine doivent être disponibles à la vente. Dès qu'ils sont vendus, ils doivent faire l'objet d'une écriture dans le registre des mandats. Avec le développement d'internet, certains professionnels peu scrupuleux vont « piger » des affaires à leur confrère, et les affichent moins cher pour attirer le chaland. « On reçoit

Une convention sur la qualité de l'information

Dans le cadre du Chantier national du Logement, une convention visant à sécuriser les opérations a été signée le 20 septembre dernier entre le ministère du logement et de la Ville et un certain nombre d'organisations professionnelles réunies au sein de l'Anil (Fnaim, Fédération française du bâtiment, Capeb, Conseil supérieur du Notariat, Fédération nationale des Experts de la construction et de l'immobilier, l'ordre des Géomètres experts, le syndicat des aménageurs lotisseurs, l'Union d'économie sociale pour le logement, l'Union nationale des constructeurs de maisons individuelles et l'Union sociale pour l'habitat). Les signataires s'engagent ainsi à présenter de façon objective le rôle de chacune de leur profession, de mettre en évidence le cadre légal dans lequel s'exerce leur activité, ses exigences, les obligations qui incombent aux professionnels et détailler les garanties que ce cadre offre aux particuliers. Les professionnels s'engagent également à assurer la transparence de leurs prestations et de leurs produits, à écarter toute publicité trompeuse ou mensongère, à ne pas proposer de services de nature à entraîner des conflits d'intérêts susceptibles d'obérer le choix du consommateur et à fournir un éclairage réaliste de l'équilibre économique des projets. En contrepartie, les organisations attendent des pouvoirs publics un soutien actif à l'action qu'elles conduisent pour faire prévaloir les règles déontologiques qu'elles se sont imposées et éliminer les comportements déviants.



RE/MAX DÉBARQUE EN FRANCE



RE/MAX®
France

La méthode qui a fait ses preuves

Adoptez les méthodes exclusives et la franchise de **RE/MAX**,
N°1 MONDIAL DES VENTES IMMOBILIÈRES :
reliez-vous à notre réseau, devenez un 'industriel de l'immobilier',
c'est plus sûr et bien plus rentable.

Appelez-nous au **04 97 02 80 80**

www.remax.fr


www.remax.com - developpement@remax.fr

67 pays - 7 000 agences - 120 000 conseillers

beaucoup de plaintes d'agents qui détiennent des mandats exclusifs sur des biens qu'ils retrouvent pourtant dans d'autres agences. Nombre d'entre eux se déplacent même à la DGCCRF pour déposer plaintes contre de tels agissements», observe Guy Lopez, directeur de la DGCCRF des Hauts de Seine. Dans ce cas la loi est catégorique, seul celui qui détient le mandat peut vendre le bien, et encaisser le produit de la vente.

☛ Chaque bien affiché à la vente, doit correspondre à un mandat et être disponible à la vente. Sinon, la mention vendue doit figurer sur l'annonce. Dans tous les cas, le registre des mandats doit être tenu à jour.

⚠ 2 années d'emprisonnement et 30000 euros d'amende. Ces sanctions pénales peuvent être assorties de sanctions administratives, notamment le retrait de la carte professionnelle qui équivaut de fait à une interdiction d'exercer.

 *Loi Hoguet et décret n°72-678 du 20 juillet 1972 pris pour son application.*


Afficher correctement les prix

Autre obligation qui résulte d'un arrêté du 29 juin 1990 relatif à la publicité des prix pratiqués par des professionnels intervenant dans les transactions immobilières pris en application de l'article L113-3 du code de la consommation : l'affichage des prix. Les honoraires exprimés TTC doivent être affichés et parfaitement visibles à l'intérieur comme à l'extérieur (si vitrine il y a). D'autant que, depuis 1987, les tarifs des agents immobiliers sont libres. Le plus souvent calculés de façon dégressive et sous forme de pourcentage. Plus le montant de la vente est important, moins les honoraires sont, proportionnellement, élevés. Mais la loi est catégorique: pour percevoir une commission, l'agent immobilier doit avoir participé à la vente. Ce qu'atteste, par exemple, la conclusion d'une promesse ou d'un compromis de vente. Plus encore, l'article 6 de la Loi Hoguet dispose «qu'aucun bien, effet, valeur, somme d'argent, représentatif de commissions, de frais de recherche, de démarche, de publicité ou d'entremise quelconque, n'est dû aux personnes indiquées à l'article 1er ou ne peut être exigé ou

accepté par elles, avant qu'une des opérations visées audit article ait été effectivement conclue et constatée dans un seul acte écrit contenant l'engagement des parties.» L'agent immobilier est obligé d'afficher les caractéristiques des biens qu'il met en vente, conformément à l'article L111-1 du code de la consommation et doit se conformer aux modalités d'affichage des honoraires. Cette réglementation s'applique également aux petites annonces publiées dans des magazines spécialisés ou sur internet. Dans les deux cas, c'est la responsabilité de l'annonceur (et non du directeur de publication ou du site qui est engagé). «La DGCCRF exerce la même vigilance sur les services en ligne» souligne Virginie Beaumeunier, sous-directrice à la DGCCRF. Les sociétés de services informatiques prennent le problème très au sérieux. Pour mettre ses clients utilisateurs de Périclès.net à l'abri d'éventuels contrôles portant sur les mentions légales, Périclès a mis à jour conjointement son application et tous les protocoles de transferts vers Internet. «Nous servons chaque nuit plus d'un million d'annonces sur les principaux portails Internet. Il nous appartenait donc de collecter directement auprès de nos clients les informations utiles (type mentions légales, RCS, N° carte transaction ...) pour les transmettre à nos partenaires Internet. Nous avons également pris des mesures pour empêcher la publication d'annonces non complètes susceptibles d'être qualifiée de trompeuse pour le consommateur», précise son directeur général, Yves Macé.

☛ Doivent donc être affichés à la location comme à la vente, le montant maximum des honoraires TTC perçus par l'agent immobilier. Pour la location, l'agent doit afficher le montant en euros de la commission. Attention, celle-ci doit être partagée entre le bailleur et le locataire. La faire payer uniquement au locataire est une infraction.

⚠ Des contraventions de 5ème classe, soit 1500 euros par annonce défaillantes. Si votre vitrine comporte par exemple 15 affichettes, l'addition peut s'élever à 22 500 euros.

 *Code de la consommation. Article L 113-3 en matière d'affichage des prix et l'arrêté du 29 juin 1990 pris pour son application. Article 4 de la loi 89-462 du 6 juillet 1989 sur l'amélioration des rapports locatifs.*

Point de vue



René Pallincourt
Président de la Fnaim


Il y a une inflation de réglementation Il y a un tel empilement de textes qu'il est très facile d'être en infraction pour un agent immobilier. A titre d'exemple, si un bien est proposé 100 000 euros et que son prix est abaissé à 80 000 euros, l'agent immobilier doit rédiger un avenant au mandat et inscrire cet avenant sur un répertoire. Or, l'agent immobilier ne prend pas toujours le temps de le faire tout de suite. Autre exemple, la superficie du bien qui est une obligation de la loi Carrez, doit être mentionnée. Certains agents immobiliers ont tendance à indiquer cette superficie sans la vérifier. Il vaudrait mieux qu'ils le fassent avant l'affichage, même si cette information erronée est de la responsabilité du vendeur et non de l'agent immobilier. Je regrette que mes confrères ne soient pas plus rigoureux. Mais certains agissements ne justifient pas la réaction médiatique que nous avons eue. Sur l'exercice illégal de la profession dénoncé par la DGCCRF, on nous considère comme à l'origine du problème. Or, les contrevenants n'ont ni adhésion Fnaim, ni garantie, ni aptitude à exercer la profession. J'ai attiré cent fois l'attention des pouvoirs publics sur le sujet, sans que rien ne soit fait. Nous considérons que l'administration ne fait pas son travail. Pour notre part, nous faisons beaucoup d'efforts. Nous avons mis en place une formation obligatoire, un code d'éthique, ouvert un département qualité...

Ne pas tricher sur les surfaces

Les contrôleurs de la répression des fraudes chassent les annonces fantaisistes en terme de superficie. « Il n'y a aucune tolérance en la matière, prévient Guy Lopez. C'est la loi Carrez qui s'applique ».

Il faut être précis dans la rédaction d'une annonce immobilière.

