

# Le Journal de **l'Agence**

L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

N°21

Conjoncture

**Entre espoir  
et désespoir**

Guide High Tech

**Comment choisir  
son smartphone**

Dossier

# Le retour des agents commerciaux



**METTEZ TOUTES LES CHANCES DE VOTRE CÔTÉ**

**1**

**Plus que jamais, vous exigez des contacts de qualité pour votre agence**

*Nous investissons massivement pour vous apporter une audience très qualifiée.*

■ Nos experts recherchent en continu la meilleure visibilité pour vos annonces : une couverture majeure sur les moteurs de recherche, partenariats avec des sites stratégiques, disponibilité du portail sur téléphone mobile, présence internationale.



**2**

**Plus que jamais, vos annonces doivent être publiées sur un média performant**

*Nous innovons pour que les internautes bénéficient d'un service efficace.*

■ Les internautes ont élu SeLogger.com, Meilleur Site Immobilier de l'année 2008\*, pour son contenu, sa technologie et ses outils, tel que l'alerte email.

**3**

**Plus que jamais, vous souhaitez être accompagné par un partenaire expérimenté**

*Plus de 15 ans d'expérience au service exclusif des professionnels et 250 personnes à votre service.*

■ Un conseiller personnel vous propose des prestations adaptées à votre activité.

■ SeLogger.com met à votre disposition des produits et outils innovants pour votre communication.

**100% D'EFFICACITÉ POUR VOTRE AGENCE**

**Contactez-nous : 0826 620 620**

# édito

«Avec l'automobile, l'immobilier est l'un des secteurs économiques les plus touchés par la crise. Effondrement du nombre de transactions, réajustement des prix à la baisse, compression des commissions, fermetures d'agences, licenciements... les premiers effets sont d'ores et déjà perceptibles. Il faut dire que l'euphorie des dernières années avait fait naître nombre de vocations : on dénombrait 17 000 agences en 1997, plus de 30 000 dix ans plus tard. Selon l'Insee, le pic annuel de créations a été atteint en 2003, avec une hausse de 27 %, contre 3 % de plus seulement en 2007. Aujourd'hui, les fermetures inquiètent. Compte tenu de la faiblesse des volumes de ventes, le nombre d'agences pourrait être retombé entre 26 000 et 27 000 à la mi-2010, contre un peu plus de 34 000 à l'heure actuelle. Les agences les plus exposées ? Celles qui se cantonnent à la transaction et ne peuvent compter sur l'administration de biens pour compléter leur activité. Pour continuer à assurer des services de qualité à leur clientèle, sans déséquilibrer les finances de leur entreprise, nombre de professionnels font aujourd'hui le choix de s'entourer d'agents commerciaux. Nous consacrons d'ailleurs notre dossier de couverture au grand retour des « agents co ». Vous y trouverez notamment les conseils de nos consultants Anne-Claude Poncet et Gérard Bornot. Précieux par les temps qui courent, ils devraient vous aider à négocier le virage actuel, et à rester dans la course. Histoire d'éviter de fâcheuses sorties de route.

**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](http://www.journaldelagence.com)**

Magazine diffusé auprès de 33000 professionnels de l'immobilier.



**JDA Editions** • BP20-91570 Bièvres • Contact: info@journaldelagence.com • **Directeur de publication** : Catherine Renner • **Rédactrice en chef** : Ariane Artinian - aartinian@bazikpress.com • **Conception éditoriale** : Bazik Press 06 63 52 05 58 • **Conception graphique** : Nathalie Minier - 06 70 49 03 59 • **Réalisation / Fabrication** : Immo'Flash - 04 91 95 69 35 • **Imprimerie** : Sagic Viera • **N° ISSN** : 1764-2345 / **N° SIREN** : 449 073 766 RCS Paris.

# Sommaire



## Dossier

> Le retour des agents commerciaux

p11

## Actualités p4

> Avis Immobilier détenu à 100% par des franchisés

## Conjoncture p6

> Entre espoir et désespoir

## Dossier p11

> Le retour des agents commerciaux

## Juridique p13

> Maîtriser les règles du jeu

## Management p16

> Constituer et animer une équipe

## Repère financier p19

> Attention aux petits frais

## High Tech p22

> Choisir son smartphone

## Coaching p26

> Maison et intimité

## Nominations



**Yves Macé,** 50 ans, fondateur de Périclès, éditeur spécialisé de solutions

logicielles au service de l'immobilier, a été nommé directeur général adjoint du groupe SeLoger.com en charge de l'innovation métier.



