

Le Journal de l'Agence

L'information pratique des professions immobilières

#06

DOSSIERS

La France Championne du Monde de la Copropriété (2ème partie)

Le point sur la concentration de l'administration de biens

Les résidences secondaires

De nouvelles opportunités de développement pour les
agences immobilières



A 100% pour vous !

- ✓ Diffusion d'annonces immobilières
- ✓ Création de sites
- ✓ Référencement
- ✓ Campagnes publicitaires Internet



Médias et Services exclusivement réservés
aux Professionnels de l'Immobilier



Edito

Avec l'été tout proche, voici le numéro 6 du Journal de l'Agence consacré principalement au marché des résidences secondaires.

Ce marché est en devenir, au fur et à mesure du départ en retraite des générations du baby-boom et de l'arrivée d'acheteurs attirés par les si nombreux atouts de notre pays. Première puissance touristique au monde, la France voit défiler, devant les vitrines réelles ou internet de ses agences immobilières, 75 millions de touristes par an, soit nettement plus que notre population. Et nombre d'entre eux sont tellement attirés par nos provinces qu'ils apprennent notre langue, visitent, à Londres, à Dublin ou à Francfort, des salons consacrés à l'immobilier français où exposent...peu d'agents immobiliers français !

Le marché nous semble rester trop méconnu et surtout sous-exploité par les professionnels de l'immobilier. Pourquoi, par exemple, les professionnels n'offrent-ils pas plus à leur clientèle des réservations de logements saisonniers et délaissent-ils le marché au profit du particulier ou des « Gîtes de France » ? Il y a là pourtant des produits récurrents qu'ils pourraient réaliser en contrepartie d'investissements très modestes, notamment grâce à des solutions internet. De plus, le développement des fichiers communs de type MLS (si vous avez oublié ce que c'est, connectez vous sur notre site internet !) devrait offrir des opportunités de ventes en inter-cabinets, y compris dans les zones urbaines non touristiques !

Notre dossier « résidences secondaires » vous propose un parcours aussi complet que possible de ce marché en cherchant surtout à vous ouvrir de nouvelles pistes de développement.

Vous retrouverez les rubriques « habituelles » de votre Journal de l'Agence (juridique, métier, techno) et la deuxième partie de notre dossier « la France, championne du monde de la copropriété ».

Le Journal de l'Agence est, rappelons-le, indépendant de tout groupe immobilier, organisation professionnelle, société de services : il est détenu par des personnes physiques avec, au premier rang, votre serviteur. Et nous avons encore franchi un nouveau cap : plus d'un million de pages internet lues depuis son lancement. Chaque jour, de 5 à 15 000 pages (notre record) sont lues, ce qui correspond à un nombre de lecteur quotidien, en moyenne, de près de 1 000 !

Ces chiffres ont été atteints sans publicité et avec un contenu uniquement destiné aux professionnels. Nous en sommes très fiers et, en vous remerciant pour votre confiance, nous vous souhaitons une excellente lecture de votre numéro 6.

Alain Silverston
Rédacteur en Chef

Sommaire

04. Actualités :

Les news de l'immobilier

06. Actions commerciales :

Location saisonnière : comment optimiser la fréquentation de votre parc locatif ?

10. Dossier immobilier :

Les résidences secondaires : de nouvelles opportunités de développement pour les agences immobilières

14. Métier :

Assurer la formation des gardiens d'immeuble, cela paie !

15. Les cahiers de l'A.D.B.

La France Championne du Monde de la Copropriété (2ème partie) :
Le point sur la concentration de l'administration de biens

20. Législation :

L'assurance carence de M.R.H :
la garantie des responsabilités des locataires non assurés

22. Technologie et Internet :

Technologie 3 G : le Haut Débit Mobile

28. Le courrier des lecteurs

30. Agenda et petites annonces

JDA Editions - 17 rue de Choiseul - 75002 PARIS

Contact : info@journaldelagence.com

Directeur : Yves MACE - Assistante : Sandrine Prete

Directeur de la rédaction : Alain Silverston

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

Imprimerie : Atlantique Graphic

Crédit photos : www.mon-immeuble.com

Publicité : idahan@journaldelagence.com

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

Vous pouvez vous abonner au

Journal de l'Agence par internet sur le site

www.journaldelagence.com

Le retour des chambres de bonne

Dans le cadre du projet de loi sur les services à la personne, le gouvernement présentera le 25 mai en conseil des ministres un article autorisant la location des chambres de bonne de moins de 9 m².

Des réformes touchant le logement et sa construction

Le gouvernement Raffarin vient de communiquer un certain nombre de réformes touchant le logement et sa construction. Citons notamment la réforme proposée du Permis de Construire que l'on peut trouver sur : <http://www.urbanisme.equipement.gouv.fr/alaune/dossiers/pdf/reformepc.pdf>, la création d'une maison à 100 000 euros, pour les ménages les plus modestes, un nouveau projet de simplification de la Loi Hoguet. Toutefois, à l'heure où nous mettons sous presse, les jours dudit gouvernement semblent comptés. On peut en déduire que, s'ils sont maintenus, ces projets seront vraisemblablement retardés.

Est-il possible de créer un Guide Michelin (ou Gault et Millau) des agences immobilières ?

R.M. Couder répond oui. Depuis sa base du Vaucluse, il sillonne actuellement la France des agences immobilières et a déjà parcouru 38 départements et sélectionné 100 agences.

Quels sont ses critères de sélection : pour toute information, rendez-vous directement sur le Guide Couder : www.guidecouder.com.

LeSiteImmobilier fait peau neuve

LeSiteImmobilier fait peau neuve avec un environnement de recherche plus convivial permettant aux internautes d'accéder très simplement aux 250 000 annonces sur son site (www.lesiteimmobilier.com).

ImmoStreet devient le premier portail immobilier européen

De son côté, ImmoStreet n'est pas en reste et devient le premier portail immobilier européen, de Lille à Séville ou de Brest à Trieste avec plus de 300 000 annonces en provenance de 5 pays européens.

Un changement d'adresse en quelques clics !

Depuis le 17 mai, a été mis en ligne, par les pouvoirs publics, un site permettant d'effectuer ses changements d'adresses très simplement et en quelques clics. Ce site s'inscrit dans le cadre de la modernisation de l'Administration (Programme Adèle, Administration En Ligne). Il permet dès à présent, et très simplement, de transmettre sa nouvelle adresse (en vrac) à la CAF, à la Sécurité Sociale, à la Caisse de Retraite, aux Assedic, aux Impôts et au Service National et devrait s'étendre vite aux autres structures concernées (La Poste, EDF...) et à l'ensemble de la population.

Le site s'appelle tout naturellement : www.changement-adresse.gouv.fr



Retrouvez notre revue de presse hebdomadaire sur : www.journaldelagence.com



Alain Silverston

**Avec explorimmo.com,
offrez-vous 100% de visibilité
sur le web ...**

**...et plus de
30 millions d'internautes potentiels**

LEFIGARO.fr

Libération.fr

LExpansion.com

Vos annonces sur

explorimmo
.com L'Immobilier sur Internet

Le Monde.fr

L'EXPRESS.fr

**et sur ses sites
partenaires exclusifs**

**presse
ocean
-immo.com**

L'Étudiant

ALSACE



Pour nous contacter : e-mail : service.commercial@explorimmo.com - Tél : 01 58 44 25 25

DEMANDE D'INFORMATIONS

Nom de l'agence :

Adresse Postale :

Nom du contact :

N° Tél :

Adresse e-mail :

Coupon réponse
à renvoyer

Par Fax :
01 58 44 25 26

Par Courrier :
explorimmo.com
Service Commercial
12, rue de Presbourg
75116 Paris

Locations saisonnières

Comment optimiser la fréquentation de votre parc locatif ?



Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, je me propose de vous présenter ce qui apparaît être les « fondamentaux » pour commercialiser de manière efficace un parc d'appartements destinés à la location ; en quelque sorte « le guide du bon commercialisateur ».

Définissez une politique de mandat claire

Une commercialisation efficace doit s'appuyer sur une politique mandataire éprouvée et inscrite dans la durée. Le mandant doit avoir une vision claire du tarif public et de la part qui lui revient. Il doit pouvoir situer son bien sur le marché (cf. Construisez votre politique tarifaire). Donnez plus de souplesse tarifaire en définissant le prix public avec lui en fonction de votre grille et évitez autant que possible de vous faire imposer des prix nets. L'homogénéité de votre grille étant un gage de succès et donc de rentabilité pour votre mandant, évitez autant que possible les mandats non exclusifs qui rendent difficile la commercialisation et décourage vos partenaires commerciaux. Soignez le reporting financier pour établir une relation saine et transparente dans la durée.

La fidélisation des locataires passe d'abord par la stabilité du parc et donc la fidélisation des propriétaires !

Construisez votre politique tarifaire

Dans la période actuelle, il est indispensable « d'affûter » l'élaboration de vos tarifs de location en tenant compte des éléments suivants :

- Etude de concurrence : il convient d'adapter vos tarifs en fonction du marché local et régional (prix de loca-

tion de vos confrères dans votre station mais aussi dans les destinations proches).

- Fixation des tarifs de location : les prix doivent être établis selon des critères objectifs (saisonnalité, « remplissage » des années précédentes, statistiques disponibles).

- Mise en place de formules de séjour attrayantes : en tenant compte des courbes de fréquentation, il convient souvent de compléter les traditionnels tarifs à la semaine par des offres incitatives telles que :

- Tout Compris : il s'agit d'associer au tarif de location des prestations annexes (forfait remontées mécaniques, location de matériel, programmes d'animation et d'excursions).

- Offres promotionnelles : ponctuellement des réductions sur les tarifs de référence ou bien des prix dégressifs peuvent être proposés.

- Carte avantages : négociez avec les commerçants de votre station des réductions ou des avantages réservés à votre clientèle.

Définissez vos outils marketing et commerciaux

Vous avez à votre disposition toute une panoplie d'actions que vous pouvez entreprendre, mais qui suppose des outils adaptés permettant la diffusion de votre offre locative :

- La présentation de votre parc :

- un document en couleur sous forme de catalogue, brochure, fiche produit, recto/verso, flyers.

- un site Internet dédié à votre activité de location.