⚠ Chaque publicité mensongère ou trompeuse est passible de deux années d'emprisonnement et de 37500 euros d'amende, montant qui peut être porté à 50% des dépenses de la publicité constituant le délit. En payant cash, vous pouvez bénéficier d'une réduction plafonnée à 8500 euros. Ces sanctions pénales peuvent être assorties de sanctions administratives, notamment le retrait de la carte professionnelle qui équivaut de fait à une interdiction d'exercer.

 Code de la consommation sur la publicité mensongère, article L121-1 et suivants.

Eviter les liaisons dangereuses avec les diagnostiqueurs

Les diagnostics techniques immobiliers rendus obligatoires en 2005 (ordonnance n° 2005-655 du 8 juin 2005) par les pouvoirs publics pour les transactions immobilières fournissent au consommateur des informations importantes sur l'état sanitaire et la sécurité du bien. Afin de garantir la protection des intérêts des consommateurs, des règles très strictes ont été édictées à la fois pour ce qui concerne la certification des compétences des professionnels et garantir leur indépendance. La nécessité de telles règles a notamment été mise en évidence par une enquête réalisée par la DGCCRF en 2006 qui faisait apparaître un taux infractionnel supérieur à 50%. Sur ce dernier point, l'article L271-6 du code de la construction et de l'habitation dispose que le diagnostiqueur « ne doit avoir aucun lien de nature à porter atteinte à son impartialité et à son indépendance ni avec le propriétaire ou son mandataire qui fait appel à « lui », ni avec une entreprise pouvant



241 agences ont été épinglées pour publicité mensongère ou tromperie sur la prestation.

réaliser des travaux sur les ouvrages, installations ou équipements pour lesquels il lui est demandé d'établir l'un des documents mentionnés au 1er alinéa». Ceci vaut en particulier pour les liens qui peuvent exister entre les diagnostiqueurs et les agents immobiliers. Un avis rendu par le



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

MBM LA SOLUTION GESTION

+ DE 500 AGENCES PARTENAIRES

www.mbm-gestion.com
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 621 373
Caisse de garantie FNAIM - 89, rue de la Boétie 75008 Paris
CP Gestion n° 422 délivré par la préfecture de la Haute-Garonne

conseil national de la consommation de 27 mars 2007 vient préciser les contours de ces obligations et émet certaines recommandations pour assurer leur effectivité. Cet avis recommande la mise en oeuvre de certaines mesures dont l'élaboration de cartes professionnelles pour les diagnostiqueurs, et la reconnaissance de l'indépendance professionnelle visée à l'article R271-1 du code de la construction et de l'habitation dans le cadre d'un contrat écrit à mettre en oeuvre par la profession. S'il n'est pas interdit à un agent immobilier de proposer ou de recommander le recours à une ou plusieurs entreprises de diagnostic, la sélection de ce dernier ne peut pas reposer sur des pratiques restrictives ou abusives (commissionnement abusif sans contre parti réel notamment) de nature à entacher l'indépendance du diagnostiqueur. En tout état de cause le consommateur doit rester libre de choisir un diagnostiqueur différent de celui qui lui est proposé. Pour ce faire, il peut notamment se baser sur une liste actualisée et accessible au grand public des diagnostiqueurs certifiés.

Le consommateur doit rester libre du choix du diagnostiqueur et les agents immobiliers ne peuvent exercer de pression sur les diagnostiqueurs en échange de leur référencement.

La subordination de vente est punie d'une contravention de 5ème classe. En cas de pratique commerciale restrictive, votre responsabilité civile

25 agences ont été épinglées pour non-respect des conditions d'exercice de la profession, en l'occurrence absence de carte professionnelle ou carte dont la validité est périmée.

peut être recherchée avec obligation de réparer le préjudice. En cas de tromperie, le contrat de vente peut être annulé et vous devrez indemniser l'acheteur, tout ceci sans préjudice des infractions pénales induites dont vous pourriez être rendu responsable en cas de négligence (emprisonnement, ect...). Ces sanctions pénales peuvent être assorties de sanctions administratives notamment le retrait de la carte professionnelles qui équivaut de fait à une interdiction d'exercer.

Article L271-6 du code de la construction et de l'habitation, livre IV du code de commerce, notamment son article L442-6, article L122-1 du code de la consommation relatif à la subordination de vente.



Les honoraires de l'agence doivent être affichés TTC dans la vitrine de l'agence immobilière.

Point de vue



Henry Buzy-Cazaux
Vice Président Tagerim

Trop de professionnels manquent encore de rigueur. Pour assurer un minimum de déontologie, il faut créer un conseil de l'ordre de l'administration de biens et de la transaction, doté d'un véritable pouvoir de contrôle et de sanction disciplinaire que nos organisations professionnelles n'ont pas aujourd'hui. Force est de constater que les syndicats professionnels - dont l'adhésion n'est pas obligatoire - n'ont pas réussi à faire respecter la réglementation par tous. Et de toute façon, ils n'ont aucun véritable pouvoir ni de sanction, ni d'exclusion d'un adhérent s'il n'a été préalablement condamné par la justice. Même si le nombre de dérivés dénoncés est limité à un petit nombre de professionnels, c'est toujours trop étant donné les enjeux pour les ménages. La création d'un ordre professionnel ayant le pouvoir de retirer la carte professionnelle aux auteurs des abus, les empêchant de facto de travailler, aurait la vertu de racheter l'image de la profession. Seules les préfetures et la justice peuvent agir actuellement, mais ce n'est visiblement pas une solution efficace au vu des récentes attaques sur les métiers de l'immobilier (DGC-CRF, associations ...) qui ont relayé les plaintes des consommateurs. Si aujourd'hui une vente et une location sur deux se font sans l'aide d'un professionnel, c'est qu'il y a des problèmes et que le public doute de notre transparence et de notre valeur ajoutée. Les professionnels de l'immobilier doivent avoir la même honorabilité qu'un notaire ou un huissier.

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
plus de 1 200 000 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**

(1) Source France Pub TNS Sofres 2006. (2) Source Médiamétrie/CyberESTAT 12/2006.

Bercy épingle les agents immobiliers



Selon l'action de grande ampleur menée par la DGCCRF dans le secteur des agences immobilières, de la construction de maisons individuelles, des syndicats et du diagnostic technique immobilier, les pratiques constatées ne sont pas satisfaisantes et justifient le maintien de la vigilance de l'administration. Le relevé de fraudes de l'administration.

Pierre Fond

Chef de service DGCCRF

“ Grâce aux nouveaux textes, nous sommes compétents pour vérifier le respect des obligations des professionnels et constater les éventuelles infractions pénales. Nous pourrions également signaler aux préfets les professionnels qui exercent sans carte, et obtenir le cas échéant la fermeture de l'agence. Ce qui va être important, c'est la rapidité de la sanction. ”

Représentant quelques 340 milliards d'euros par an, le secteur du logement occupe une place déterminante dans l'économie nationale. Il est le premier poste de dépenses des ménages. En 2006, selon l'Insee, il a absorbé 24% de leurs revenus. Se loger décemment et à des prix raisonnables constitue une préoccupation essentielle. Le logement figure parmi les secteurs d'intervention prioritaires de l'État. Parallèlement, les plaintes adressées à la DGCCRF ont alerté les pouvoirs publics sur l'existence

de pratiques commerciales abusives: des professionnels peu scrupuleux profitent de la situation tendue des marchés. Dans ce contexte, une action de contrôle de grande envergure semblait nécessaire pour vérifier le respect des règles de la concurrence sur les différents marchés concernés, notamment du point de vue de la fixation des prix, et s'assurer de la fiabilité de l'information donnée par les professionnels. La DGCCRF a donc retenu le secteur du logement parmi les orientations prioritaires de

sa directive nationale d'orientation 2006 : plus de 16700 actions de contrôle ont été menées dans le secteur immobilier (+60% par rapport à 2005).

Les agences immobilières

La DGCCRF a constaté en matière d'intermédiation immobilière un nombre très significatif de pratiques illicites : 830 agences immobilières étaient en infraction sur les 1070 contrôlées, soit 77.5%.

Ces infractions concernent parfois des pratiques graves de nature pénale justifiant une transmission du dossier au parquet. Au total, 154 procès-verbaux et 42 rapports au parquet ont été établis portant sur l'essentiel sur l'information sur les prix et leur affichage, la publicité mensongère, la tromperie sur la nature de la prestation, le démarchage à domicile ou le non-respect des conditions d'exercice de la profession (notamment l'absence de carte professionnelle).