**Catherine Renner,** 48 ans, jusqu'ici directrice commerciale, reprend

la direction générale de Périclès dont Yves Macé assure la présidence. Catherine Renner a acquis une solide expérience en marketing et en gestion de la relation client au cours des dix années passées chez Microsoft France. Elle a ensuite

intégré Périclès en 1999 en tant que responsable de la relation clients avant d'être nommée directrice commerciale en 2002.



**Laurent Vimont,** 47 ans, a pris la présidence de Century 21. Il succède à Hervé Bléry, 62 ans,

président depuis l'automne 2007, qui reste conseiller du président et vice-président du Fichier français immobilier professionnel (FFIP). Laurent Vimont a réalisé l'essentiel de sa carrière au sein du réseau Century 21, où il débute en 1987 pour en assurer le développement, avant de prendre en charge l'animation et d'être nommé directeur du développement. ●

## Guy Hoquet s'engage dans la certification de services



Pour faire progresser la qualité de service au cœur de la relation client, Guy Hoquet se lance dans la certification de services. Chaque agence sera évaluée sur la base d'un référentiel portant sur la compétence de l'agent, l'accueil physique et téléphonique, le conseil adapté à la situation et aux besoins du client, la vente

et son suivi. La certification est encadrée par un comité composé d'institutionnels (ministère du Logement, Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes), d'associations de consommateurs et d'experts immobiliers. Les premiers certificats seront obtenus au second semestre 2009. ●

## CSF entre dans le capital d'EffiCity

EffiCity a réalisé une levée de fonds de 1,5 million d'euros auprès du Crédit social des fonctionnaires (CSF). L'agence qui pratique des honoraires de 1 % sur les transactions si le propriétaire assure lui-même les visites ne devrait pas tarder à proposer ses services spécifiquement aux fonctionnaires. « En réduisant sensiblement les coûts de la transaction, notre modèle fournit une réponse à la crise de l'immobilier en permettant aux propriétaires de vendre leurs biens aux prix du marché sans toutefois baisser leur net vendeur », explique Christophe du Pontavice, co-fondateur. ●

## AVIS Immobilier détenu à 100% par des franchisés



Affirmant plus que jamais leur volonté d'être une franchise de commerçants au service de commerçants, les cinq franchisés historiques, jusqu'alors actionnaires minoritaires de la marque Avis-Immobilier, ont racheté les parts sociales détenues depuis 1999 par Ataraxia. Pour favoriser la proximité, les franchisés se regroupent en 11 régions plus petites et réactives. Ils pourront notamment mettre en place des opérations locales com-

munes. Chaque région sera animée par un coordinateur, lui-même franchisé. Ces experts – reconnus dans leur métier – donneront de leur temps pour le réseau et leurs collègues franchisés. Les services fondamentaux (formation, juridique, marketing, Web et communication, développement, audit, achats...) sont quant à eux maintenus. Cette nouvelle organisation s'accompagne d'une diminution des redevances mensuelles de 15 à 30 %. Le développement reste une priorité, en resserrant au maximum le maillage avec les agences déjà en place, mais toujours avec une exclusivité de secteur. L'enseigne propose des conditions spécifiques pour les indépendants souhaitant participer à ce nouveau modèle économique. ●

## Une académie de formation Seloger.com

La nouvelle académie Seloger.com accompagne désormais les agents dans leur communication en ligne, enjeu de visibilité et d'efficacité stratégique. Le programme ? Des sessions de formation à distance pour optimiser l'utilisation d'Internet. Sans quitter l'agence, les participants se connectent à une conférence téléphonique et suivent les explications du formateur via un diaporama. Les sessions sont limitées à dix participants et durent trente minutes. Elles ont lieu deux fois par semaine et sont ouvertes à tous les collaborateurs de l'agence. Elles sont gratuites pour les clients du groupe. ●



## Naissance de l'Union des syndicats de l'immobilier

Aux cotés de la Fnaim et du Snpi, un nouveau syndicat de l'immobilier est né. Son nom : l'Unis, Union des syndicats de l'immobilier. Il résulte de la fusion de la Cnab (Confédération nationale des administrateurs de biens), du Csab (Conseil supérieur de l'administration de biens) et de l'Unit (Union nationale de l'immobilier), sous l'impulsion de leurs présidents respectifs : Serge Ivars, Etienne Ginot et Chantal Coste. L'objectif principal de l'Unis est d'augmenter la représentativité de la profession et son influence auprès des pouvoirs publics. L'Unis est présidée par Serge Ivars. Chantal Coste

occupe le poste de présidente déléguée en charge des métiers de la transaction et Etienne Ginot celui de président délégué en charge de l'activité administration de biens et gestion locative. La fusion a été approuvée par les assemblées générales de chacun des trois syndicats. Néanmoins, chaque adhérent est libre de rejoindre ou non cette nouvelle structure. Elle-ci accueille d'ores et déjà 2 000 administrateurs de biens et syndics de copropriété, 2 000 agents immobiliers ou transactionnaires et 400 marchands de biens. ●