- La prospection commerciale :
 - ayez recours aux mailings et E-mailings ciblés à destination de vos anciens clients, de fichiers sélectionnés, des demandes d'informations parvenant à l'office du tourisme de votre station.
- La gestion commerciale :
 - améliorez la qualité de la gestion de vos appels téléphoniques,
 - prévoyez des documents commerciaux automatisés et personnalisés,
 - mettez en place des états statistiques réguliers et détaillés sur votre « remplissage ».
- La carte de fidélité : proposez des avantages à votre clientèle pour les fidéliser.

Pour mettre en œuvre toutes ces actions, il est évident que l'outil principal demeure votre système informatique qui doit présenter une gamme complète d'applications afin de répondre au mieux à vos attentes et besoins.

Choisissez vos partenaires commerciaux

Compte tenu des caractéristiques de votre parc, vous avez certainement besoin de vous appuyer

sur des partenaires commerciaux qui souvent sont incontournables.

En France :

Les acteurs locaux : office du tourisme, comité départemental du tourisme, comité régional du tourisme, maisons de pays.

Les autres acteurs :

- Les voyageurs
- Les réseaux d'agences de voyages
- Les autocaristes
- Les collectivités : comités d'entreprise, maires, associations, clubs.
- La grande distribution
- Les portails et les moteurs de recherche sur Internet

A l'étranger :

Utilisez la compétence des représentations de Maison de la France dans les principaux pays émetteurs de touristes en Europe. Les intermédiaires sont les mêmes qu'en France.

NB : La collaboration avec des prescripteurs apparaît comme indispensable pour assurer une fréquentation satisfaisante, en particulier dans les périodes de basse saison, même si elle implique le versement de commissions parfois élevées.



LOGIQUE

LOGICIELS POUR ADMINISTRATEURS DE BIENS

■ GÉRANCE
■ COPROPRIÉTÉ
■ INTERNET

■ ÉVÉNEMENTIEL
■ COMPTABILITÉ
■ PAIE



Implantation nationale / Reprise de fichiers /
Assistance téléphonique performante / Grand
choix d'éditions / Gestion des SCI / Lettres-
chèques banalisées / Réseaux multi-cabinets

Contactez-nous...

Offre spéciale
Le Journal de l'Agence

33, rue de l'Université - Marne la Vallée - 93191 NOISY LE GRAND CEDEX - www.logique.fr
 Tél. : 01 45 92 88 50 - Fax : 01 45 92 24 75 - E-mail : logique@wanadoo.fr

Actions commerciales

Utilisez Internet

Internet est devenu le lieu privilégié de la commercialisation de séjours et de voyage. De « Services plus » il est devenu obligatoire pour tous les opérateurs et un passage presque systématique pour les clients.

Créez bien sûr votre site à votre image et donnez un maximum d'information sur vos activités, la région, vos partenaires pour mettre en évidence votre sérieux face à des internautes qui ne savent pas qui vous êtes.

L'efficacité du site Internet repose sur la transformation presque systématique de l'intérêt du client en réservation immédiate. A ce titre la réservation en ligne est indispensable mais ne dispense pas par la suite d'établir un contact direct avec le client (téléphone, courrier).

N'hésitez pas à vous appuyer sur d'autres partenaires, sites Internet spécialisés, pour relier votre offre sur des sites à plus fortes audiences.

Si vous encaissez les acomptes en ligne, validez bien l'environnement contractuel avant de mettre en place la solution.

Soignez l'accueil, développez les services

C'est dans le bon accueil que réside la clé du succès de la satisfaction et de la fidélisation de vos locataires. Petit panier de fruit, bouteille de vin ou produits du terroir vous assureront la sympathie de vos clients. L'accueil ne s'arrête d'ailleurs pas à l'arrivée, mais nécessite une écoute durant tout le séjour.

Attention, la gestion des problèmes quotidiens (casse, insatisfaction, client difficile) est le cauchemar des gestionnaires qui considèrent souvent que la gestion de ces derniers durant le séjour ne fait pas partie de leurs attributions. Organisez la permanence et formez vos collaborateurs à l'accueil de la clientèle.

Tous les services complémentaires (restauration, locations, excursions) seront les bienvenus pour améliorer le séjour des visiteurs et votre marge au passage.

Utilisez le bon outil informatique

Pour mener à bien votre stratégie commerciale, il est indispensable de pouvoir disposer d'un logiciel performant, à la fois fiable et souple, permettant :

- d'améliorer la productivité, en intégrant l'ensemble des étapes de la commercialisation et proposant à tous les acteurs

commerciaux (responsable commercial, agent de réservation, personnel sur site) de travailler sur un système informatique conçu pour eux.

- de communiquer FACILEMENT ET EN TEMPS REEL avec tous les interlocuteurs extérieurs : office du tourisme, centrales de réservations, voyagistes etc ...

- de développer des partenariats avec des portails et des moteurs de recherche avec pour objectif d'optimiser le remplissage du produit.

Fidélisez votre équipe

Lorsque vous finissez une saison et que vous avez apporté l'entière satisfaction à vos clients, alors c'est gagné... ou presque. La fidélisation de ces derniers repose sur une bonne stabilité de l'équipe de gestion et d'accueil.

Il est difficile de trouver des collaborateurs compétents et motivés, l'improductivité engendrée par une rotation trop importante sur le métier de la location saisonnière peut être très préjudiciable. Qu'ils soient saisonniers ou permanents, votre richesse repose avant tout sur la connaissance du parc géré et de vos clients fidèles.

Gérard Gewing

Touraction

g.gewing@touraction.com

Gérard Gewing est consultant spécialiste de la commercialisation dans le domaine du tourisme et de la location saisonnière et administrateur du Syndicat National des Résidences de Tourisme.

webgeny
Communication Globale d'entreprise

**Créateur
de Sites Internet
dans l'immobilier**

- Transactions - Synchronisation Pericles
- Location
- Location saisonnière - Réservation en ligne

**Notre référencement
affiche votre présence
avant celle des autres !**

Contactez nous sur www.webgeny.com
en précisant la référence " JDA "
une promotion vous attend !

N° Indigo 0 820 309 054 0.09 € HT la minute

Votre journal à partir de **1142,00 Euros HT***

*4 pages A4, quadrichromie
20.000 exemplaires**

* Quantité minimale, 29 Euros HT le 1000 supplémentaire, hors frais de livraison.
Pour un engagement de 3 parutions dans l'année.

Vous souhaitez vous munir d'un support de communication efficace, d'un outil d'aide à la prise de mandat ?

Affirmez votre notoriété sur votre zone de chalandise !

Les avantages

Vous vous dotez d'un véritable outil de prospection sur votre zone de chalandise pour convaincre les vendeurs sur vos offres de service. Vous développez votre notoriété en

communiquant sous votre propre enseigne et vous assurez ainsi la promotion de vos biens à vendre et non ceux de vos concurrents.

Les possibilités

Intégration de votre charte graphique, logo, couleurs...

Personnalisation de la 1ère et la dernière page (éditorial, présentation agence, pré-

sentaion de l'équipe, affaire du mois...).

Participation d'un annonceur (banque, assureur,...) pour optimiser le coût de votre support.

Comment ?

Vous utilisez directement l'Interface Edition Presse d'Immo Flash pour la préparation et le transfert de vos annonces et photos en moins de 15 minutes (logiciel gratuit).

Vous réduisez au maximum le temps de publication, vous recevrez votre journal sous 5-6 jours.

Contactez-nous !

Tél : 01 41 32 38 70

Site : www.immo-flash.com

E.mail : contact@immo-flash.com

Immo'flash - Sarl au capital de 10.000 Euros - 53, rue Baudin - 93200 Levallois - Pérret

Les résidences secondaires

Les résidences secondaires : de nouvelles opportunités de développement pour les agences immobilières



Devinette. Quel point commun y a-t-il entre :

un Château au Centre de la France,
un studio à Paris occupé quatre jours par semaine par un cadre provincial muté au siège de son entreprise,
une fermette du Périgord habité l'été par une famille hollandaise et ses amis (ou locataires) et un studio-cabine à La Grande-Motte ?

Apparemment pas grand-chose, à part que ces quatre propriétés sont considérées par l'INSEE et le Ministère des Finances comme des résidences secondaires.

A l'approche des grandes vacances, nous avons imaginé vous conduire sur la route de la Résidence Secondaire et des différents marchés qu'ils représentent pour vous, professionnels de l'immobilier : ventes, gestion et location saisonnière à la mer, à la montagne ou à la campagne.

N'oublions pas que notre pays est le pays le plus visité au monde : 75 millions de personnes l'ont visité en 2004. En terme de recettes, avec 28 milliards d'euros de recettes, la France est au troisième rang mondial après les Etats-Unis et l'Espagne (chiffres 2003).

Mais surprise, cette route est peu balisée et nous allons chercher à la

tracer dans un terrain à peu près vierge d'études et d'informations.

Après avoir décrit les marchés de la résidence secondaire, en France, le profil des acheteurs, l'organisation des professionnels, **nous vous présenterons les résultats d'une étude exclusive SVI pour le Journal de l'Agence** réalisée auprès de 80 confrères : comment travaillent-ils ces marchés ? Ce qui nous permettra de proposer plusieurs solutions permettant aux agences d'accroître leur offre de services et de développer leur chiffre d'affaires.



Résidence secondaire, la définition officielle.

Pour l'INSEE, une résidence secondaire est « un logement utilisé pour les week-ends, les loisirs ou les vacances. Les logements meublés loués (ou à louer) pour des séjours touristiques sont également classés en résidences secondaires ». Mais cette définition ne prend pas en compte les appartements parisiens occupés du mardi au jeudi par des cadres, ni les résidences occupées une grande partie de l'année par des hollandais ou des anglais !

Le tableau ci-dessous retrace l'évolution récente des résidences principales et secondaires ainsi que des logements vacants.