Les constructeurs de maisons individuelles

Dans le domaine de la construction de maisons individuelles, de nombreuses pratiques illicites ont également été mises au jour. Le taux infractionnel est de 74% : 222 cas sur 300 entreprises contrôlées. 55 procès-verbaux ont été rédigés à l'encontre des constructeurs. Parmi les infractions relevées : l'absence de contrat écrit, le défaut de garantie de livraison, des qualifications et des qualités professionnelles inexactes, un délai de rétractation non respecté, l'absence de garantie de remboursement et de livraison et d'assurance dommages.

Les syndics

L'enquête a mis en évidence des tendances négatives pour les consommateurs : multiplication du nombre des prestations facturées hors forfait de gestion courante, maintien dans les contrats de certaines clauses abusives ou mise en concurrence trop rare des entreprises dans le cadre des marchés de travaux. Ce dernier point soulève en particulier la

question du pouvoir de contrôle des copropriétaires sur l'action du syndic dans le cadre du conseil syndical et de l'assemblée générale des copropriétaires.

Le diagnostic technique immobilier

Les investigations menées dans 61 départements auprès de 420 entreprises (320 entreprises de diagnostic immobilier, 90 agences immobilières et 10 notaires) ont mis en évidence de nombreux manquements. Ainsi, 4 procès-verbaux ont été établis pour tromperie et publicité mensongère. Et pas moins de 210 rappels de réglementation. Les anomalies concernaient l'affichage des prix, la délivrance de notes, les règles de facturation, la publicité mensongère, la tromperie sur la prestation et l'absence d'attestation de qualification professionnelle. Dans de nombreux cas l'indépendance du diagnostiqueur est contestable, car la prestation de diagnostic et la transaction immobilière se font souvent au même moment. Dans quatre cas sur cinq, le diagnostic est demandé par un professionnel

de l'immobilier. Dans certains départements, le versement d'une commission au prescripteur (agents immobiliers et syndics) a été mis au jour. Le diagnostiqueur reverse ainsi de 15% à 30% du chiffre d'affaires réalisé. L'enquête a permis de constater que le consommateur ne dispose pas d'une information homogène et fiable sur les différentes prestations offertes et que les modalités tarifaires des entreprises sont mal connues.

Des infractions trop nombreuses

L'ensemble du dispositif de contrôle déployé en 2006 a mis en lumière un taux infractionnel très élevé. Sur près de 3000 entreprises contrôlées, plus de 65% ne respectaient pas la réglementation relevant de la compétence de la DGCCRF. Par ailleurs, certains marchés souffrent d'une insuffisance de concurrence, ce qui se traduit par des rigidités de prix et un effet inflationniste important.

Colette Sabarly



directannonces
Le spécialiste de la pige immobilière

**Ventes ou
locations immobilières**

**Tous les matins,
votre pige complète
dès 09h00**

Agents immobiliers, experts, certificateurs, administrateurs de biens...

Soyez le premier informé des nouveaux biens en vente ou à la location et ENTREZ DE NOUVEAUX MANDATS.

Depuis 1999, Directannonces est le leader du marché de la pige immobilière : c'est la Revue de Presse Directannonces.

Recommandée par la quasi-totalité des réseaux, Directannonces vous propose des solutions simples, efficaces et innovantes pour votre prospection.

Notre pige (avec 3 mises à jour quotidiennes) vous indique les changements de prix, l'adresse du vendeur (lorsque disponible) et peut être intégrée dans les principaux logiciels.

Nouveau

Découvrez le logiciel **Directmandat**, fourni sans supplément, outil idéal et ultra pratique de suivi et de contrôle de la prospection.

Un mois d'essai gratuit
en appelant le 01.45.72.92.00
ou sur www.directannonces.com

Du bon usage de l'agent commercial



Après avoir été décrié ces dernières années, le statut d'agent commercial connaît aujourd'hui un net regain d'intérêt. Les éclairages de notre expert Gérard Bornot.



Gérard Bornot

Consultant Formateur en stratégie de négociation
bornotgerard@yahoo.fr

En 2004, de nombreuses rumeurs ont couru, laissant entendre que le statut d'agent commercial n'était plus autorisé en agence.

Certains commentaires d'un arrêt de rejet de la chambre commerciale de la cour de cassation laissaient même entendre que l'agent commercial devait personnellement et systématiquement répondre à toutes les exigences de la loi Hoguet et donc être titulaire de la carte professionnelle.

Ces rumeurs ont quelque peu semé le trouble dans la profession, certaines préfectures refusant de délivrer des cartes aux négociateurs ayant un statut d'agent commercial.

Cette situation était particulièrement problématique pour les agences qui ne fonctionnaient qu'avec des collaborateurs ayant ce statut de travailleur indépendant. C'est à cette époque, que profitant de ces rumeurs, se sont développées les sociétés de portage salarial immobilier.

Qu'est-ce que le portage salarial ?

Le portage salarial concerne principalement les métiers du savoir pour des interventions de prestations de services (conseil, audit, formation, cycle de conférences) dans des domaines techniques, d'organisation ou de gestion, pour lesquels le consultant n'a aucun lien de subordination avec l'entreprise cliente, mais exécute une mission ponctuelle à forte valeur ajoutée intellectuellement pour une entreprise cliente. Une définition complète du portage salarial, et les conditions d'exercice de l'activité sont déclinées sur le site du Syndicat national d'entreprises de portage salarial.

Le portage salarial est incompatible avec les professions réglementées (avocat, expert comptable, agent immobilier) rappelons que le métier d'agent immobilier est strictement encadré par la loi «Hoguet». Malgré ceci, de nombreuses sociétés

de « portage salarial immobilier » ont su profiter de ces rumeurs infondées pour communiquer auprès des agences immobilières afin de leur expliquer qu'il ne leur était plus possible de recourir à des agents commerciaux, leur proposant en quelque sorte d'externaliser leur force commerciale.

Une solution à utiliser avec des pincettes

Nombre de spécialistes déconseillent le recours aux sociétés de portage immobilier, tant qu'une loi n'aura défini complètement l'organisation et la réglementation de cette forme particulière de travail. En 2005, dans sa revue bleue, la FNAIM déconseillait fortement le recours aux sociétés de portage, considérant que c'était « une mauvaise réponse aux difficultés de gestion des collaborateurs ». S'il apparaît donc exclu de faire appel à ce type de contrat pour un emploi de négociateur, le portage salarial est néanmoins adapté lorsqu'une entreprise immobilière souhaite faire appel à des compétences dont elle

n'a pas habituellement la nécessité structurelle pour pallier à un besoin momentané. Il s'agit le plus souvent de prestations externalisables (audit, conseil, formation, etc). La profession est assez divisée lorsqu'il s'agit de se prononcer sur le statut à proposer à un collaborateur commercial en agence. Si la question ne se pose pas en Amérique du nord où ce statut est parfaitement reconnu il n'en est pas de même en France où beaucoup de professionnels sont réservés sur ce point.

Une option en plein développement

Malgré ces interrogations le statut semble aujourd'hui retrouver un second souffle avec l'arrivée en France de réseaux qui font reposer leur développement, pour tout ou partie sur la promotion du statut de travailleur indépendant. La FNAIM estime qu'il y a aujourd'hui 10 à 12 000 agents commerciaux exerçant dans des agences immobilières. Dans de petites structures familiales développant une double activité de gestion locative et de transaction, cette seconde activité est souvent

“*En recrutant des agents commerciaux, les agents immobiliers recherchent à minimiser les coûts.*”

Gilles CHAPELEAU, directeur de l'enseigne Avis Immobilier

exercée par un agent commercial totalement autonome, qui a le plus souvent fait ce choix pour ne pas avoir à subir une relation hiérarchique. Dans certaines agences franchisées de réseaux de culture américaine (Century 21, ERA, COLLWELL BANKER) les agents commerciaux représentent souvent près de 50% des effectifs. Des structures nouvelles en plein développement (IDIMMO du groupe ERIC MEY, et C.A.P.I. , le centre d'affaires des Professionnels de l'Immobilier) proposent par ailleurs à des travailleurs indépendants une structure leur permettant d'exercer le métier de négociateur en toute indépendance. Deux nouveaux réseaux, REMAX France, et Swixim France, développent depuis peu leurs réseaux d'agences en soulignant l'intérêt pour les agents immobiliers d'assurer le développement de leurs agences en s'appuyant sur le statut d'agent commercial.