Pour en savoir plus : [www.unis-immobilier.com](http://www.unis-immobilier.com)

## Appel aux agents solidaires



Avis aux professionnels. Isabelle Larochette, présidente d'Agence solidarité logement, lance un appel aux agences immobilières. Son association loi 1901 regroupe des membres qui s'engagent à reverser 1 % de leur chiffre d'affaires à la Fondation Abbé-Pierre pour contribuer à la réalisation

du programme «2 000 toits pour 2 000 familles». Le label millésimé, collé sur les vitrines de toutes les agences partenaires, donne l'assurance aux particuliers de s'adresser à un réseau de professionnels engagés auprès des mal-logés. L'initiative est soutenue par le SNPI (Syndicat national des professionnels immobiliers) qui regroupe 9 500 agences immobilières.

Pour en savoir plus : [www.agencesolidarite-logement.fr](http://www.agencesolidarite-logement.fr)

# La Bourse de l'Immobilier RECRUTE



### 3 RAISONS de vous envoler avec nous :

- 1 - Travailler au sein d'un grand réseau
- 2 - Gagner +
- 3 - Evoluer dans votre carrière

## PARTAGEONS NOS TALENTS



Envoyez votre CV + lettre de motivation à : [recrutement@bourse-immobilier.fr](mailto:recrutement@bourse-immobilier.fr)

# BOURSE DE L'IMMOBILIER



[www.bourse-immobilier.fr](http://www.bourse-immobilier.fr)



## Entre espoir et désespoir

*Les derniers mois de l'année 2008 ont été particulièrement mauvais. La production de crédits immobiliers aux particuliers a enregistré un nouveau recul, plus prononcé encore que celui de l'été. Et le marché de l'ancien a confirmé son dévissage. L'année 2009 commence cependant avec une note d'espoir, les taux d'intérêt reculent vite et fort...*

Dès novembre 2008, la hausse des taux des prêts du secteur concurrentiel (hors assurance et coût des sûretés) s'est interrompue. Les taux s'étaient alors établis à 5,15 % en moyenne, contre 5,14 % en octobre : ils avaient ainsi pris 51 points de base depuis le début de l'année 2008. En décembre, le mouvement de repli des taux des crédits immobiliers aux particuliers

s'est enclenché et il est rapide, la plupart des établissements de crédit ayant ainsi choisi de redynamiser le marché (une baisse des taux de 100 points de base est équivalente en terme de solvabilité de la demande à une baisse des prix de l'ordre de 10 %). Alors que les banques n'avaient remonté leurs taux que lentement et de façon modérée entre mai et octobre, afin de limiter l'ampleur de la récession des marchés immobiliers, la baisse est forte : en janvier, les taux se

sont établis en moyenne à 4,78 % (4,72 % pour l'accession dans le neuf et 4,75 % pour l'accession dans l'ancien). En deux mois, les taux ont donc reculé de 37 points de base : une telle baisse n'avait pas été observée depuis 1993 !

### Durées de prêts plus courtes

En outre, si en 2007 l'allongement des durées avait été au total de l'ordre de huit mois, dès l'automne le mouvement avait commencé à s'inverser pour amorcer un lent recul. Le repli s'est accéléré depuis le début de 2008 : il a été de l'ordre de huit mois au total sur l'ensemble de l'année. Au-delà des fluctuations qui se constatent d'un mois sur l'autre, le mouvement de raccourcissement des durées s'est alors poursuivi en janvier 2009 : la tendance à la baisse des taux permet en effet cela, sans risque d'altération de la solvabilité des emprun-



**Michel  
Mouillart**

“ Les marchés devraient pouvoir se ressaisir en 2010, le plan de relance pouvant alors produire les effets attendus, notamment lorsque l'appareil de production du secteur aura retrouvé ses pleines capacités. ”

teurs. Dans ce contexte et quelle que soit la référence prise, les conditions de crédit se sont donc améliorées depuis novembre 2008 : le niveau des mensualités associées à un même capital emprunté s'est

en effet réduit de 4 % en deux mois ! Et, même en dépit des évolutions intervenues jusqu'en octobre dernier, le niveau est maintenant revenu à celui du printemps 2006. La baisse du coût

moyen des opérations réalisée s'est ajoutée à cela : - 1,6 % en janvier 2009 sur un an, contre - 1,8 % en 2008, après + 3,6 % en 2007 et + 7,9 % en 2006. Il est vrai que, en ce début d'année 2009, les ménages qui ont réalisé leur projet sont plus modestes que par le passé, confirmant en cela le constat effectué en 2008.