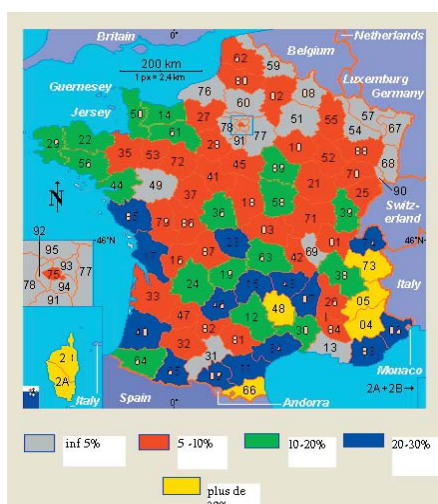
	1990	2000	2001	2002	2003	Evolution 2003/1990
Résidences principales	22 015	24 686	24 953	25 248	25 541	+ 16 %
Individuel	12 666	14 149	14 271	14 365	14 464	+ 14,2 %
Collectif	9 349	10 537	10 682	10 883	11 077	+ 18,5 %
Logements vacants	1 941	2 065	2 076	2 093	2 093	+ 7,8 %
Individuel	1 036	969	996	1 096	1 096	+ 5,8 %
Collectif	905	1 096	1 079	997	997	+ 10,2 %
Résidences secondaires	2 837	2 949	2 976	3 036	3 036	+ 7 %
Individuel	1 750	1 834	1 868	1 927	1 985	+ 13,4 %
Collectif	1 086	1 115	1 108	1 079	1 052	- 3,1 %
Parc de logement total	26 792	29 699	30 005	30 337	30 669	+ 14,5 %
Individuel	15 452	16 952	17 136	17 337	17 544	+ 13,5 %
Collectif	11 340	12 748	12 869	13 001	13 125	+ 15,7 %

Source : INSEE

- 1 Les résidences secondaires représentent environ 10% du parc total de logements en France métropolitaine,
- 2 Depuis le début des années 1990, le nombre des résidences secondaires a progressé nettement moins vite (+7%) que celui des résidences principales (+16%),
- 3 On note même que le nombre d'appartements utilisés comme résidence secondaire recule du fait, vrai semblablement, d'une conversion de ces logements en...résidences principales.

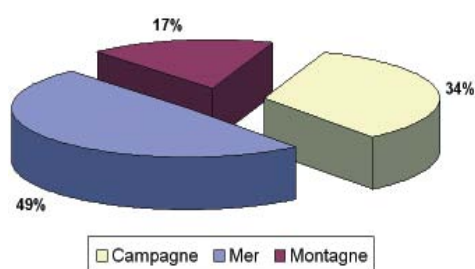
Où trouve-t-on surtout les résidences secondaires ?

On les trouve d'abord au soleil, le trio de tête des départements français avec le plus grand nombre de résidences secondaires étant constitué, dans l'ordre, du Var (avec 158.000 résidences secondaires), des Alpes-Maritimes (146.000) et de l'Hérault (112.000). Viennent ensuite la Savoie (103.000), la Haute-Savoie (99.000), la Vendée (95.000), les Pyrénées-Orientales (85.000). Toutefois, la surprise est de trouver en huitième position de ce classement....Paris avec 75.000 résidences secondaires recensées !



Le classement des départements selon le poids des résidences secondaires sur le total du parc est très différent. Avec 45,5% du total, les Hautes-Alpes arrivent loin devant, suivies, dans l'ordre, de la Savoie (38,2%), des Alpes de Haute-Provence et de la Corse du Sud (35,2%). Dans ce classement, le Var figure en 10ème position avec 27,4% de son parc.

Enfin, quelle est la répartition entre mer, montagne ou campagne ? Comme il n'existe pas, à notre connaissance de statistiques sur cette répartition, nous avons retenu la dominante de chaque département concerné. C'est la mer qui domine nettement.



Combien de ventes de résidences secondaires par an ?

C'est l'une des nombreuses questions à 1.000 euros qui

parcèment ce dossier sur la résidence secondaire. En vérité personne ne le sait, ni ne l'a étudié avec suffisamment de précisions.

Voici les différents chiffres que nous avons glanés :

- la FNAIM, par la voix de l'incontournable expert Michel Mouillart, estime à 18.100 le nombre de résidences secondaires acquises par des particuliers, pour un marché total de 606.000 ventes en 2004. Cela nous paraît un nombre bien faible !
- 4 milliards d'euros investis par des non-résidents dans des résidences secondaires, selon le Crédit Foncier de France. Avec un prix moyen de 150 000 euros, cela correspond à près de 27 000 acquisitions, par les seuls étrangers en 2004 !
- ni l'INSEE, ni l'ANIL, ni les statistiques des notaires ne fournissent quelque information que ce soit sur le sujet.

Nous estimons pour notre part à environ 50.000 ventes par an, le nombre annuel de transactions de résidences secondaires en France

métropolitaine.

Profil-type des acheteurs

La plupart des sources (INSEE, FNAIM, Residence-secondaire.fr) indiquent que les acheteurs disposent de revenus supérieurs à la moyenne des accédants à la propriété ; leur âge moyen est de 50 ans ; leur achat s'inscrit souvent dans une préparation à la retraite. L'INSEE a d'ailleurs publié une étude sur le patrimoine immobilier des retraités montrant qu'environ un tiers des retraités possèdent une résidence secondaire (qu'ils soient propriétaires ou non de leur résidence secondaire). Compte tenu des évolutions démographiques prévues, est-il besoin de préciser combien ce secteur d'activité va se développer !

Comment le marché de la résidence secondaire est-il organisé ?

Il n'existe pas non plus de statistiques sur les ventes de résidences secondaires par l'entremise d'agences immobilières, mais on peut estimer que leur part de marché est plus élevée qu'en matière de résidences principales car :

- ce n'est pas un marché de proximité ; les acheteurs ont besoin d'informations qu'ils trouvent dans des revues spécialisées, dans la presse régionale ou sur les sites internet,

- les supports favorisant les ventes sans intermédiaire sont assez peu actifs sur le marché de la résidence secondaire,

- les professionnels immobiliers sont plus organisés et collaborent davantage en zone touristique que dans les zones urbaines.

Voici quelques exemples connus où les professionnels cherchent à

travailler ensemble en matière de résidences secondaires :

- la commission « Location saisonnière de la FNAIM présidée par M. Vincent Destruhaut, également administrateur de la fédération,
- ORPI Var, où 59 membres d'ORPI occupent une part de marché conséquente. Parmi leurs différents atouts, notons l'existence d'un site internet

- Le SIA 06 qui regroupe à présent 220 agences.

Des exemples locaux méritent également d'être reconnus :

- « Pierre et logis de Vendée », qui regroupe trois agences : un adhérent FNAIM, un ERA et un indépendant. Ils mettent leur fichier de biens à vendre en commun et promeuvent leurs biens en Angleterre, au salon de l'immobilier français d'Harrogate !

- Allanic Immobilier, agence immobilière du Morbihan, travaille étroitement avec des agences des Cotes d'Armor, de la Cote d'Azur....

Les grands acteurs du marché de la résidence secondaire

Pour ce qui est des ventes de résidences secondaires, aucun acteur n'a réellement émergé et plusieurs expériences de ventes de produits vacances par des agences immobilières se sont montrées infructueuses (par exemple, la vente de timeshares RCI par Century 21). Citons toutefois parmi les premiers commercialisateurs (vente et location) Immovac (membre d'ORPI) ou Pierre et Vacances. Notons que cette dernière société réalise déjà 5% de son chiffre d'affaires par internet, selon son Directeur du e-commerce, Ludovic Bonneton. Citons également Gîtes de France (56.000

logements), Interhome ou Abritel, qui ne travaillent toutefois pas avec des agences immobilières.

L'enquête exclusive du Journal de l'Agence

Par l'intermédiaire de la société d'étude SVI, le Journal de l'Agence a sondé une centaine de professionnels de la résidence secondaire par email et par l'étude de leur site internet.

Voici les principaux résultats de cette étude d'acteurs de la transaction de résidence secondaire représentatifs des différents marchés français (agences situées en PACA, Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes, Normandie, Bourgogne, Centre).

1 - Les types de marché sur lesquels elles interviennent

Si tous vendent des biens « classiques », 59% vendent des produits d'exception (au dessus de 750.000 euros) et 24% seulement offrent des locations saisonnières.

2 - Caractéristiques des agences

Première constatation : les sociétés étudiées possèdent plus d'implantation que la moyenne des agences : 1,625 agence par société (moyenne nationale 1,3).

La FNAIM est la première organisation des sociétés étudiées avec 24% d'adhérents. 18% sont membres de franchises ou de groupements, ce qui est également nettement supérieur à la moyenne nationale. A noter que 15% de ces agences sont animées par des Nord Européens !

3 - Caractéristiques des sites internet

Un nombre encore important d'entre elles n'ont pas de site internet : 14% et une agence étudiée ne semble pas avoir d'email ! 60% de ces sites internet ont une version en anglais. Mais beaucoup

de « minisites » sont d'une qualité assez médiocre, ce que n'apprécient guère les étrangers. Il est pourtant très important de disposer d'un site web suffisamment riche d'informations, agréable et non stéréotypé.

Par ailleurs, et comme indiqué plus haut, si un peu moins du quart de ces agences proposent des locations saisonnières, seules 20% de ces dernières permettent aux internautes des réservations en ligne. Cela nous semble trop peu !

Comment tirer profit des résidences secondaires pour accroître son chiffre d'affaires ?

Une première réponse est de pratiquer la location saisonnière ou mieux encore la réservation en ligne. Il existe plusieurs logiciels faciles d'utilisation et relativement peu coûteux. Citons Homeressa (produit par la société Péricle's), ITEA (qui équipe les Gîtes de France, GPI (produit Sejournet) ou Arkiane.

Internet, les nouvelles technologies (webcam, vidéoconférence) ainsi que le développement de la collaboration inter-agences, quelle que soit la forme retenue (SIA, FFIP, Bourse de l'Immobilier, réseaux locaux), offrent de nouvelles opportunités de commercialisation de résidences secondaires en France et à l'étranger. Citons notamment www.residence-secondaire.fr ou www.vacances.com

Enfin parmi les initiatives les plus innovantes, citons celles de la société « Coco-Provence » : une société de « facility management » qui propose d'entretenir les résidences secondaires et de les préparer avant la venue des occupants.

Alain Silverston

asilverston@journaldelagence.com



Professionnels de l'immobilier, la rigueur, la conquête et la réussite vous animent !
Prenez dès aujourd'hui la «Pôle Position» en rejoignant ERA, premier réseau d'agences immobilières en Europe.

Accélérateur de réussite

- Programmes de formation et d'animation continues dispensés sur 6 régions
- Animation Groupée d'Intérêt Régionale
- Assistance au recrutement
- Site Internet international
- Intranet juridique, presse, infos et chiffres réseau
- Magazine national, magazine Europe, gazettes régionales
- 14 conventions régionales
- Citations presse exceptionnelle
- Très forte présence sur les média TV nationaux

Rencontrons-nous !