Un statut supposé rendre les négociateurs plus responsables

La profession recense actuellement plus de 30 000 cartes professionnelles. En transaction 60 % des agences réalisent moins de 150 000 euros hors taxe de chiffre d'affaires, avec un effectif d'un peu moins de 3 collaborateurs. Nombre de professionnels sont dans l'impossibilité d'offrir des revenus acceptables à leurs collaborateurs. Du fait de la faible taille de leur structure, ils ne peuvent par ailleurs proposer un plan de carrière susceptible de retenir les bons éléments. C'est ce constat qui a incité les dirigeants du réseau Swixim France, à développer un concept original qui a déjà fait ses preuves en Suisse. Pour Christophe Guichard directeur du développement, « le succès rencontré

webgenery

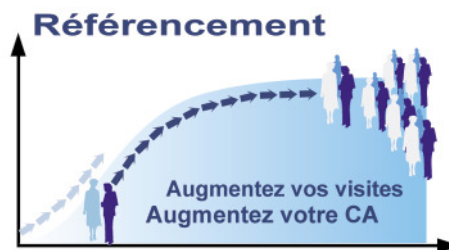
La créativité au service de votre image

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

dans son pays d'origine, nous incitait fortement à proposer ce concept non seulement aux agents installés, mais également aux agents commerciaux, que nous dénommons courtiers dans notre réseau. Dans ce pays comme en Amérique du Nord, les négociateurs immobiliers les plus performants, sont des travailleurs indépendants ».

Jean-Pascal Dutto, président du réseau RE/MAX en France, précise quant à lui : « en Amérique du Nord l'esprit d'entreprise est une valeur culturellement répandue, du fait d'un modèle social différent. Dans ces pays (U.S.A. Canada) les agents immobiliers, tant en réseau qu'en indépendants, travaillent quasi exclusivement avec des travailleurs indépendants. Il en est de même pour le réseau C.A.P.I. qui développe un réseau de plus de 350 agents commerciaux tous mandatés par une même structure, qui met à disposition non seulement la carte professionnelle mais également, un outil informatique, une centrale d'achat, des programmes de formation, et l'accès à un très grand nombre de sites internet parmi les plus consultés. « Nous recevons actuellement plus de 40 candidatures mensuelles, la moitié des candidats sont retenus et intégrés dans nos équipes qui couvrent aujourd'hui la quasi-totalité des régions françaises. Parmi les candidats nous retrouvons un certain nombre de négociateurs qui ne trouvaient pas dans leurs agences les moyens de réussir et de s'épanouir dans leur métier », explique Jean-Claude Cottet-Moine. Et le fondateur de Capi de poursuivre: «le candidat idéal a souvent été artisan, commerçant, et a intégré l'idée qu'il doit payer de sa personne pour se

faire sa rémunération. C'est cette conception de la responsabilité qui est un des éléments moteurs de la réussite des meilleurs de nos agents commerciaux.

Souvent choisi pour pallier à une absence de management

Pour Jean Lavaupot, directeur exécutif d'ERA France, « l'avantage du statut de travailleur indépendant pour le patron d'agence est l'absence de trésorerie de prise de risque, ...mais la loi Hoguet impose un contrôle de la part du titulaire de la carte, qui nous incite en France à préconiser le statut de salarié, qui représente 50% de nos effectifs commerciaux». Nous touchons là à la principale

terme. Dans toutes ses orientations stratégiques, AVIS-Immobilier a fait le choix de développer un réseau pérenne à long et moyen terme. La qualité des franchisés et de leurs collaborateurs est la clé de la réussite de notre réseau. Pour pouvoir faire appliquer la méthode AVIS -Immobilier qui fait ses preuves depuis de nombreuses années, le statut salarié est le mieux adapté. De plus le recrutement des collaborateurs se fait dans le cadre d'un projet d'évolution de carrière. »

Pour Cyril Sabatie Directeur Juridique de la FNAIM. «Si ce statut peut présenter, en apparence seulement, un certain nombre d'avantages, notre syndicat a toujours préconisé le recours au salariat, formule plus lourde certes, mais beaucoup plus sécurisante du point de vue juridique et financier » C'est d'ailleurs sous l'impulsion de la FNAIM que la loi E.N.L. (engagement national pour le

“ La FNAIM a toujours préconisé le recours au salariat. Formule plus lourde mais beaucoup plus séduisante d'un point de vue juridique et financier. ”

Cyril Sabatie, directeur juridique de la FNAIM

motivation malheureusement souvent affirmée chez les patrons d'agence qui recourent à ce type de contrat pour leurs négociateurs immobiliers. Un tel positionnement en matière de recrutement est regrettable, de la part de patrons dont on attend au contraire un véritable engagement à l'égard de ses collaborateurs. La constitution d'une équipe de qualité, implique un recrutement, une intégration, une formation et un management de qualité. Cette implication nécessaire à la réussite des collaborateurs, n'est pas toujours évidente chez des professionnels qui ne souhaitent pas s'impliquer dans le management de leurs collaborateurs commerciaux et qui affirment pour certains d'entre eux « si mon agent commercial réussit je partage sa réussite, s'il échoue, il ne me coûte rien » ce raisonnement oh combien regrettable, est encore trop souvent constaté chez quelques agents immobiliers. C'est l'avis de Gilles Chapeleau, directeur de l'enseigne AVIS Immobilier, qui reconnaît «en recrutant des agents commerciaux, l'agent immobilier recherche à minimiser les coûts, c'est pour moi un raisonnement à court

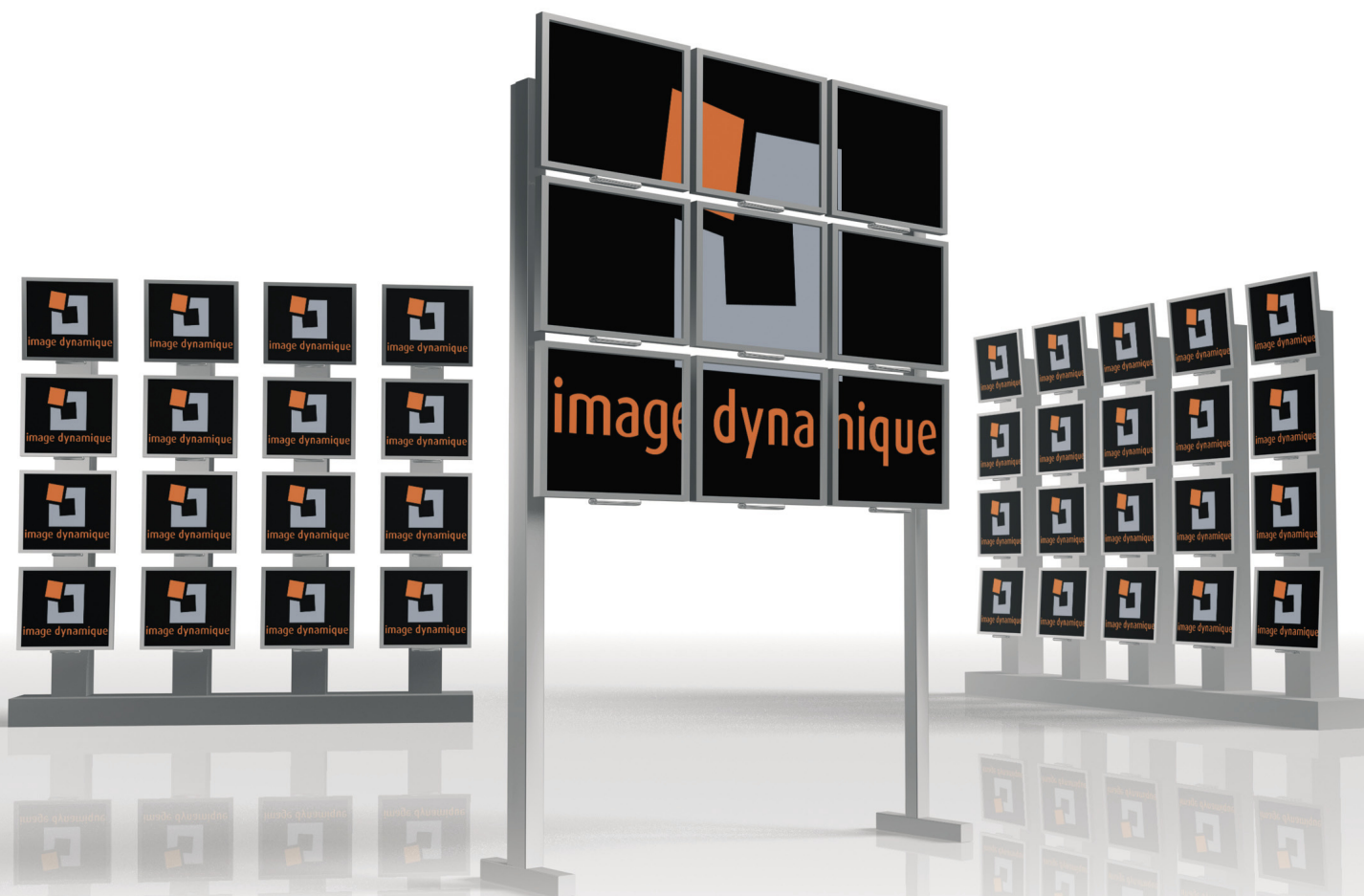
logement) est venue modifier la loi Hoguet qui reconnaît désormais de manière expresse le statut d'agent commercial aux négociateurs non salariés.