## Méthode de l'enquête

Cet article synthétise les principaux résultats de l'Observatoire du Financement des Marchés Résidentiels (Crédit Logement/CSA) et de l'Observatoire de la Production de Crédits Immobiliers (Université de Paris X-Nanterre). L'Observatoire du Financement des Marchés Résidentiels se fonde sur l'analyse d'un échantillon représentatif de dossiers de crédits immobiliers aux particuliers acceptés (et non pas de prospects ou d'offres de prêts) : cet échantillon concerne chaque mois de l'ordre de 25 000 opérations immobilières (dont près de 45 % de transactions sur logements anciens), soit de l'ordre de 20 % de l'ensemble du marché. La production de crédits immobiliers concernée couverte par l'échantillon est ainsi de près de 3.5 Mds d'€ chaque mois, pour une production annuelle globale de 170 Mds d'€ en 2007 d'après l'Observatoire de la Production de Crédits Immobiliers. L'Observatoire de la Production de Crédits Immobiliers réalise chaque trimestre une recension quasi exhaustive (le taux de couverture est de 97.2 %) des crédits nouveaux accordés aux ménages.

## Stabilisation de la solvabilité des ménages

Ainsi, l'indicateur de solvabilité de la demande s'est stabilisé à un haut niveau en janvier 2009. Cette stabilisation intervient dans le cadre d'un moindre recours à l'endettement (en baisse de 4 % en moyenne en janvier 2009 sur un an, contre - 2,3 % en 2008, après + 3,2 % en 2007 et + 8,2 % en 2006), un mouvement rendu possible par une légère augmentation de l'apport

# C.B.I

LES SPECIALISTES DE LA CESSIION DE CABINETS  
D'ADMINISTRATION DE BIENS ET D'AGENCES IMMOBILIERES

*CBI, votre partenaire de confiance*

**Des Professionnels à votre service, sur l'ensemble de la France  
pour vous accompagner dans votre projet de cession ou d'achat de :**

- Cabinets d'Administration de biens
- Portefeuilles de gestion et/ou de syndic d'immeubles
- Cabinets de transaction immobilière
  - Avis de valeur préalable pour votre projet de vente ou d'achat
  - Avis de valeur lors de succession, partage, arrivée ou départ d'associé

**A Paris : Mr Jean-Cyriaque LEGOFF, mandataire**  
chargé de la clientèle sur Paris et les régions au Nord de Nantes à Genève  
**Tél. : 01.48.89.45.90 et/ou 06.99.09.48.81**  
Fax : 04.32.74.15.03 - [jc.lg@cbi-troubat.com](mailto:jc.lg@cbi-troubat.com)

**En Avignon : Mr Benoit TROUBAT, gérant de la société**  
Professionnel depuis 1967, chargé de la clientèle des régions du Sud,  
de Nantes à Genève  
**Tél. : 04.90.16.94.84 et/ou 06.11.46.34.92**  
Fax : 04.32.74.15.03 - [benoit.troubat@cbi-troubat.com](mailto:benoit.troubat@cbi-troubat.com)



**Jean-Cyriaque  
LEGOFF**



**Benoit  
TROUBAT**

***Nous saurons garder la confidentialité nécessaire à votre dossier Et nous vous assurons de notre totale indépendance***

CONSULTEZ NOS AFFAIRES SUR NOTRE SITE INTERNET  
**[www.cbi-troubat.com](http://www.cbi-troubat.com)**

Adresse courrier : 358, allée des Chênes 30650 ROCHEFORT DU GARD

personnel (un apport moyen encore en hausse de 1,7 % sur un an).

Jusqu'en octobre 2008, l'indicateur de solvabilité de la demande avait pu bénéficier assez largement de la baisse du coût moyen des opérations réalisées et donc d'un moindre recours à l'endettement : il profite maintenant, en plus, de l'amélioration des conditions de crédit, progressant de l'ordre de 5 % depuis six mois.