ERA
IMMOBILIER

Pour toutes informations :
ERA Immobilier - 42 bis, rue Berthier - 78000 Versailles
Tél. 01.39.24.69.00 - www.erafrance.com

www.erafrance.com

S.A.S. au capital de 457 340 Euros - SIRET 390 051 464 000 35 - RCS Versailles - Code NAF 741G - Chaque agence du réseau est juridiquement et financièrement indépendante

Assurer la formation des gardiens d'immeuble, cela paie !

Faire que l'alliage subtil entre les personnes et leur cadre de vie soit vraiment de bonne qualité, telle est la mission au quotidien des employés d'immeubles et concierges.

Attentifs à la réputation de la copropriété, mais aussi à celle du syndic qui les emploie pour le compte du Conseil Syndical, ces employés et gardiens d'immeubles sont en première ligne dans le combat pour le maintien, en bon état, des installations techniques, la propreté et l'esthétique de l'immeuble et de ses abords, la lutte contre les parasites et les prédateurs de toutes sortes. Ils sont aussi là pour rendre service, expliquer le tri sélectif ou la nécessité de respecter le sommeil des résidents, tout en comprenant la nécessité de faire, quelquefois, la fête...

Leur savoir-faire permet d'éviter des frais de petits dépannages et ils savent utiliser les moyens modernes de communication et d'alerte (du téléphone portable pouvant photographier au PC utilisant Internet) pour dialoguer avec le syndic et les fournisseurs.

Dans l'alliage local intergénérationnel, interculturel, comment augmenter la proportion de « l'attention à l'autre » ? Comment augmenter ses compétences tout en partageant ses expériences ?

LAMY Services Immobiliers (80 agences, 800 salariés, 200.000 clients) a décidé de relever le défi de la formation des gardiens.

Avec l'aide de Thierry Chapelot, de la société ESTRELLA, une mise à niveau des connaissances professionnelles des 1 800 gardiens et employés d'immeubles a donc été entreprise dans les diverses régions couvertes par LAMY... au grand plaisir des intéressés, ravis d'être enfin reconnus pour ce qu'ils sont : des médiateurs, images à la fois de la qualité du syndic et de l'art de vivre de la résidence concernée.

Originale et innovante, cette formation a pour objectif la revalorisation des activités de ces professionnels de terrain. Elle répond aux préconisations relatives à l'évaluation et à la prévention des risques professionnels. Elle est l'aboutissement d'un processus comprenant le diagnostic des risques, l'édition d'un livret d'informations et des stages.

Ce cycle de développement comporte plusieurs niveaux. A chaque étape est délivrée une attestation de formation.

Une première série de deux jours réunit une quinzaine de participants, sur le thème : « **TECHNIQUES D'ENTRETIEN ET DE PETITE MAINTENANCE** ». Cette série comprend la sensibilisation aux risques chimiques, aux risques électriques et un rappel des bons gestes et postures de travail, permettant d'éviter les fatigues inutiles et les gestes dangereux...

Initiée à Nice et à Toulouse, cette formation s'est poursuivie à Cannes, Vence, Saint Raphaël, Paris, puis dans les autres régions couvertes par LAMY, à l'initiative des directeurs d'agence. La satisfaction évidente des copropriétaires montre que la formation paie.

André Brouchet
Chargé d'informations - LAMY SA

**Amiante • Loi Carrez
Plomb • Termites
Logement décent**

La transparence de la transaction immobilière. le législateur l'a voulue. vous la souhaitez. nous la garantissons.

AGENDA
CERTIFICATEUR IMMOBILIER

1^{er} réseau national d'experts

Pour contacter votre expert AGENDA :
www.agendaexpertises.fr ou N° Vert 0 800 EXPERT (0 800 397 378)

La France Championne du Monde de la Copropriété

(2ème partie)

Edito

Le deuxième cahier copropriété du Journal de l'Agence revient sur la création des « Champions du Monde » de la copropriété et les conséquences, notamment en terme de concentration, qu'elles entraînent pour les professionnels et les copropriétaires.

Est - elle inéluctable ? Le tour d'horizon international, auquel nous nous sommes livrés semble montrer que oui pour l'activité de syndic de copropriété. Mais le non pourrait l'emporter pour la gestion immobilière : il existe à présent des solutions qui permettent à tout agent immobilier de conserver la gérance des propriétés de rapport qui sont commercialisées sans souci et pour un coût (ou plutôt un manque à gagner) modique.

Pour tout complément d'information, rendez vous directement sur le site www.mbm-immobilier.fr, de notre astucieux confrère, François Moerlen.

Vérifiez-vous systématiquement (et chaque année) l'attestation d'assurance de vos locataires ? Vous allez, j'en suis sûr répondre oui ! Pourtant 20% des locataires n'ont aucune assurance multirisques habitation (MRH), alors que le nombre d'accidents et d'incendies ne cesse de progresser. C'est pour pallier à cette carence qu'a été créée la « carence MRH » que nous présente Xavier Gugliemi, chef de produits à la CAPIM.

Notre prochain dossier portera sur le thème : « Banques et professions immobilières. Jusqu'où iront-elles ? ». Si vous avez des points de vue, ou des témoignages à nous communiquer, positifs ou négatifs, n'hésitez pas à nous écrire en vous rendant sur notre site internet, www.journaldelagence.com !

Rédigé le 17 mai donc....avant le référendum !

Alain Silverston
asilverston@journaldelagence.com

La France Championne du Monde de la Copropriété (2ème partie)

Le numéro 5 du Journal de l'Agence inaugurerait « Les Cahiers de l'ADB » par un dossier consacré à la concentration de la profession et à la création de multinationales françaises leaders mondiaux sur leur marché.

Rappelons les faits avant de poser les questions suivantes :

- comment les professionnels vivent-ils la concentration ?
- qu'en est-il de la concentration à l'étranger ?
- et la gérance dans tout cela : la concentration y est-elle aussi inéluctable ? Y a-t-il d'autres voies pour offrir un service de gestion immobilière de qualité... sans faire partie d'un grand groupe ?
- comment les propriétaires perçoivent-ils la concentration ?

Le point sur la concentration de l'administration de biens

Nous ne reviendrons pas ici sur l'historique de la concentration de la profession, qui a démarré il y a une trentaine d'années : si vous n'aviez pas reçu le numéro 5...ou voulez le récupérer, téléchargez-le sur : www.journaldelagence.com. Rappelons simplement que les 20 premiers groupes ont réalisé, en 2003, un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros et que, pour un parc physique de 7,6 millions lots de copropriété résidentielle, ils en gèrent au total près de 3,5 millions. De plus, les trois premiers groupes, FONCIA, GESTRIM et URBANIA en gèrent ensemble près de la moitié, soit autant que les dix-sept suivants. Le « trou » est fait et il semble évident que d'autres rachats ou des regroupements se produiront encore dans un proche avenir.

Qu'en pensent les professionnels de l'administration de biens ?

Pour répondre à cette question, le Journal de l'Agence a réalisé un sondage auprès d'un échantillon de visiteurs professionnels du 17 au 19 novembre 2004 : dirigeants de société, syndicats de copropriétés, inspecteurs d'immeubles, prestataires de services. Notre questionnaire portait sur trois thèmes : l'information, Internet et la concentration de la profession.

Un peu plus de la moitié des personnes interrogées (57%) nous a dit manquer d'informations professionnelles pertinentes. La hiérarchie des informations recherchées est :

- 1) informations juridiques,
- 2) informations techniques,
- 3) news et « informations confidentielles »,

tandis que les informations syndicales et d'entreprises sont moins attendues : elles ont bien sûr leur propre support.

A noter que la fraîcheur de l'information prime : les personnes interrogées préfèrent avoir accès immédiatement aux textes de loi, à la jurisprudence, aux communiqués de presse...plutôt que d'en recevoir une interprétation quelques semaines (mois) plus tard. D'où l'importance du support de communication et d'Internet !

Son rôle est plébiscité par les personnes enquêtées. Elles déclarent toutefois ne pas connaître de site professionnel de cette nature (à l'exception de Mon-Immeuble.com, cité plusieurs fois par les personnes interrogées). Internet est d'ailleurs considéré par la quasi-totalité des personnes sondées comme un atout, et non une menace (sauf au regard du maintien de la hiérarchie de l'entreprise et de la propension « anarchique » au circuit court). Toutefois, la réponse rapide aux emails ne semble malheureusement pas une préoccupation d'importance pour les sondés !

Enfin, si la question de la concentration de la profession divise, **une nette majorité des professionnels considère que c'est un atout ou une opportunité**. Toutefois, ceux qui estiment que c'est une menace (et qui se recrutent parfois parmi les tous premiers groupes du secteur) font valoir que la qualité du service est inégale chez les leaders, qu'il y a trop de turnover ou que la gestion des immeubles ne prend pas en compte les besoins de long terme des immeubles.

L'opinion de Stéphane Bazin, Président de Bazin SA :

Avec un chiffre d'affaires de 7 M et 4 implantations, le Groupe Bazin se classe aux alentours du 30ème rang des professionnels français. Ce cabinet avait noué un « accord stratégique » avec la filiale de services immobiliers de General Motors, GMAC, grand acteur du financement et de la transaction immobilière aux Etats-Unis. Depuis fin 2003, le plus ancien cabinet de France (la société a été créée en 1770 !) a repris son indépendance. Stéphane Bazin, son président a répondu à nos questions sur son expérience.

« La concentration permet de mutualiser et d'améliorer les moyens (gestion des ressources humaines, formation, informatique...), de transformer l'offre, par exemple en gérant mieux l'acte d'achat pour réduire les dépenses des copropriétés (création de centrales d'achat, systématisation des appels d'offres)...et d'accroître la capacité d'investissement des sociétés. Pour notre part, nous avons signé un accord avec GMAC pour lancer un projet industriel, nous engageant ainsi dans la course à la concentration. La première grande acquisition étudiée n'a pas rencontré les standards de performance de notre partenaire, ce qui a stoppé notre alliance stratégique. Nous avons cependant vécu au sein d'une grande structure et nous nous sommes, un temps, conformés pour la croissance. Depuis, nous nous sommes réorganisés pour être à la hauteur de notre taille qui est modeste. »

« Aujourd'hui, je retiens que la bonne organisation est celle qui attire et maintient de bons gestionnaires. Ce peut être un grand groupe ou un grand professionnel libéral.

Ce qui prime, dans nos professions, c'est d'offrir de la compétence dans un court délai d'exécution à nos clientèles. Cela laisse encore, pour de nombreuses années, place à des structures de toute taille, y compris celles exerçant comme en « professions libérales de quartier ».



Et la concentration à l'étranger ?