En matière de sécurité financière et juridique, Cyril Sabatie souligne « la loi fait une utile précision: les agents commerciaux ne peuvent recevoir ou détenir des sommes d'argent...ils ne peuvent donner des consultations juridiques ou rédiger des actes sous seing privé, à l'exception des mandats conclus au profit du titulaire de la carte professionnelle visée à l'article 3 de la loi ». Jean Claude Cottet Moine souligne l'importance pour lui de pouvoir s'assurer en permanence du respect des règles déontologique imposées aux agents commerciaux mandatés par C.A.P.I. «Ce contrôle se fait au niveau du recrutement, les agents C.A.P.I. sont avant tout des hommes et des femmes responsables Indépendants mais pas seuls, l'organisation que nous avons mis en place avec un staff de 25 personnes, leur permet de travailler dans les meilleures conditions et de respecter en tous points la déontologie professionnelle ».



VOUS VOULEZ...

...Rentrer des mandats, vendre davantage, doper votre croissance
communiquer autrement, rester compétitif,
et vous démarquer de la concurrence.



DYNAMISEZ VOTRE VITRINE

Diffusion dynamique de tous vos biens immobiliers, vos communications, vos vidéos et vos visites virtuelles. Totems sur mesure, écrans haute luminosité, vos photos et vos annonces en nombre illimité. Mise en page personnalisée, animations possibles, vos annonces sur le Web directement sur vos écrans, passerelle d'importation avec votre logiciel de transactions, réactivité immédiate, actualisation permanente, interface intuitive.

Rendez-vous sur www.imagedynamique.net

Vous pouvez nous contacter du lundi au vendredi de 8H à 20 H
et le samedi de 8H à 12 H



 N° Azur **0 810 120 685**

Prix d'un appel local



image dynamique

Attention aux électrons libres

La responsabilité de l'agent immobilier est de plus en plus souvent engagée, et la DGCCRF. exerce des contrôles fréquents dans les agences immobilières. Dans un tel contexte il est bien certain que l'agent immobilier doit être de plus en plus prudent et vigilant dans le choix de ses collaborateurs commerciaux, et nous pouvons nous interroger en effet sur les risques que peut courir un agent immobilier ayant des agents commerciaux « attachés » à sa carte professionnelle, agissant en « électron libre » s'il n'est pas capable de veiller en permanence au respect le plus complet des règles qui sont imposées à la profession. Christophe Guichard se montre quant à lui tout à fait confiant, les dirigeants de Swixim France attachant autant d'importance au choix des courtiers en immobilier qu'à celui des agents immobiliers franchisés. « Le Courtier Swixim est un véritable entrepreneur, ambitieux juridiquement et financièrement indépendant, qui s'implique, comme tout franchisé, dans le succès d'une

marque commune. L'agent immobilier Swixim et ses courtiers partagent les mêmes valeurs, pour la réussite et la pérennité de leurs entreprises respectives. C'est dans cet esprit, que notre partenaire de Vesoul bénéficie déjà de la collaboration de 5 courtiers Swixim, 5 mois seulement après la signature de son contrat de franchise. C'est également le point de vue de Jean Pascal Dutto pour RE/MAX France « par définition l'agent commercial est une personne au caractère indépendant et entrepreneur. Dans le système RE/MAX, l'agent commercial trouvera son indépendance, il gagnera plus d'argent et aura l'avantage de créer sa propre entreprise au sein d'un « centre d'affaires en immobilier » il sera à son compte mais pas isolé. C'est grâce à tous ces travailleurs indépendants que RE/MAX est le seul réseau au monde à pouvoir affirmer « Personne au monde ne

vend autant de biens immobiliers que RE/MAX ».

En tout état de cause, le client est seul juge de la qualité des services qui sont proposés par l'agent immobilier, quel que soit le statut du collaborateur... L'agent immobilier qui s'inscrira dans une culture de service, doit réussir, encore faut-il qu'il ait conscience que ce service parfait, passe par du recrutement de qualité, de la formation permanente, un engagement de tous les instants à l'accompagnement, des collaborateurs ou « associés » s'il s'agit d'agents commerciaux. C'est encore hélas ce qui manque parfois à certains patrons d'agences qui n'ont pas toujours compris ce qu'il en est des exigences de leur métier, en matière de management, pour attirer les meilleurs négociateurs, afin d'offrir un véritable service de qualité.

Gérard Bornot, directeur du cabinet

“ Par définition l'agent commercial est une personne au caractère indépendant et entrepreneur. ”

Jean Pascal Dutto, président du réseau RE/MAX en France



L'Agence des Batignolles, votre skipper immobilier

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.**

Spécialiste inter-cabinets depuis 1997

58 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

10 règles d'or pour ne pas être accusé de pratiques abusives

Alors que la direction de la concurrence de la répression et des fraudes a prévu de renforcer les contrôles dans le domaine de l'immobilier, il est primordial de respecter le code de manières qui encadre l'exercice de la profession.

Afficher les honoraires

Vos honoraires sont libres, ils doivent toutefois être portés à la connaissance du public. Et ce à deux reprises. Les honoraires TTC doivent en premier lieu être présentés dans la vitrine de l'agence. Ils doivent également être affichés en agence dans toutes les pièces où le public peut être reçu. Ce que vous risquez : Une contravention de 5ème classe, soit 1500 euros.

Vérifier les propos des vendeurs

Ne vous contentez pas des argumentaires des vendeurs. Avant de prendre un bien en portefeuille, prenez un minimum de précaution notamment en ce qui concerne la surface du bien, le montant des charges de copropriété et la fiscalité locale (taxes foncières et/ou d'habitation).

Ce que vous risquez : Si vous rédigez une annonce sans vérifier les informations communiquées par le vendeur, vous pouvez être accusé de publicité mensongère.

Gardez votre carte professionnelle à portée de main

Votre carte professionnelle dont le numéro doit figurer sur tous les documents de l'agence, doit être à portée de main. En cas de contrôles de la dgccrf, vous devez être capable de la présenter sur le champ à votre interlocuteur.

Ce que vous risquez : Jusqu'à 6 mois d'emprisonnement et 7500 euros d'amendes, si vous dirigez une agence sans déclaration en préfecture ou si vous ne possédez pas de carte professionnelle. Le double en cas de récidive.

Afficher la garantie professionnelle

Un agent immobilier doit justifier d'une assurance contre les conséquences financières de la responsabilité civile qu'il peut encourir dans le cadre de son activité. Outre le numéro de votre carte professionnelle, le montant de la garantie financière, le nom et les coordonnées de votre organisme de garantie doivent être affichés et visibles du public.

Ce que vous risquez : Jusqu'à 6 mois d'emprisonnement et 7500 euros d'amendes, si vous dirigez une agence sans déclaration en préfecture ou si vous ne possédez pas de carte professionnelle.

Inscrire tous les biens proposés dans les registres des mandats

Vous devez tenir un registre des mandats dans lequel vous inscrivez toutes les affaires que vous proposez à la vente. Tous les biens doivent y figurer. En cas de contrôle, ce registre doit pouvoir être présenté au représentant de la dgccrf.

Ce que vous risquez : En l'absence de mandat, chaque publicité mensongère est passible de deux années d'emprisonnement et de 37500 euros d'amendes, assorti d'une interdiction d'exercer.

Indiquer les prix TTC, honoraires inclus.

Si vous faites le choix d'indiquer le prix du bien dans votre annonce, vous devez suivre la réglementation. Autrement dit, préciser le prix global qui sera payé par l'acquéreur, incluant donc le montant des honoraires TTC que vous percevrez. Pour la location vous devez aussi afficher le montant des honoraires TTC en euros.

Ce que vous risquez : Une contravention de 5ème classe, soit 1500 euros par annonce défaillante.

Renseigner correctement les portails internet

Outre les règles énoncées ci-dessus, les petites annonces publiées sur internet doivent également mentionner l'adresse de l'agence, son numéro

RCS et son siège social.

Ce que vous risquez : Une contravention de 5ème classe, soit 1500 euros par annonce défaillante.