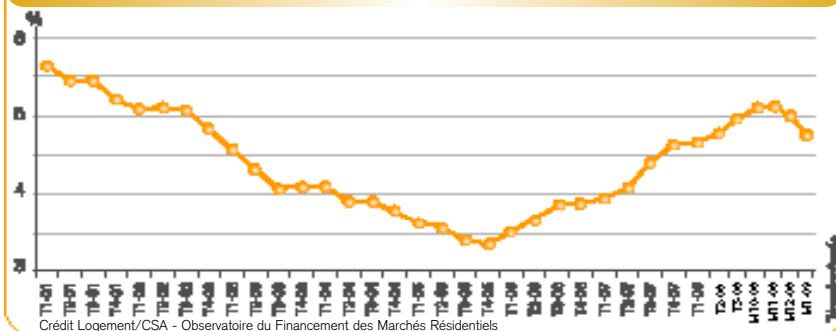
## Inquiétudes persistantes sur la production de crédits

Le recul du marché des crédits immobiliers aux particuliers s'est pourtant amplifié tout au long de l'année 2008. Alors que, au premier trimestre, il avait été de 9,2 % sur un an, de trimestre à trimestre, puis de 10,9 % au deuxième trimestre, il s'est établi à - 19,3 % au troisième trimestre et enfin à - 27,7 % au quatrième trimestre !

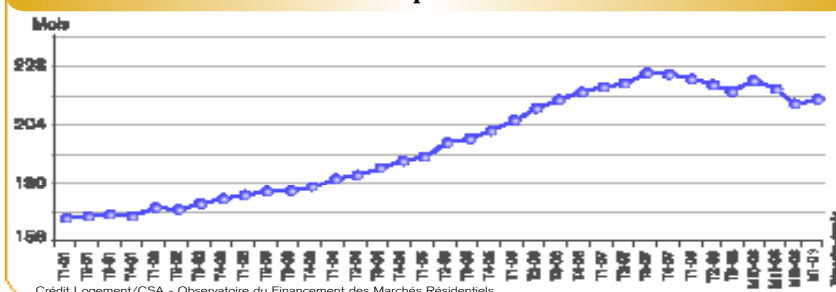
La production de crédits immobiliers aux particuliers a donc descendu une marche supplémentaire durant les mois d'été, et, sur l'ensemble de l'année 2008, le marché a reculé de 16,9 %. Dans ce contexte, les replis de production constatés sur le marché du neuf et sur celui de l'ancien sont comparables, de l'ordre de 18 % sur un an.

Si la crise financière internationale et les conséquences qu'elle imprime sur l'offre de crédits au secteur de l'immobilier trouvent une réponse rapide, les marchés devraient cependant pouvoir se ressaisir en 2010, les dispositions du plan de relance pouvant alors produire tous les effets attendus. L'année 2009, en revanche, connaîtra encore très probablement une dégradation de l'activité : plus modérée, certes, mais tout de même significative tant que les économies n'auront pas gommé les effets de la récession qui les paralysent maintenant. Et surtout

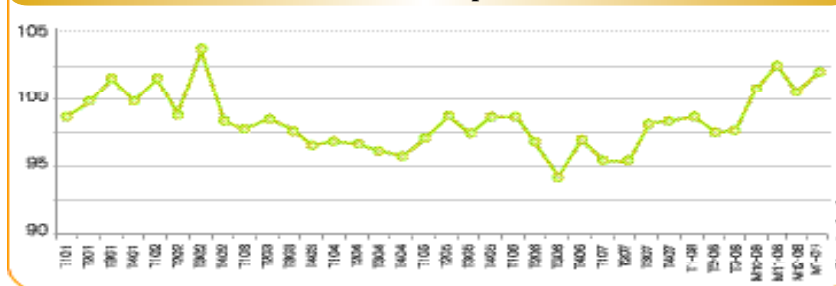
### Les taux des prêts immobiliers sont revenus à leur niveau de la fin 2001



### La réduction de la durée des prêts s'élève à cinq mois sur un an



### La tendance à la remontée de la solvabilité des ménages devrait se renforcer dans les prochains mois



tant que l'appareil de production du secteur n'aura pas retrouvé ses pleines capacités. La production de crédits immobiliers aux particuliers a par exemple peu de chance de véritablement se ressaisir en 2009. Dans le contexte des incertitudes persistantes, le scénario qui se dessine est celui d'une production de 120 à 130 milliards d'euros dans le meilleur des cas, contre 170 milliards en 2007 et 141 milliards en 2008. Et rien pour l'heure ne permet d'attendre une amélioration du scénario pour cette année. Il est même à craindre, compte tenu de la dégradation de la demande qui est

maintenant visible, que 2009 soit moins bonne que prévu.