Le métier d'administrateur de biens est bien sûr pratiqué partout où chacun est libre d'acquérir une propriété immobilière. Mais, les lois peuvent être très différentes d'un pays à l'autre. Un examen des pratiques de la gestion de copropriété montre que les méthodes de décisions des copropriétaires sont influencées par l'Histoire des différents pays. Ainsi des démocraties récentes comme l'Espagne ou la Pologne laissent aux présidents de l'association de copropriétaires un pouvoir presque absolu. La France et l'Allemagne pratiquent une démocratie totale tandis que les Etats-Unis ont adopté une formule intermédiaire de « démocratie déléguée » : le conseil syndical, élu chaque année par l'Assemblée Générale, est l'organe de décision au quotidien.

Ceci explique que les premiers syndicats professionnels espagnols, bien souvent « otages » des présidents d'associations de copropriétaires ne gèrent pas plus de quelques milliers de lots : on compte, d'ailleurs, autant de syndicats à Madrid que dans toute la France ! Il n'y a pas encore eu de concentration, alors que l'Espagne est le pays européen où il y a le plus de copropriétés: environ 2/3 des ménages espagnols sont copropriétaires !

En Allemagne, pays où le taux de propriétaires est nettement plus faible que dans les autres pays européens (19% de propriétaires seulement à Berlin !), les plus importantes sociétés peuvent gérer plusieurs dizaines de milliers de lots.

Les nord-américains n'ont pas encore vraiment pris conscience de l'importance de l'administration de biens résidentiels. Leur culture immobilière est excessivement orientée vers les résidences principales individuelles. Alors même qu'une vente sur 6 est en copropriété, les grandes marques de la transaction s'en désintéressent le plus souvent. Les premiers administrateurs de biens américains gèrent plusieurs dizaines de milliers de lots. Mais les

marchés immobiliers évoluent vite et des groupes financiers commencent à racheter ou à fédérer des opérateurs.



La concentration est-elle aussi inéluctable pour la gestion immobilière ?

Il est évidemment plus facile à un groupe national de postuler pour la gestion du patrimoine d'un investisseur institutionnel ou pour devenir le syndic attitré d'un grand promoteur immobilier. Par exemple, URBANIA et LAMY SA se sont taillés la part du lion lors du premier appel d'offres de la Foncière Logement à la recherche de gestionnaires immobiliers pour 3 000 logements. Mais y trouveront-ils une rentabilité suffisante ? Les grands groupes sont souvent obligés de proposer des prix inférieurs à leurs coûts pour gagner des grands clients nationaux et alimenter leur croissance. Il leur faut, pour compenser, d'autres sources de profits qu'ils retrouvent souvent aux dépens de propriétaires bailleurs individuels.

Compte tenu de l'importance de l'activité de gestion locative pour fidéliser les propriétaires et réaliser les ventes et locations de leurs biens, les agences immobilières indépendantes ont elles aussi la nécessité de s'organiser pour apporter ce service à leurs clients.

Mais, lorsqu'elle concerne de petits volumes, cette activité peut s'avérer coûteuse en investissement matériel et humain, en temps et en responsabilité. C'est pourquoi de plus en

plus d'agences sous-traitent cette activité.

Ainsi, plus de 400 agences immobilières, toutes régions confondues, ont développé un partenariat avec MBM, centre de gestion immobilière indépendant.

MBM assure intégralement les tâches administratives, financières et comptables des biens des clients. De plus, elle rétrocède une partie des honoraires de gestion à l'agence partenaire, tout en lui transmettant bien sûr les reventes et les relocations.

Et les copropriétaires dans tout cela ?

Est-ce que la concentration apporte un meilleur service aux copropriétaires ? C'est un peu la question de la pertinence de la concentration qui se pose.

On sait en effet que les rachats de cabinets peuvent entraîner la perte de mandats de syndic. C'est d'ailleurs pour cette raison que les repreneurs incluent des clauses qui permettent de réduire le prix d'achat en fonction des pertes éventuelles de portefeuille. Quel pourcentage cela représente-t-il ? Nos « champions du monde » estiment qu'il est du même ordre de grandeur que celui que l'on trouve dans n'importe quel autre secteur d'activité ; dans le même temps, certains acteurs locaux se réjouissent de récupérer à bon compte des copropriétés quand leurs concurrents locaux sont rachetés par des groupes ! Il est sans doute trop tôt pour se prononcer : les groupes sont encore en phase d'expansion.

Mais les principaux groupes ont retenu des solutions pour assurer leur pérennité et le maintien d'une relation durable avec leur clientèle :

- la Bourse pour Foncia. Le titre, introduit à 33 euros en avril 2001

vaut près de 80 euros aujourd'hui, ce qui valorise d'ailleurs la société plus de deux fois son chiffre d'affaires !

- l'adossé au groupe Caisse d'Épargne pour Gestrim ou Icade (Caisse des Dépôts) pour GFF.
- la mutualisation des sociétés Urbania auprès de leurs dirigeants locaux et des associations de copropriétaires.
- l'entrée de société de capital investissement (pour Lamy SA, Sergic ou Oralia).

Ces différentes solutions nécessitent une grande transparence dans les comptes, pour les actionnaires, beaucoup plus grande que celle des petites structures : rappelons que nombre de petits administrateurs de biens ne publient même pas leurs comptes au greffe du tribunal !

L'Association des Responsables de Copropriété, organisation souvent très critique vis-à-vis des syndicats a récemment procédé à une enquête auprès de 1228 membres de conseils syndicaux. On retrouve, dans les résultats, des informations que les syndicats connaissent bien, notamment l'archétype du président de conseil syndical, ancien juriste d'entreprise retraité :

- 58% des membres des conseils ont plus de 60 ans,
- 70% sont des hommes,
- 75% des actifs membres de conseils sont des cadres.

Mais à la question posée « Quelles sont les relations

que vous entretenez avec votre syndic ? », surprise de l'ARC :

« On aurait pu croire, en effet, que les réponses des conseillers (souvent très proches de l'ARC) à cette question auraient été : « Nos relations sont exécrables ». »

Et bien non, 75% des membres de conseils syndicaux ont des relations plutôt bonnes avec leur syndic (Dossier avril 2005 de l'ARC). Ce taux est du même ordre, voire supérieur, au taux de satisfaction des clientèles de profession de services (banques, assureurs, garagistes...).

Est-ce un effet de la concentration de la profession : sans doute. Et gageons que les Champions du monde de la copropriété multiplieront les enquêtes de satisfaction auprès de leur clientèle pour s'adapter au mieux à leurs attentes.

Nous en reparlerons.



Alain Silverston

OFFREZ
LE MEILLEUR DE LA GESTION IMMOBILIÈRE
À VOS CLIENTS

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

Gestion
immobilière

MBM
La Solution Gestion

+ DE 400 AGENCES PARTENAIRES

Centre de gestion immobilière
N° Azur 0 810 38 95 24
(Prix d'un appel local)

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

L'assurance carence de M.R.H.

La garantie des responsabilités des locataires non assurés

L

a proportion des locataires qui ne communiquent pas leur attestation d'assurances à leur administrateur de biens est de l'ordre de 20 %.

Ce défaut de justification s'explique le plus souvent par le non paiement de la prime et donc par l'absence de contrat d'assurance Multirisque Habitation (M.R.H).

Dans le même temps, on constate une forte progression des sinistres. A titre d'exemple, au cours des 5 dernières années les incendies ont augmenté de 16%, soit un total de près de 100 000 incendies pour 10 000 victimes dont 460 décès ⁽¹⁾.

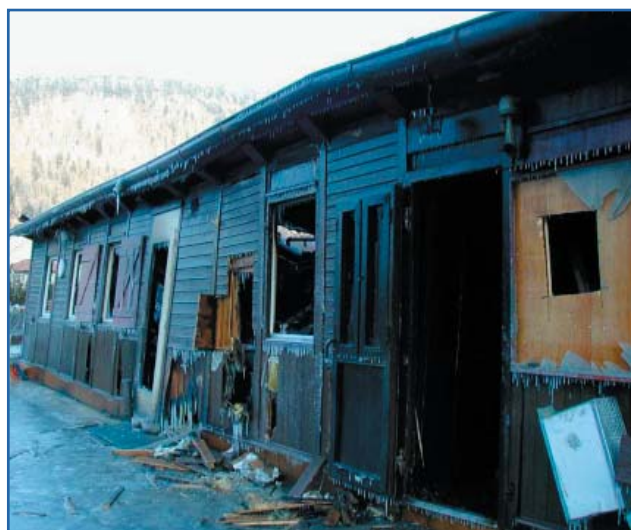
Lors de la survenance d'un sinistre relevant de la responsabilité d'un locataire non assuré, le propriétaire du bâtiment, les voisins et les tiers lésés ne disposent pas de recours solvable à son encontre.

Cette situation n'est pas sans conséquence :

- **L'assurance multirisque immeuble supporte seule la charge des sinistres**, ce qui contribue à dégrader la sinistralité et expose la copropriété (ou l'immeuble collectif) à des augmentations de sa prime, à des aménagements restrictifs des garanties ou à une résiliation pure et simple de la police d'assurance ;

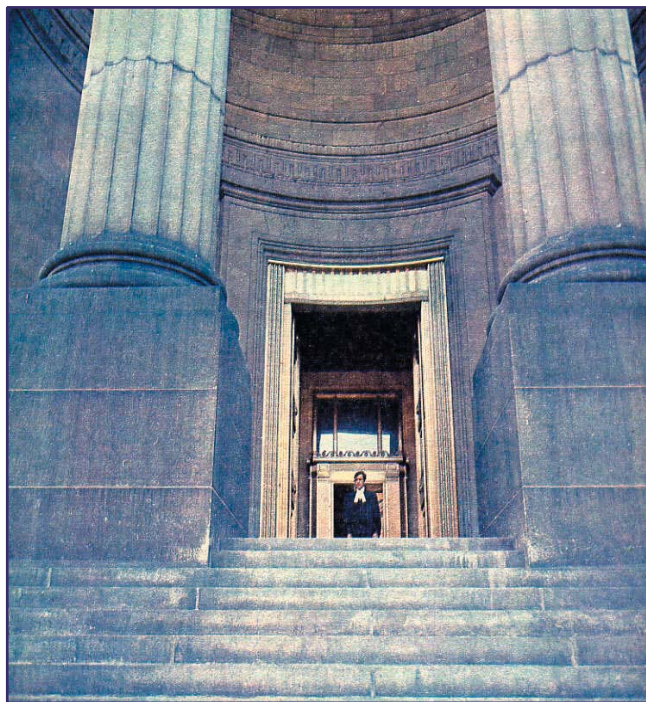
- **en cas de dommages corporels causés à un tiers ou un voisin**, la victime ne dispose pas d'un recours solvable et risque de ne pas être indemnisée de son préjudice, ce qui peut gravement affecter sa situation personnelle et financière et donc sa solvabilité (avec un risque accru de charges impayées pour les copropriétaires ou de loyers impayés pour les locataires) ;

- **en cas de sinistre**, le juge pourrait retenir la responsabilité de l'administrateur de biens pour manquement à son devoir de vérification, considérant qu'il a concouru à la réalisation du préjudice (article 7 de la loi du 06 Juillet 1989 confirmé par une réponse ministérielle du 27 Mars 2000 rappelant que le bailleur ou son représentant se doit d'être vigilant et réclamer chaque année l'attestation du locataire).