Solliciter votre organisation professionnelle

Vous avez des doutes sur la marche à suivre ? Pour être certain d'exercer vos responsabilités professionnelles en bonne et due forme, prenez conseil auprès de votre syndicat professionnel ou le cas échéant auprès de votre franchiseur. Vous pouvez également vous rapprocher de la direction départementale de la concurrence de la répression et des fraudes (généralement à la préfecture).

Payer vos amendes rubis sur l'ongle

Vous avez été épinglé suite à un contrôle de la dgccrf ? Rectifiez le tir, et adaptez vos pratiques à la réglementation en vigueur au plus vite. S'ils peuvent être indulgents lors d'un premier contrôle, sachez que les agents de la répression des fraudes sont intraitables en cas de récidive.

Dans tous les cas, si vous écoutez d'une amende payez la cash. Cela vous épargnera les poursuites du parquet.

Mettez vous à la place de vos clients

Ne perdez pas de vue que la réglementation vise à protéger vos clients, les consommateurs, des abus de certains professionnels. De la rédaction de la petite annonce à paraître dans la presse spécialisée ou sur internet, à l'aménagement de votre vitrine ou de votre agence, tout doit être mis en place pour améliorer la transparence. La qualité des informations que vous lui communiquez doit être irréprochable.

L'immobilier vu du ciel



Techniquement spectaculaire, le principe de la géolocalisation des biens immobiliers est plébiscité par les internautes. De nombreux portails et réseaux proposent ce service. Mais, si l'information s'avère précieuse pour le futur acquéreur, les agents de leur côté ne communiquent qu'avec la plus grande prudence les coordonnées précises des biens. Explications.

Grâce aux techniques de géolocalisation, un internaute – acheteur, agent immobilier, réseau – peut visualiser un bien immobilier sur une carte. Une fonctionnalité nouvelle et de plus en plus demandée par les utilisateurs.

« Ces nouvelles technologies reçoivent les suffrages des utilisateurs et la demande exige que ces outils soient disponibles sur les sites immobiliers des particuliers », estime Jean-Fabrice Mathieu, directeur général du Groupe SeLoger. L'internaute peut se déplacer sur la représentation cartographique comme dans le monde réel et les éditeurs de système de cartographie enrichissent toujours plus une offre qui permet d'accéder à une base très riche d'informations et de services de proximité.

Un outil qui, selon Laurent Vimont, vice-président de Century 21, est appréciable quand il donne un type d'information supplémentaire qui vient compléter le descriptif

du bien. Les démarches de recherche de biens immobiliers s'avèrent pour les internautes plus simples et plus fluides. Cela ne révolutionne pas pour autant les comportements d'achat. Internet est seulement un outil, tout dépend aussi des motivations du candidat à l'acquisition et de sa relation avec les technologies.



Jean-Fabrice Mathieu

Directeur Général du portail SeLoger.com

“ La demande exige la géolocalisation. Sur les sites de particuliers, il y a moins de biens mais leurs annonces sont plus riches. Elles contiennent plus de photos et d'éléments parlants, et en particulier elles offrent une option de géolocalisation extrêmement précise du bien. On peut difficilement échapper au sens de l'histoire. Il faut l'adresse pour calculer les coordonnées x et y et, selon les zones, on peut exploiter et satisfaire les deux attentes en affectant le bien à un métro ou bien à un quartier dans une zone urbaine. ”

Les avantages pour l'acquéreur

Il n'empêche que la géolocalisation peut représenter une véritable opportunité pour le secteur de l'immobilier. La souplesse du système de recherche, la précision des représentations et la nature continue de l'information diffusée

Vous voulez augmenter vos ventes ?

annoncesjaunes.fr est présent sur pagesjaunes.fr
1,7 million de visiteurs⁽¹⁾ par jour

Qu'attendez-vous ?



**Diffusez vos annonces
GRATUITEMENT***
sur annoncesjaunes.fr !

*Offre valable jusqu'au 31/12/07, 3 premiers mois gratuits,
nombre d'annonces illimité, durée minimum d'engagement de 6 mois.

Service Client
du lundi au vendredi de 9h à 18h

N°Azur 0 810 136 136

PRIX APPEL LOCAL

servicepro@annoncesjaunes.fr



Tous les biens immobiliers ont leur place.
Avec **annoncesjaunes.fr**, les petites annonces deviennent **GRANDES**



annoncesjaunes.fr

facilitent le travail d'un internaute à la recherche d'un bien. Comme le remarque Jean-Fabrice Mathieu, «les internautes demandent cette recherche. Ils vont se servir de plus en plus des cartes et si nous ne sommes pas capables de répondre à leurs attentes notre visibilité risque de se dégrader.»

Une fois le bien localisé, le système affiche les bâtiments administratifs, et les informations de proximité, restaurants, hôtels, commerces, écoles, etc. Des renseignements précieux pour le futur acquéreur. «Lorsque nous avons conçu notre offre, nous avons essayé de l'imaginer avec une valeur ajoutée supplémentaire pour les internautes. On s'est demandé ce qui manquait aux sites français. Notre réponse a été la localisation qui reprend des informations sur les quartiers plutôt que la géolocalisation qui est un positionnement purement géographique. Nous avons créé notre offre en fonction des futurs clients en proposant des informations sur le quartier», explique Isabelle Moins, directrice générale du site Annonces Jaunes.

Des freins réels chez les agents immobiliers ?

Si le principe de la géolocalisation est séduisant, la diffusion d'informations trop précises concernant les biens inquiète les agences. «Même si les attentes des internautes sont très fortes, elles s'opposent aux risques de détournement des mandats par des agents peu scrupuleux et au risque



Laurent Vimont

Vice-Président du réseau Century 21

«Aucun acheteur ne fait l'acquisition d'un bien sur la simple géolocalisation. Entre la demande d'origine et l'acte d'achat il y a souvent un décalage. Il ne faut pas seulement proposer le bien attendu mais comprendre les attentes et guider l'acheteur vers des catégories qu'il n'a pas imaginé. Un achat immobilier repose sur une équation dont les paramètres sont le budget, le rêve et la réalité. Le principe de la géolocalisation peut être très réducteur... Intellectuellement c'est séduisant, techniquement c'est spectaculaire, mais je ne suis pas sûr que cela corresponde toujours à quelque chose d'efficace.»

de voir les particuliers démarcher directement les propriétaires», remarque Laurent Vimont. Une position partagée par Julien Kourotchkin, responsable de la communication du réseau coopératif L'Adresse, qui connaît bien les interrogations de ses partenaires. «Nous avons un projet de géolocalisation pour notre site internet mais nous nous heurtons aux réticences de professionnels qui ne veulent pas que l'on sache précisément où sont situés leurs biens.» Pour l'agence le mandat, simple ou exclusif, est en effet le nerf de la guerre. «Surtout dans une situation de marché où les délais de commercialisation s'allongent et peuvent dépasser trois mois», constate Jean-Fabrice Mathieu. Une objection unanime soulevée par les professionnels interrogés : comment diffuser sur un portail ou sur le site du réseau une information aussi stratégique sans risquer de perdre son mandat ?



Julien Kourotchkin

Responsable de la Communication du réseau coopératif, L'Adresse

«Sur le modèle américain, qui donne à l'internaute les coordonnées d'une large gamme de services connexes, nous voulons intégrer ces technologies de géolocalisation. Pour le mandat simple notre but serait d'avoir une approche plus générique sur la commune ou sur le quartier dans lequel se trouve le bien. Nous souhaitons localiser sur le site web de L'Adresse le réseau d'agences sur une carte pour créer des zones de chalandise. La géolocalisation permet par ailleurs, de donner une meilleure visibilité du secteur pour une agence. Cela peut être possible en indiquant par exemple la densité des biens, l'ensemble des services sur une même zone et en communiquant les coordonnées de nos éventuels partenaires.»

La géolocalisation à usage interne

Or, ne voir dans la géolocalisation que des dangers, c'est négliger certaines de ses applications. «Pour les agents immobiliers, la géolocalisation peut servir en interne dans le cadre du travail en inter-cabinet. Les agences peuvent alors localiser plus facilement les biens dont les mandats ont été entrés par les confrères», note Valentin Andreae chez Périclès. Les réseaux qui regroupent un nombre élevé d'agences sont demandeurs d'outils leur permettant d'avoir une vision géographique globale de la répartition de l'offre et de la demande. Dans le cadre d'un usage interne, la question de la confidentialité ne se pose pas. Des attentes bien perçues par les éditeurs de logiciels tels Périclès ou Naxos qui ont commencé à intégrer ces technologies.