Dans ce scénario, le marché de l'ancien devrait redescendre vers 500 000 transactions en 2009... et au mieux (c'est-à-dire si l'offre de crédits se redresse plus vite qu'espéré) se stabiliser légèrement au-dessus des 540 000 transactions. Mais encore faudrait-il que la crise financière soit elle réglée. Sinon, il ne faudra pas attendre de sortie de crise avant 2011. ●

**Michel Mouillart,**

Professeur d'économie de l'université de Paris X-Nanterre

# OFFREZ

LE MEILLEUR DE LA GESTION IMMOBILIÈRE

A VOS CLIENTS

- 1) **Fidélisez** vos clients.  
En garantissant leurs revenus locatifs à 100 % et sans franchise.
- 2) **Externalisez**  
votre service de gestion immobilière.

## GESTION IMMOBILIÈRE

- 3) **Percevez** des honoraires permanents.  
Par le versement d'un commissionnement sur chaque dossier.
- 4) **Augmentez** votre chiffre d'affaires.  
En conservant l'exclusivité des locations et des ventes des biens de vos clients.



MBM

LA SOLUTION GESTION



[www.mbm-gestion.com](http://www.mbm-gestion.com)

Centre de gestion immobilière

N°Azur 0 810 38 95 24

PRIX APPEL LOCAL

+ DE 500 AGENCES

PARTENAIRES



Webgenerery se relooke,  
découvrez  
notre offre sur  
[www.webgenerery.com](http://www.webgenerery.com)



## Gagnez en visibilité sur le web ! Créateur de Sites Internet Pour l'IMMOBILIER

**Valorisez  
votre image**

**Générez  
des contacts**

**Augmentez  
votre efficacité**

**Affirmez votre différence**  
un site graphiquement sur mesure

**Positionnement**  
dans les moteurs de recherche

**Gagnez en réactivité :**  
actualisez votre site en un clic

**Fidélisez votre clientèle**  
en optant pour l'interactivité  
Espace personnel, alertes e-mail,  
espace infos pratiques...

**Référencement**

**Transmission via internet**  
de votre portefeuille immobilier

**Trafic ciblé**

**Animez votre réseau**  
Gestion multi-sites, multi-langues,  
espace collaboratif ...

**Mettez en valeur  
vos produits et services**  
Vidéos, blogs, panoramiques...

**Audit Statistique**  
rapport trimestriel

**Sécurisez  
votre solution internet**  
Cryptage et **Sauvegarde** de vos données  
garantis



**Sortez de l'anonymat, appelez le :**

# 0 820 309 054

Coût d'un appel local

# Le retour des agents commerciaux



*En période de ralentissement de l'activité, les entreprises immobilières ont tendance à se séparer de leurs négociateurs salariés. Ce qui fait les affaires des agents commerciaux qui reviennent en force sur le marché. Des électrons libres à manager avec précaution.*

La crise financière, économique et, par voie de conséquence, immobilière qui sévit aujourd'hui n'est évidemment pas sans répercussions sur les professionnels qui subissent de plein fouet l'effondrement du volume de transactions. Alors que le chiffre d'affaires de plus de la moitié des agences immobilières ne dépasse pas 150 000 euros par an pour 10 à 12 transactions, comment les petites structures peuvent-elles résister au retournement du marché ? Certes, dans bien des cas, il s'agit de cabinets familiaux, mais, dans d'autres, le chef d'entreprise emploie plusieurs salariés avec les charges qui

en découlent. Certaines agences, confrontées à la baisse de leur chiffre d'affaires, ont dû fermer boutique, d'autres se restructurent en licenciant une partie de leur personnel pour alléger leurs charges. Les premières victimes sont alors les négociateurs. Or, pour continuer à générer du chiffre d'affaires, une agence doit rentrer des mandats et donc, si possible, avoir des négociateurs sur le terrain. De ce point de vue, l'agent commercial peut constituer une solution qui, dans le climat de crise actuel, a incontestablement le vent en poupe. « Ces cycles, naturels et sains, se sont d'ailleurs souvent



**Jean Pascal Dutto**  
Président directeur général de Re/Max

“ La sécurité du salarié est un leurre. En période de ralentissement, les agences commencent toujours par se séparer des collaborateurs qui réalisent le moins de transactions et coûtent le plus cher. ”