(1). Source : Campagne Nationale de prévention des incendies domestiques 2004

Pour faire face à ces risques, il existe désormais une garantie dite «Carence de M.R.H» que peuvent souscrire les administrateurs de biens et qui couvre les sinistres (incendie, explosion et risques annexes, dégâts des eaux) survenant dans le logement occupé par le locataire et mettant en cause sa responsabilité à l'égard du propriétaire du bâtiment (articles 1302 et 1732 à 1735 du Code Civil) et à l'égard des voisins et des tiers (articles 1382 à



1384 du Code Civil). Elle assure les dommages corporels et matériels, mais non les conséquences de la responsabilité civile «vie privée» du locataire et ne dispense pas l'administrateur de biens de son obligation de vérification des attestations d'assurance. Toutefois, et c'est son grand atout, elle permet aux lésés de disposer d'un recours en cas d'absence d'assurance M.R.H du locataire et donc d'obtenir une indemnité.

Xavier Gugliemi
 Chef Produits - CAPIM



Immobilier d'Excellence

2005, Imogroup, groupement d'Agences Immobilières indépendantes
RECRUTE 60 PARTENAIRES-ASSOCIÉS...

- un groupement d'agences indépendantes « partenaire-associé imogroup »
- un mode d'organisation et de gestion coopératif
- une exclusivité territoriale
- une synergie commerciale entre partenaires-associés

Vous allez être étonné,
 motivé, séduit par un concept qui allie proximité, conseil, formation, communication et développement.

RÉSEAU
 NATIONAL
 D'AGENCES
 IMMOBILIÈRES
 INDÉPENDANTES

204
 COLLABORATEURS

82
 PARTENAIRES
 ASSOCIÉS

DATE DE
 CRÉATION
 1997

Agents immobiliers
 Indépendants
 devenez

Envie de vivre pleinement votre vie professionnelle. Rejoignez Imogroup. Adressez votre candidature à :

IMOGROUP RECRUTEMENT
 51, Avenue Georges Pompidou - 69003 Lyon
 Tél. 04 37 69 73 50 - Fax. 04 78 53 91 40
 E.mail : info@imogroup.com

www.imogroup.com

**PARTENAIRES
 ASSOCIÉS
 IMOGROUP**

Indépendants & partenaires associés

TECHNOLOGIE 3 G: LE HAUT DÉBIT MOBILE

Le Haut Débit Mobile à votre service

De nouvelles technologies mobiles dites Haut Débit se développent et sont désormais disponibles : Edge, 3G, Wi-Fi. De quoi parle-t-on ? Quels sont les apports de ces nouvelles technologies ? Et surtout quelle est leur valeur ajoutée pour un agent immobilier ?

EDGE, 3G et WI-FI, c'est quoi ?

Ce sont les réseaux haut débit qui vous permettent d'accéder «sans fil» à vos données professionnelles (mail, agenda, applications métiers...), où que vous soyez, à partir de votre PC portable ou de votre téléphone mobile. Ils sont regroupés sous le nom de **Haut Débit Mobile**.

Trois réseaux Haut Débit Mobile, pourquoi ?

Ces trois réseaux sont complémentaires : ils se distinguent par leurs débits et leurs disponibilités géographiques. Orange, par exemple, les propose au sein de la même offre : Business Everywhere*, afin que ses clients puissent se connecter au réseau qui offre les meilleurs débits et le meilleur confort d'utilisation, en toute simplicité.

Trois réseaux haut débit pour une continuité de service en mobilité		
 Avec une carte EDGE	 Avec une carte 3G	 Avec une carte ou un équipement Wi-Fi
EDGE (ou GPRS)	3G avec business everywhere	wifi
95 % de la population couverte Edge en France (et disponibilité dans 31 pays fin 2005)	Toutes les villes de + de 200 000 habitants en France (et disponibilité dans 25 pays fin 2005)	+ 7000 lieux en France (centre de conférence, hall d'attente d'entreprise, chambre d'hôtel, café, ...) + 10 000 lieux dans 22 pays
EDGE : de 100 à 200 kb/s cartes : 20 kb/s	3G : jusqu'à 384 kb/s	Wi-Fi : jusqu'à 1 Mb/s

Le Haut Débit Mobile, pour quoi faire ?

En jouant sur la complémentarité des trois réseaux que sont EDGE, la 3G et le Wi-Fi, Orange inaugure ainsi une continuité de services nouvelle pour tous les usages d'un utilisateur mobile :

- Communiquer plus facilement. Toujours joignable et plus efficace : envoyer facilement des photos, des vidéos,
- Travailler comme au bureau. C'est le prolongement de l'espace de travail : envoyer et lire ses mails , accéder au Web,
- Optimiser son activité professionnelle. « Plus efficace dans mon métier, plus rapide sur le terrain, toujours en mouvement » : avoir accès aux applications métiers comme les bases de données des biens, répondre chez le client, sur les biens proposés, montrer les photos, les plans...

Comment ça marche ?

Rien de plus simple ! Un équipement minimal comprenant un PC portable, un coffret mobile PC Card et un forfait Business Everywhere* de Orange, et le client se connecte en Haut Débit Mobile en quelques clics ! SFR, en partenariat avec l'anglais Vodaphone, offre un pack équivalent.



France Télécom Copyright Toute reproduction totale ou partielle de cette photo est totalement interdite

Quelle valeur ajoutée pour un agent immobilier ?

Une illustration des bénéfices :

M. Dupont est agent immobilier. Il a souscrit l'offre Business Everywhere* d'Orange qui lui permet de retrouver son environnement de travail sur son PC portable, grâce au Haut Débit Mobile.

14h, M. Dupont rencontre un client qui souhaite vendre son appartement actuel. A la fin de la visite, le client lui fait part de sa difficulté à trouver un nouvel appartement et de l'urgence de son besoin ! Inutile pour M. Dupont de planifier un nouveau rendez-vous : il peut se connecter immédiatement à sa base de données pour lui montrer des biens répondant à ses attentes : caractéristiques, photos, vidéos... Satisfait, le client décide de lui confier un mandat de recherche exclusif.

15h, coup de fil de son « rendez-vous » suivant : il souhaite avancer son rendez-vous d'une heure. Il n'a pas le dossier avec lui et il n'a plus le temps de se rendre à son bureau pour préparer la visite. Pas de problème, il peut se connecter via son PC pour consulter le dossier et prendre connaissance du bien. Il arrive serein et à l'heure à son rendez-vous.

Deux visites dans l'après-midi, il est déjà 18h M. Dupont réalise un état des lieux, qu'il doit transmettre le soir même à l'un de ses collaborateurs. Pas besoin de retourner à son bureau, M. Dupont envoie le document par courrier électronique. Il termine sa journée satisfait.

*Business Everywhere = pouvoir travailler partout. Cette offre fait partie de la gamme de solutions Business Everywhere du groupe France Télécom.

Claire Perois

Responsable Marketing Sectoriel
France Télécom

Les Vraies Visites Virtuelles à 360°



GLOBAL VISION
Visites virtuelles à 360°

Bénéfices immédiats

- Obtenez plus de mandats exclusifs
- Gagnez du temps
- Développez des contacts nationaux et internationaux
- Dynamisez votre image
- Multipliez vos contacts
- Démarquez vous de la concurrence
- Retours rapides sur investissement

Simplicité

- Prise de vue à 360° en un seul cliché
- Aucune connaissance technique nécessaire
- Site Internet personnalisable
- Diffusion rapide des visites sur les portails immobiliers

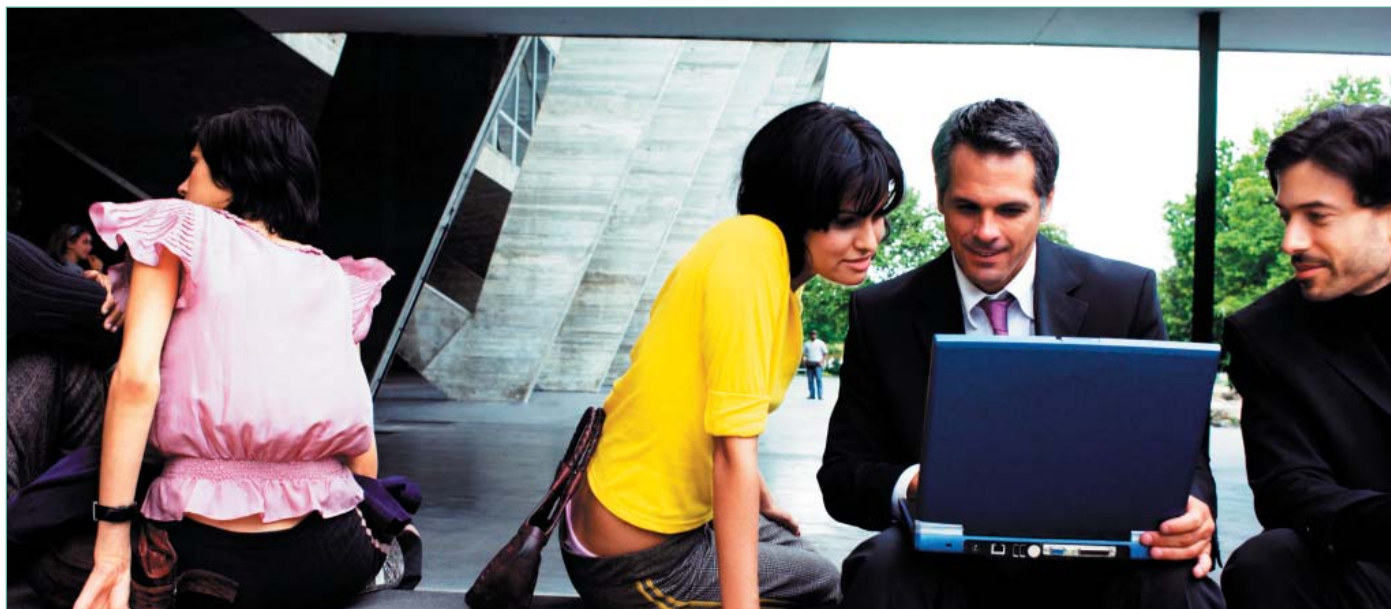
GLOBAL VISION
10, rue de Cadix . 75015

Tél: 01 56 360 360

Pour tout connaître de la technologie 3G

La 3G ou troisième génération désigne une nouvelle norme de téléphone mobile acheminant les données grâce au réseau UMTS (Universal Mobile Télécommunications System). Le principe de ce réseau est simple : exploiter une bande

de fréquences plus large pour faire transiter davantage de données et donc obtenir un débit plus important. Cette nouvelle technologie de transmission de la voix et des données pour les téléphones portables a été lancée en France en novembre 2004 par SFR et succède au GPRS évolution du protocole GSM du début des années 1990 dont le débit en matière de transfert de données ne dépassait pas 9,6 kilobits/s.