Tendances et adaptations

Dans ce contexte, les professionnels s'organisent et cherchent des solutions satisfaisantes pour sortir du lot et lutter contre le marché des particuliers. Une réponse du portail SeLogger.com est de « proposer aux agences de renseigner soit le métro soit le quartier ou les centres d'intérêts. C'est un pas en avant si elles veulent sortir du lot et lutter contre le marché des particuliers.» Chez Annonces Jaunes, portail lancé il y a à peine un an, l'offre a été pensée « en restant à l'écoute des besoins des agences. Nous ne

proposons pas une géolocalisation précise mais une localisation par quartier qui dépend de la densité de la population pour préserver la confidentialité du mandat. » Une approche métier qui s'apparente à celle de Naxos dont les produits permettent «de brouiller de manière manuelle ou aléatoire la situation du bien sur la base d'un seuil qui dépend de sa localisation, précise Thierry Rouxel, directeur du développement de Naxos. SeLogger a réalisé pour sa part et pour une cinquantaine de villes de France, un « mapping » des quartiers qui se trouve sur l'interface professionnelle de leur portail. Pour Laurent Vimont de Century 21, une des clés « serait la hausse des mandats exclusifs via les fichiers de la FFIP ou de fichiers communs inter-agences. » Différentes approches qui devraient combler les attentes associées à cette jeune technologie. Une fois ces freins levés, la cartographie devrait néanmoins se développer sous l'impulsion notamment de professionnel soucieux d'apporter une qualité de services accrue à leurs clients.

Pascal Kinsbourg

Le modèle US de la géolocalisation

En France, l'usage de la géolocalisation se développe dans un contexte de marché atomisé avec très peu de fichiers communs. «On est loin de la maturité technique atteinte aux USA où les services offerts permettent à l'acquéreur de mieux préparer son achat», affirme Valentin Andreae, chez Péricles. Aux Etats-Unis – où le mandat exclusif est la règle – les agents fournissent les adresses des biens et l'internaute peut ainsi passer sans interruption dans sa

recherche de la représentation cartographique, à la fiche détaillée du bien puis aux photos et enfin à la visite virtuelle et au site corporate de l'agence ou du réseau immobilier. Les bases cartographiques sont connectées aux bases administratives et fiscales et le système peut calculer l'équivalent de la taxe d'habitation ou de la taxe foncière. Des services qui peuvent être déclinés à l'infini.



Isabelle Moins
Directrice Générale Annonces Jaunes

« Chez nous, la localisation reste une option pour nos clients. Pour préserver la confidentialité du mandat, nous ne proposons pas une géolocalisation précise mais une localisation par quartier qui dépend de la densité de la population. »

Rejoignez ■■■ l'accélérateur de transactions



Chaque agence du réseau est indépendamment et financièrement indépendante.
Crédit photo : © BrandPictures/DigDias. Design : www.viabna.com

**Accélérateur ■■■
de transactions**



400 agences en France ; 1500 agences en Europe ; la puissance d'une marque internationale ; une convivialité préservée.

ERA FRANCE 42 bis rue Berthier - 78000 Versailles Tel. 01 39 24 69 00

www.erafrance.com
developpement@erafrance.com



Contrats de syndic, la liberté n'a pas de prix !

A l'heure où les pouvoirs publics prônent plus de transparence pour les syndics, la profession devrait en profiter pour revoir ses pratiques et redorer son blason. Le point de vue de Bernard Charluet, consultant formateur.



Le Conseil national de la consommation (CNC) a émis, le 27 septembre dernier, un avis sur « l'amélioration de la transparence tarifaire des prestations des syndics de copropriété », fixant un cadre aux contrats de syndics et une liste des prestations relevant normalement de la gestion courante. Mais au-delà de cet avis, c'est toute l'attitude des syndics qui est à revoir. Cet avis du 27 septembre, entérine les travaux confiés à un groupe de travail composé de représentants des professionnels et des associations de consommateurs, sous la responsabilité de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Ce travail s'est inscrit dans la lignée de travaux déjà menés par la Commission des clauses abusives en 1996 et le Conseil national de la consommation en 1997, mais les avis émis à l'époque n'avaient pas reçu les suites espérées...

Des contrats encore flous

Le contrat de syndic est un élément essentiel du choix, par l'assemblée

générale des copropriétaires, de leur représentant légal. Or, les contrats ne sont soumis à aucune norme et les copropriétaires ont beaucoup de difficultés à comparer les prestations et leurs coûts proposés par quelques 12 000 cabinets de syndics en France. Et même si on observe depuis plusieurs années un mouvement de concentrations autour de groupes connus (Foncia, Lamy, Urbania, Citya...), les comparaisons n'en ont pas été facilitées.

A cette difficulté s'ajoute le « mélange » opéré par les syndics entre les prestations qui relèvent de la gestion courante - dont les honoraires forfaitaires sont votés en assemblée générale et connus à l'avance des copropriétaires - et celles qui relèvent des prestations particulières dont la prévision est très aléatoire. Certains syndics n'hésitant pas à limiter les honoraires de gestion courante pour s'attirer les faveurs des copropriétaires, se rattrapant au fil de l'année sur les facturations des prestations particulières.

Aujourd'hui, cet avis du Conseil national de la consommation fixe une liste des prestations qui doivent entrer dans la gestion courante. Il faut reconnaître que cette liste ne

diffère pas fondamentalement de celle qui figurait déjà dans l'avis de 1997 du même organisme... et les associations de consommateurs ont beau jeu de faire valoir que ce nouvel avis risque d'être aussi peu suivi que le précédent ! Sauf que la conclusion du nouvel avis met les syndics devant leurs responsabilités : la DGCCRF fera, fin 2008, un bilan de l'application de l'avis et, en cas de non respect, le ministre publiera un arrêté de publicité des prix !

À la recherche de la rentabilité perdue

Il est certain que l'activité de syndic de copropriété est nettement moins rentable que les autres métiers de l'immobilier (transaction et gérance locative notamment) et ne dégage que de très faibles marges. Les frais de personnel y sont plus élevés, notamment à cause de la charge de travail et des horaires « extensibles » des assemblées générales tardives et des nombreuses réunions avec les conseils syndicaux.

Et, de plus, les syndics ne facturent souvent qu'une partie des honoraires

qui leur sont normalement dus au regard de leurs contrats. La charge de travail, la gestion difficile des emplois du temps, la pression des conseils syndicaux, en sont responsables. La crainte aussi de se voir mis en concurrence. Mais un syndicat de copropriétaires ne quitte pas un syndic parce qu'il est cher. On change de syndic quand on estime qu'il ne remplit pas correctement sa mission, autrement dit, qu'il ne fait pas son travail, ce qui est différent. On observe aussi, depuis plus de dix ans, une charge de travail qui s'intensifie sous l'action prolifique du législateur – diagnostics obligatoires, carnet d'entretien, protection du personnel, nouvelles règles comptables...- autant de nouvelles tâches pour lesquelles les syndics n'ont pas réévalué sensiblement leurs honoraires.

Et si le courage était au rendez-vous ?

Depuis quelques années, la pression d'associations de consommateurs est plus pesante et l'on observe que les syndics font «profil bas». Ces derniers sont constamment sur la

défensive devant des critiques venant le plus souvent de personnes sans discernement et qui n'ont aucune connaissance «pratique» du métier. Ce métier est complexe, il demande beaucoup de qualités, de connaissances, de courage, d'abnégation...mais qui met en lumière la valeur de ces femmes et de ces hommes ? Ils sont confrontés quotidiennement aux syndicats de copropriétaires qui sont, chacun, une représentation miniature de notre société avec tout ce qu'elle porte d'intérêt mais aussi de désagréments...dans les relations humaines.

Ces hommes et femmes méritent beaucoup mieux que le silence assourdissant uniquement interrompu par des critiques. Qui osera un jour prendre une position courageuse pour valoriser ce métier et ceux qui le pratiquent ? Pour le faire rémunérer à son juste prix ?