**Thierry Caminati,**  
PDG Swixim

“ Dans la plupart des pays anglo-saxons et en Suisse, la majorité des bons commerciaux sont des indépendants. En France, on a le culte du salariat mais on ne peut pas faire de l'immobilier en comptant ses heures et ses RTT. C'est un métier d'indépendant pour lequel on doit être rémunéré en fonction de ses résultats. Plus combatifs, les agents commerciaux savent être sélectifs sur les mandats et convaincre les propriétaires sur le prix de vente. ”

répétés. C'est dans ces périodes que RE/MAX fédère de nombreux agents commerciaux, parfois même d'anciens agents immobiliers, en leur permettant de diminuer sensiblement leurs charges » déclare Jean-Pascal Dutto. Autre avantage de ces collaborateurs rémunérés aux résultats : leur motivation. « Depuis 1995, les meilleurs vendeurs sont des agents commerciaux », précise Thierry Caminati, directeur de Swixim. Utiliser les services d'un agent commercial offre souvent plus de souplesse et les nouvelles technologies, notamment Internet, favorisent ce statut financièrement intéressant pour l'entreprise qui n'a ni obligation de formation ni responsabilités vis-à-vis de cet intervenant. « Certains négociateurs préfèrent en outre avoir le statut d'agent commercial car ils estiment mieux gagner leur vie. J'ai même le souvenir de l'un d'entre eux qui avait une rémunération supérieure à son employeur », raconte le président de la Fnaim, René Pallincourt. Il ne faut cependant pas se voiler la face, le statut d'agent commercial sert surtout à sécuriser la trésorerie d'une entre-

prise forcément, soumise aux aléas du marché. Et René Pallincourt de relater le cas d'un agent immobilier qui a dû licencier trois négociateurs sur six, ce qui lui a coûté cher et n'a résolu que temporairement son problème. Sans chiffre d'affaire depuis trois mois, sa trésorerie fond comme neige au soleil et s'il ne fait aucune vente avant la fin mars, il devra cesser son activité. Aurait-il pu traverser la crise s'il avait fait appel à des agents commerciaux ? Sans doute aurait-il eu plus de latitude. Si le statut « d'agent-co » ne manque pas d'attrait, il convient néanmoins de s'entourer d'un minimum de précaution avant d'y recourir. Commencez par éviter les faux pas juridiques préjudiciables en vous reportant à l'article d'Anne-Claude Poncet (p13). Reportez vous ensuite aux conseils de Gérard Bornot (p18). Notre consultant vous livre les clés pour « piloter » un collaborateur qui ne fait pas partie de vos troupes. La solution pour gérer cet électron libre ? Le considérer comme un partenaire avec qui vous passez un contrat gagnant-gagnant. ●

**Colette Sabarly**



## avis d'experts

**Guillaume Eyméric,**  
directeur du Groupe Eric Mey

Avec notre réseau Idimmo, nous sommes à l'origine du concept du VDI ou « Vendeur Debout en Immobilier ». Ce réseau, qui existe maintenant depuis dix ans, se compose de 400 agents commerciaux indépendants qui travaillent en fichier commun avec nos autres réseaux : Le Tuc Immo et Idimax. L'agent commercial est un chef d'entreprise. Il est commissionné selon un barème qui oscille de 80 à 95 % selon son chiffre d'affaire. Les charges d'un agent commercial sont légères et lorsque l'activité ralentit, un agent IDIMMO ne subit pas les mêmes contraintes que celles d'une structure avec un loyer et du personnel salarié.

**Gilles Chapeleau,**  
directeur général Avis-Immobilier

Le réseau Avis-Immobilier qui existe depuis 1957 s'est développé en franchise dans les années 80 en privilégiant la formation de créateurs et de leurs collaborateurs. La formation des Négociateurs porte à la fois sur la philosophie de l'Enseigne et les Méthodes utilisées. Dans ce contexte le statut de salarié VRP est plus adapté au mode de fonctionnement du Groupe Avis. C'est la préconisation de la tête de réseau, mais certains franchisés collaborent avec des agents commerciaux surtout en période de ralentissement de l'activité

**Olivier Alonso,**  
président de Solvimo

Nous travaillons essentiellement avec des VRP salariés. Ils sont intégrés à l'agence et perçoivent une rémunération, ce qui permet au chef d'entreprise d'avoir des exigences, de fixer des objectifs. Le VRP est généralement payé à la commission et bénéficie d'un minimum garanti qui varie de 1 200 à 1 500 euros mensuels. Le pourcentage de commissions oscille la plupart du temps entre 22 et 27 %. Un bon négociateur doit gagner jusqu'à 5 000 euros par mois.