France Télécom Copyright Toute reproduction totale ou partielle de cette photo est totalement interdite

Tous les matins

Votre pige complète

dès 09h30

directannonces

NOUVEAU
DISPONIBLE AUSSI
POUR LES
LOCATIONS

Bénéficiez de
1 mois d'essai gratuit
en appelant le :
01.45.72.92.00
Ou connectez vous sur le site
www.directannonces.com

- Ventes ou locations
- Annonces exclusivement des particuliers
- Sur votre zone géographique
- Sur votre e-mail ou votre fax
- Sélectionnées sur plus de 400 supports (nationaux, régionaux, spécialisés, gratuits...)
- Indication des changements de prix
- Indication de l'adresse du vendeur (lorsque disponible)
- Fournie avec fichier intégrable dans Périclès, Gercop ou sous Excel.

LE JOURNAL DE L'AGENCE n°6

Internet et Technologie

La technologie 3G permet d'accéder à une connexion à haut débit avec jusqu'à 384 kilobits/s autorisés lors du transfert d'informations (voix ou données) alors que l'actuel GPRS ne propose que 30 kilobits/s. Le réseau UMTS offre la possibilité d'avoir accès à l'Internet haut débit sans fil et à de nouveaux services comme la visiophonie, la télévision, des programmes vidéo, l'écoute de la musique en streaming, la navigation routière par GPS, obtenir un service d'achat par téléphone ... Mais pour accéder à ces services, il faut s'équiper d'un téléphone « bimode » compatible à la fois au réseau UMTS et GSM/GPRS. Car pour l'instant la couverture par le réseau UMTS ne représente que 45% de la population contre 85% pour les réseaux GSM/GPRS. Equipé d'un combiné compatible avec les différents réseaux, le GSM prend le relais en toute transparence dans les zones non couvertes par l'UMTS.

Il faut savoir que la technologie 3G existe depuis 2001 au Japon où la 4G y est déjà annoncée et devrait être lancée à l'horizon 2007-2010 avec des débits cette fois de l'ordre de 300 Mbits/s !

Faut-il choisir entre 3G et EDGE ?

La technologie EDGE est une évolution de la norme GSM qui, tout comme le GPRS, a été développée pour mieux gérer le transfert de données. L'Edge permet d'atteindre des débits de l'ordre de 200 à 250 kilobits/s. Certains opérateurs la présente comme une alternative moins onéreuse à la téléphonie de troisième génération (3G ou UMTS), c'est le cas de Bouygues Télécom qui a été le premier opérateur mobile à s'engager sur la technologie Edge mais qui attend par contre l'arrivée de la prochaine version de la 3G, prévue pour 2006 en Europe, qui permettra de dépasser le mégabit par seconde.

Chez SFR on ne croit pas vraiment en la technologie Edge qui offre un débit moyen de 120 kilobits/s bien inférieur à celui de la 3G et qui ne permet pas de proposer de la visiophonie. Pour l'opérateur SFR, la stratégie mobile haut débit reste concentrée autour de l'UMTS avec une prévision de couverture de 60% de la population pour fin 2005.

Pour Orange, la technologie Edge est complémentaire à la 3G et avec un même forfait l'utilisateur doit pouvoir passer d'un réseau à l'autre selon sa localisation. Les professionnels seront toujours en mesure d'accéder à distance à leur réseau d'entreprise pour la messagerie ou les bases de données, grâce à la couverture plus étendue de l'Edge car cette technologie utilise les mêmes fréquences et couvre le même territoire que les réseaux GSM/GPRS. Orange est alors en mesure de couvrir 85% de la population et fait le pari de deux millions d'abonnés en haut débit (3G et Edge confondus) pour la fin de l'année 2006.

Isabelle Dahan

France Télécom Copyright Toute reproduction totale ou partielle de cette photo est totalement interdite



Et l'International, vous y pensez?

- pour développer des inter-cabinets,
- pour vendre vos propriétés haut de gamme,
- pour y prendre ce qu'il y a de meilleur,
- pour les innovations.

Parce que 20% des ventes se font à l'international !

SVI, vos consultants internationaux.

Contact : 06 83 84 71 09

Email : contact@svi-inc.com

SVI



International real estate consultants
Consultants immobiliers internationaux
Paris – Londres – Floride – New York
Californie

P Périclès.net

Transaction Immobilière



A partir de 80 €HT / Mois*

Périclès.net est le logiciel le plus complet pour gérer au quotidien votre activité commerciale en transaction et en location.

Périclès
www.pericles.fr

L'informatique au service de l'immobilier.

53, rue Baudin 92300 Levallois-Perret.
info@pericles.fr

+ Echangez

Particulièrement adapté aux Groupes et aux Réseaux, Périclès.net est conçu pour travailler en multi-sites et en groupement. D'une grande souplesse de paramétrage et d'utilisation, il s'adapte à vos exigences pour allier intelligemment synergie commerciale et confidentialité.

+ Communiquez

La transaction professionnelle requiert le maximum de réactivité et la diffusion immédiate d'une information de qualité. Périclès.net vous permet de répercuter instantanément tout type d'information par SMS ou par email vers vos clients et prospects ou d'effectuer des transferts automatiques vers les plateformes d'intégration de la presse et les sites Internet partenaires de l'agence.

+ Optimisez

Périclès.net offre des fonctions évoluées pour gagner en productivité : compatibilité avec les outils de piges automatiques, envoi de tous les documents en PDF par email, messagerie interne intégrée, gestion des agendas individuels et de l'agence ...

+ Rentabilisez

Périclès.net offre une synthèse des éléments de suivi individuel ou de l'agence pour piloter l'activité, observer son évolution, manager son équipe.

N°Azur 0810 0810 00

PRIX D'APPEL LOCAL

Faut-il une carte loi Hoguet pour faire de la colocation...en ligne ?

Faut-il une carte d'agent immobilier pour faire de la colocation....en ligne?

Nous reproduisons ci-après un extrait de l'échange d'emails que nous avons eu avec M. Frédéric de Bourguet, créateur de Colocation.fr, sur le thème suivant : faut-il une carte Loi Hoguet pour faire des rapprochements de colocataires ?

M. Frédéric de Bourguet :

« Concernant votre article paru ce 18 mai sur le site du Journal de l'Agence (www.journaldelagence.com/displayarticle142.html) à la suite de l'article écrit par Frédéric Quin dans Le Journal du Net ce même jour. Plus contrarié voire «fâché» par les propos du Journal du Net, qui vous interdit d'ailleurs de reproduire ses articles (peut-être à juste titre...), que par le fond du problème, le raccourci que vous faites nous a surpris et même choqué lorsque vous semblez, de plus, vouloir vous soustraire au législateur dans votre conclusion.

Je peux vous assurer que nous n'avons aucun «dédain à l'égard de votre profession» et aucune volonté de travailler «en toute illégalité».

Nous avons consulté et sollicité lors de notre création en l'an 2000 de nombreuses sources afin de déterminer le champ d'application dans lequel nous pourrions nous situer. Rien n'apparaît précisément dans la Loi Hoguet en ce qui concerne notre activité, nouvelle à l'époque. Nous mettons simplement en relation des personnes (le plus proche exemple serait aujourd'hui celui des sites Internet de rencontres) qui aspirent à vivre en colocation. Certaines déjà installées d'autres en recherche.

Nous nous situons bien avant la location ou toute contractualisation, une fois le groupe de colocataires constitué, ces derniers passent par une agence immobilière ou directement via un propriétaire afin de louer un bien, nous n'intervenons en rien dans cette intermédiation finale. Nous ne produisons aucune liste de propriétaires ou de biens immobiliers.

Pour revenir, sur une intermédiation éventuelle celle-ci se définit par un «professionnel» qui rapproche les parties et qui met en présence locataire et propriétaire en vue d'aboutir à la signature d'un acte écrit. Ce qui n'est pas notre cas non plus.

Si vous souhaitiez toujours nous classer dans les «marchands de listes» et comme vous l'indiquez justement

les publications par voie de presse sont exclues de la Loi Hoguet (Loi n° 94-624 du 21 juillet 1994, art. 46.I.), la publication via Internet serait-elle être incluse? Nous n'avons rien trouvé à ce propos. Si votre démarche nous semble inappropriée et indélicate dans la forme, nous sommes toujours à l'écoute des réflexions de fond et à la recherche d'un éclairage pertinent à ce sujet. En espérant que vous pourrez nous le produire avant de nous accuser. Et s'il s'avérait que nous étions réellement dans une situation «illégal», nous ferions immédiatement le nécessaire.»

Frédéric de Bourguet
Directeur de Colocation.fr
Frederic@colocation.fr

Le journal de l'Agence :

Ce « mot d'humeur », c'est ainsi que j'ai nommé mon papier, visait explicitement le JDN non votre site. Concernant le fond, il est clair que la Loi Hoguet (votée en 1970 !) n'a rien prévu en matière de sites Internet. Elle a été élargie, en 1994, aux « marchands de liste », sociétés faisant profession de rapprocher des demandeurs (les clients) et des offreurs de logements à louer. Il me semble que votre site, dont le nom même, « colocation », évoque la location et l'intermédiation immobilière, devrait se situer dans ce cadre. A partir du moment où vous percevez de l'argent des aspirants colocataires à la recherche d'information immobilière, je pense en effet que vous entrez dans le cadre de la Loi Hoguet et qu'il vous faut une carte pour exercer.