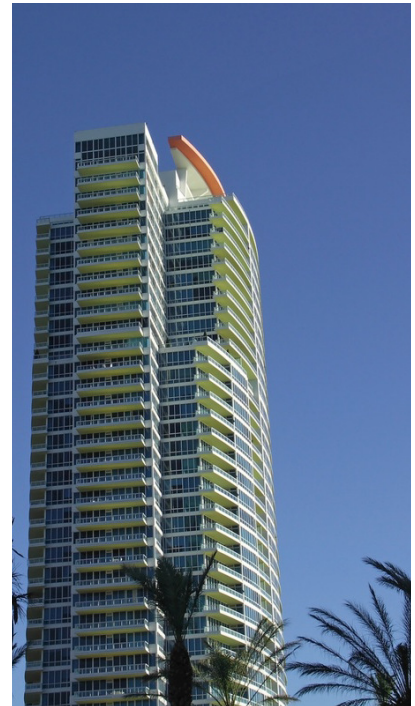
Et si cet avis du Conseil national de la consommation, qui se doit d'être respecté, était l'occasion à saisir par les syndics pour enfin redéfinir le périmètre de leurs relations avec les copropriétaires, se recentrer sur le cœur de leur métier et de leur mission, valoriser et positiver leur

action, et redéfinir le vrai prix de leurs prestations. Et préserver ainsi cette liberté des prix et de la concurrence qu'il serait irresponsable d'aliéner.

Bernard CHARLUET

Consultant-Formateur

bcharluet@ascendimmo.fr





Ouvrez votre agence immobilière ✧
certifiée Guy Hoquet !



www.guy-hoquet.com

Depuis plus de dix ans, 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 repose sur la **qualité des équipes et des services** qui vous accompagnent

1^{er} franchiseur
immobilier national
certifié
Norme ISO 9001

- Un **service développement** certifié Norme ISO 9001
- Une **formation créateurs & continue** certifiée Norme ISO 9001
- Une **animation réelle & efficace** certifiée Norme ISO 9001
- Un **service marketing performant** certifié Norme ISO 9001
- Un **service achats performant** certifié Norme ISO 9001

au quotidien. Réflexion, formation, ouverture et succès de votre agence GUY HOQUET, nous sommes **présents à vos côtés** dans toutes vos démarches. De nombreuses opportunités d'implantation dans un marché immobilier performant s'offrent à vous.

SA Guy Hoquet l'Immobilier
1 Quai de Grenelle
75015 PARIS
fax : 01 45 71 62 21
accueilweb@guy-hoquet.com

Contactez-nous !
N°Azur 0811 740 024
• Prix d'un appel local •

Du projet vers la réussite, Guy Hoquet l'Immobilier...

Adhérent 

Graphisme : Service Marketing / Communication Guy Hoquet Immobilier

-  **Se Loger** 0826 622 236 2ème couv.
info-pub@pressimmo.com
-  **Immo'Flash** 01 41 32 38 70 p5
contact@immo-flash.com
-  **Swixim** 0810 800 100 p7
accueil@swixim.ch
-  **In&Fi** Crédits 01 34 57 20 05 p8
contact@inandfi.fr
-  **Logicimmo**
01 47 30 57 88 p11
-  **L'Adresse** 01 64 53 83 83 p12
expansion@ladresse.com
-  **Ouest France** 02 99 32 50 78 p15
l.vilboux@precom-multimedia.com
-  **RE/MAX** 04 97 02 80 80 p17
developpement@remax.fr
-  **MBM** 0810 38 95 24 p19
info@mbm-gestion.fr
-  **Paru Vendu** p21
0810 155 810
-  **Direct Annonces** 01 45 72 92 00 p23
contact@directannonces.com

-  **Webgenery Solutions**
0820 309 054 - info@webgenery.com p25
-  **Image Dynamique**
0810 120 685 p27
-  **Agence des Batignolles**
01 44 90 03 94 p28
-  **Pages Jaunes** 0810 136 136 p31
servicepro@annoncesjaunes.fr
-  **Era Immobilier** p33
01 39 24 69 00 developpement@erafrance.com
-  **Guy Hoquet l'Immobilier**
0811 740 024 p35
accueilweb@guy-hoquet.com
-  **Attik Images** 04 91 40 53 95 p38
contact@attikimages.com
-  **CBI** 04 90 16 94 84 p38
benoit.troubat@cbi-troubat.com
-  **Eric Mey Developpement**
0825 004 124 g.eymeric@eric-mey.com p38
-  **Periclès** 0810 0810 00 3è couv.
contact@pericles.fr
-  **Saccap** 0810 813 030 4è couv.
info-pub@pressimmo.com



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



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

Bernard Charluet
Consultant formateur
06 60 63 40 70 - bcharluet@coproprietaire.fr



Michel Mouillart - Professeur d'Economie à l'Université de Paris X-Nanterre
michel@mouillart.fr



Médias et Services pour l'Immobilier



Le Groupe SeLoger.com, n° 1 de l'immobilier sur Internet (coté en Bourse depuis décembre 2006), est devenu le média de référence pour les internautes en recherche de logement, les agents immobiliers, les promoteurs et les annonceurs de l'habitat.

Il regroupe aujourd'hui 3 sites immobiliers leaders : SeLoger.com, ImmoStreet.com et SeLogerNeuf.com associés aux sites majeurs de ses partenaires exclusifs en France (MSN, Yahoo !, TF1.fr, LeMonde.fr, AOL, Alice...) ainsi qu'aux principaux sites immobiliers européens (Casa.it, Expocasa.com, Immostreet.ch, Immowelt.de, propertyfinder.co.uk, Vebra.com).

Dans le cadre de notre forte croissance et du développement de nos activités, nous recherchons :

- ✓ Des commerciaux sédentaires (basés à Paris)
- ✓ Un(e) commercial(e) terrain Région Est
- ✓ Un(e) commercial(e) terrain Région Languedoc-Roussillon
- ✓ Un(e) commercial(e) terrain Région Rhône-Alpes
- ✓ Un(e) commercial(e) terrain Région IDF Ouest

Nous recrutons

Pour avoir plus de détails sur ces postes, consultez l'espace emploi sur notre site SeLoger.com à l'adresse suivante :

<http://www.seloger.com/slemploi/erubr.htm>

Envoyez votre candidature complète – CV + lettre de motivation – à candidature@seloger.com

attik
IMAGES

> AU SERVICE DE VOS PROGRAMMES NEUFS!
- Illustrations - Images de synthèse
- Films d'animation

Un programme neuf à **COMMERCIALISER**
Une image pour le **REPRÉSENTER**

Offre exceptionnelle*
-10%
Sur votre première commande

Tél. : 04 91 40 53 95
Port. : 06 22 34 71 76
www.attik-images.fr

WEBGENERY

Créateur de Solutions Internet Globales dans le Domaine de l'Immobilier recherche plusieurs collaborateurs :

**Un Intégrateur PHP My SQL
Gestionnaire hot line h/f**

Vous effectuerez la mise en place de sites internet déjà maquetés et prendrez en charge la mise en oeuvre de bases de données.

Vous aurez aussi la charge de la hot line technique. Vous maîtrisez les configurations de messagerie.

Connaissance de :
HTML PHP MYSQL/ Javascript / Dreamweaver / Photoshop.

Plusieurs Agents Commerciaux en région

Agents Commerciaux Indépendants par région, fort pourcentage de commissions.

Formation et assistance assurées, connaissance Internet impérative et connaissance du secteur de l'immobilier un vrai plus.

Postes à pourvoir rapidement.

Envoyer CV à :
225 Route des Prés Rollier, ZAE de Bromines Est
74330 SILLINGY - Tél. 0820 309 054
info@webgenery.com

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

GROUPE ERIC MEY
Groupe immobilier national fondé en 1947

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

C.B.I

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

CBI TROUBAT
358, allée des Chênes
30650 ROCHEFORT du GARD
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

Périclès

5500
AGENCES
ÉQUIPÉES

LA RÉFÉRENCE DES LOGICIELS EN TRANSACTION IMMOBILIÈRE



Êtes-vous certain que votre suivi clients est à la hauteur de votre dynamisme commercial ?

*Périclès.net, les outils du quotidien pour optimiser
votre relation client*

- Création et envoi automatique de sélection d'affaires par email,
- Envoi de "Flash Info" nouveau produit par SMS,
- Enrichissement systématique des historiques à l'issue des actions commerciales,
- Optimisation des bases de données par auto-archivage en continu,
- Génération simplifiée des compte-rendus d'activités vendeurs par email.

contact@pericles.fr

 **N°Azur 0810 0810 00**

PRIX D'APPEL LOCAL

Périclès
www.pericles.fr

L'informatique au service de l'immobilier.

> Garantie revente • Garantie des loyers impayés

Assurer l'immobilier, c'est notre métier.



Contrats en ligne : www.capim.fr

La garantie revente et le contrat loyers impayés : l'un sécurise vos acheteurs de biens immobiliers, l'autre vos propriétaires bailleurs. **CAPIM**, département des professions immobilières de SACAPP Assureurs, **créateur de solutions nouvelles.**