L'activité de colocation est une activité qui rentre d'ailleurs bien dans le champ de l'activité courante des agents immobiliers, qui la pratiquent comme ils pratiquent d'autres types de sous-location.

Alain Silverston
Directeur de la Rédaction

Répertoire annonceurs

4% IMMOBILIER	ccbas@4immobilier.trn.fr	Tél : 0 825 161 444	Page 29
AGENDA France	isabelle.fabre@agendafrance.fr	Tél : 0 800 397 378	Page 14
CBI	benoit.troubat@cbi-troubat.com	Tél : 04 90 16 94 84	Page 30
DIRECT ANNONCES	jc.ankaoua@directannonces.com	Tél : 01 45 72 92 00	Page 25
ERA IMMOBILIER	amaud.era.france@wanadoo.fr	Tél : 01 39 24 69 00	Page 13
EXPLORIMMO	service.commercial@explorimmo.com	Tél : 01 58 44 25 25	Page 05
GLOBAL VISION	contact@globalvision.fr	Tél : 01 56 360 360	Page 24
HOMERESA	info@homeresa.com	Tél : 0 810 810 00	Page 27
IMMOFLASH	contact@immo-flash.com	Tél : 01 41 32 38 70	Page 09
IMOGROUP	info@imogroup.com	Tél : 04 37 69 73 50	Page 21
LOGIQUE	logique@wanadoo.fr	Tél : 01 45 92 88 50	Page 07
MBM	f.moerlen@mbm-immobilier.fr	Tél : 0 810 38 95 24	Page 19
PERICLES	crenner@pericles.fr	Tél : 0 810 810 00	Page 27
SACAPP	info@capim.fr	Tél : 081 081 30 30	3 ^{ème} couv
SELOGER	info-pub@pressimmo.com	Tél : 0 826 622 236	2 ^{ème} couv
SVI	contact@svi-inc.com	Tél : 06 83 84 71 09	Page 26
WEBGENY SOLUTIONS	fdaviet@webgeny.com	Tél : 0820 309 054	Page 08

C&C BAS



*Bienvenue
dans le cercle
des agences
à frais réduits*

MUST Agency

VOTRE AVENIR NE REGARDE QUE VOUS !!!

Parlons franchement, qui aurait cru en 2000 que
« 4% immobilier » ouvrirait 65 agences en 4 ans ?

Personne et surtout pas la profession.

Depuis 2 ans, agents immobiliers, notaire, hommes et femmes de tout horizon ont trouvé leur place au sein de nos trois réseaux. Leur avenir est de gérer un plan de carrière et de développer entre 3 et 6 agences de notre groupe.

L'avenir est en marche et nous avons la volonté de combattre les ventes de particulier à particulier qui représentent encore plus de 47% des transactions immobilières.

- Notre professionnalisme est redoutable,
- La transparence de notre offre est totale,
- Notre investissement est très raisonnable.

Optimisez votre avenir, Rattrapez le futur !

Contactez dès à présent le responsable
développement le plus proche de chez vous au :

0 825 161 444

www.4immobilier.com

Agenda

HABITAT - LISIEUX

Du 2 septembre au 4 septembre 2005

Lisieux, Parc des expositions

Acheter, rénover, construire, décorer, embellir, agencer sa maison...

IMMOBILIER TOULOUSE / MIDI-PYRENEES

Du 9 septembre au 11 septembre 2005

Toulouse, Parc des expositions

Salon regroupant des constructeurs promoteurs, constructeurs de maisons individuelles, organismes professionnels et d'information, de financement, agents immobiliers et marchands de biens.

CHAUFFAGE ET CLIMATISATION

Du 16 septembre au 19 septembre 2005

Grenoble, Esplanade de la Porte de France

Les événements incontournables du secteur de l'énergie.

MAISON NEUVE

Du 16 septembre au 18 septembre 2005

Paris, Paris expo, Porte de Versailles

Salon où le grand public rencontre tous les acteurs de la maison individuelle.

MAISON INDIVIDUELLE

Du 16 septembre au 18 septembre 2005

Bordeaux, Parc des Expositions

Tout pour savoir comment acheter une maison individuelle.

CHAUFFAGE ET CLIMATISATION

Du 23 septembre au 25 septembre 2005

Gap, Hall de la Blèche

Les événements incontournables du secteur de l'énergie.

Petites annonces

Professionnels de l'immobilier, PASSEZ GRATUITEMENT VOS PETITES ANNONCES sur le site du Journal de l'Agence :

www.journaldelagence.com

Rubrique «Petites annonces»

(Recrutement, Ventes et cessions de cabinets, autres...)

Retrouvez toutes les informations sur le site.

COLDWELL BANKER France

Recrute un formateur/animateur basé au siège de la franchise à Paris. Bonne connaissance du métier, de l'organisation et du management d'une agence impératifs. Sens du contact, rigueur, capacité à analyser et formaliser nécessaires. La pratique de l'anglais et la connaissance des réseaux serait un plus. Poste directement rattaché à la direction « Network Services ».

Adressez CV et lettre à :

Coldwell Banker :

98, av de Villiers - 75017 Paris

ou par mail

mjoussely@coldwellbanker.fr

Immogroupe

Recherchons Agent Commercial statut indépendant avec très bon pourcentage pour Paris 13 et proche banlieue 94. Véhicule indispensable. Expérience appréciée. Très large autonomie. Poste à pourvoir rapidement.

Adressez CV et lettre à :

114 avenue d'Italie

75013 Paris

Tél : 01 45 89 00 55

Immog13@hotmail.com

Immolyon

Recherche pour Lyon et proche périphérie, Commercial indépendant et organisé, gèrera un secteur sous la responsabilité du chef d'agence. Connaissance de l'activité de transaction obligatoire, esprit d'équipe et bonne humeur seront un plus.

Adressez CV et lettre à :

38 route de Viennes

69007 Lyon

Tél : 04 37 28 73 73

r.puvilland@immolyon.fr

Agence Bat'immo

Nous recherchons des agents négociateurs rédacteurs immobiliers pour développer notre périmètre d'intervention et pour étoffer notre portefeuille. Les moyens que nous mettons en oeuvre vous permettent de travailler de façon autonome tout en restant facilement en contact avec notre manager en chef. Commissionnement intéressant et formation assurée.

Merci de nous contacter :

0563615126 ou par email

contact@bat-immo.fr

C.B.I

Benoit TROUBAT

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

CBI TROUBAT

1, Place des Carmes

84000 AVIGNON

Tél : **04.90.16.94.84** et/ou 06.11.46.34.92

Fax : 04.32.74.15.03

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

Consultez mes affaires sur :

www.cbi-troubat.com

Professionnel depuis 1967

Expert depuis 1992

A VOTRE SERVICE

PASSEZ GRATUITEMENT VOS PETITES ANNONCES sur le site du Journal de l'Agence :

www.journaldelagence.com

Rubrique «Petites annonces»

www.capim.fr

Votre outil de souscription d'assurances en ligne

**DEVENEZ
PARTENAIRE**

Les contrats d'assurances en ligne.
En quelques secondes, vous obtenez devis et souscription d'une multirisque habitation avec paiement sécurisé par carte bancaire et attestation imprimée sous format PDF.

- Une offre globale d'assurances destinée aux Syndics pour vous et vos mandants (multirisque immeubles, PJ copro...).
- Les offres pour vos assurances obligatoires et facultatives (garanties financières, RC Pro...).
- Un pack complet pour les propriétaires bailleurs, propriétaires occupants et locataires (loyers impayés, garantie revente, garantie décès du locataire, carence de MRH...).
- Pour vous et vos collaborateurs, nous vous proposons des produits défiant toute concurrence (assurance auto, habitation, santé, retraite, prévoyance...).

► N°Azur 081 081 30 30

Pour tout renseignement contacter :

Xavier GUGLIELMI

CAPIM SA - 146 rue Galliéni

92514 Boulogne Billancourt cedex.

Tél. : 01 41 86 06 26 - Fax : 01 41 86 06 10

E-mail : info@capim.fr

HomeRésa

Location Saisonnière



RÉSERVATION

- + Propositions commerciales
- + Suivi des dossiers
- + Gestion de la relation client



ACCUEIL SITE

- + Réception
- + Planning
- + Prestation sur site
- + Facturation comptoir

LA PLATEFORME DE RÉSERVATION EN TEMPS RÉEL.



GESTION DE PARC

- + Diffus
- + Résidences
- + Hôtels
- + Gites



SITE INTERNET

- + Site commerciaux
- + Tour Operators en ligne
- + Web services

A partir de 150 €HT / Mois*

HomeRésa est la solution Informatique complète et innovante conçue pour les professionnels de la location saisonnière.

Réservez vos séjours en temps réel sur www.homeresa.com

Pericles
www.pericles.fr

L'informatique au service de l'immobilier.

53, rue Baudin 92300 Levallois-Perret.
info@pericles.fr

+ Améliorez votre productivité

Gérez un dossier de réservation depuis la prospection client locataire, jusqu'à la comptabilité et l'édition du compte rendu au propriétaire. Tous les acteurs de la chaîne travaillent sur le même système.

+ Optimisez votre commercialisation et vos partenariats

- ▶ Ouvrez l'accès à la commercialisation de votre parc au plus grand nombre de partenaires en leur permettant de réserver en temps réel sur votre stock.
- ▶ Gérez la réservation sur Internet depuis votre site ainsi que sur les portails et moteurs de recherche spécialisés.
- ▶ Collaborez avec les centrales de réservation et offices du tourisme.

+ Fidélisez vos clients

LOCATAIRES

- ▶ Prospectez sur la base de vos fichiers clients.
- ▶ Qualifiez et adaptez votre offre sur la base de l'analyse de vos fichiers.
- ▶ Développez les offres spéciales sur les séjours.

PROPRIÉTAIRES

- ▶ Communiquez sous la forme de compte rendu de gestion en continu.

+ Réduisez vos coûts

- ▶ HomeRésa étant un service applicatif en ligne par abonnement.
- ▶ Votre matériel existant est le plus souvent suffisant.
- ▶ HomeRésa s'interface avec vos propres outils informatiques.

N°Azur 0810 0810 00

PRIX D'APPEL LOCAL