# Maîtriser les règles du jeu



*Avant de faire appel aux services d'un agent commercial, il faut prendre le temps de se pencher sur les spécificités de ce statut. Histoire d'éviter que le recours à ce type de négociateurs ne soit assimilé rapidement à une façon d'éviter le salariat.*

Lorsqu'il recrute des négociateurs, l'agent immobilier a essentiellement le choix entre deux statuts : salarié ou non salarié. Le collaborateur non salarié est agent commercial, mandataire indépendant. Il est chargé de négocier des mandats de vente ou de location au nom et pour le compte de l'agent immobilier. L'utilisation de ce statut en matière immobilière soulève des réticences, voire des critiques : s'il permet une flexibilité en matière de coût, il

peut constituer un salariat déguisé. Ainsi, lorsque l'agent commercial travaille pour un agent immobilier, il est soumis à des règles particulières. L'agent immobilier doit, quant à lui, se garder de traiter l'agent commercial comme un salarié s'il ne veut pas encourir la requalification du contrat. Enfin, la rupture du contrat d'agent commercial est parfois une étape délicate.

 Article L 134-1 du Code de commerce

## L'agent commercial et la loi Hoguet

Le statut d'agent commercial a connu de fortes turbulences après une décision de la Cour de cassation du 7 juillet 2004, qui semblait dénier à l'agent commercial la possibilité de travailler pour le compte d'un agent immobilier. Certaines préfectures avaient alors refusé de délivrer l'attestation de négociateur aux agents commerciaux. Après une période de flottement, et depuis juillet 2006, la loi Hoguet, modifiée, permet formellement aux personnes non salariées d'exercer l'activité de négociateur immobilier, par une extension du champ d'application du statut des agents commerciaux.

Le négociateur agent commercial doit donc s'immatriculer sur le registre spécial tenu par le greffe du tribunal de commerce, qui est également le centre de formalités compétent. A défaut, il encourt une sanction pénale. L'inscription doit être renouvelée tous les cinq ans. En outre, certaines spécificités



liées à la loi Hoguet doivent être respectées. Tout d'abord, l'agent commercial est nécessairement une personne physique : il ne peut pas, dans ce domaine, exercer son activité sous la forme d'une société. L'interdiction découle des règles relatives au négociateur et a été confirmée par une réponse ministérielle. Ensuite, l'agent commercial doit détenir l'attestation de négociateur, la « carte blanche », délivrée par l'agent immobilier titulaire de la carte professionnelle, en tant que personne habilitée à négocier ou s'entremettre pour son compte. Pour obtenir cette attestation, il doit répondre aux conditions de moralité définies par la loi Hoguet, c'est-à-dire ne pas avoir été condamné à une peine d'au moins trois mois d'emprisonnement sans sursis pour une liste d'infractions déterminées, telles que l'abus de confiance ou le faux. Enfin, et malgré la définition donnée par l'article L 131-1 du Code de commerce, l'agent commercial voit sa mission strictement encadrée. Il ne peut pas rédiger

d'actes sous seing privé, à l'exception des mandats conclus au bénéfice de l'agent immobilier qu'il représente. Formellement, l'agent commercial doit mentionner son nom et sa qualité dans les

mandats à la conclusion desquels il intervient. Il lui est également interdit de recevoir ou détenir des sommes d'argent ou des biens ou d'en disposer à l'occasion de son activité, et de donner des consultations juridiques.

L'agent commercial qui outrepasser ses droits en prêtant son concours de manière habituelle à la conclusion de contrats préliminaires, à la vente de biens immobiliers ou de fonds de commerce, encourt l'annulation du contrat d'agence et une condamnation pour exercice illégal de l'activité d'agent immobilier.

*Cass. Com., 7/07/2004  
Article 4 de la loi du 2 janvier 1970  
« Hoguet », modifié par la loi du 13 juillet 2006  
portant engagement national pour le logement  
Article 9 du décret du 20 juillet 1972  
Articles R 134-1 et suivants du Code de commerce  
Rep. Min. n° 25009 JO Sénat R 14/12/2006  
Cass. Civ. 1, 31/01/2008*

## Les risques de requalification du contrat d'agence en contrat de travail

L'agent commercial est lié à l'agent immobilier par un mandat : il n'est pas un salarié. Le contrat d'agent commercial peut être verbal, mais l'écrit est toujours préférable, d'autant que chacune des parties peut contraindre l'autre à établir un écrit signé mentionnant le contenu du contrat d'agence.

L'agent commercial est un professionnel indépendant qui peut traiter des affaires pour son propre compte et accepter de nouveaux mandats sans autorisation, sauf s'ils font concurrence à l'un de ses mandats précédents. Son inscription au registre des agents commerciaux établit une présomption de non salariat. Toutefois, il peut rapporter la preuve contraire en démontrant l'existence d'un lien de subordination juridique permanente envers l'agent immobilier, afin d'obtenir le bénéfice d'un contrat de travail, et, notamment, une rémunération minimale.

L'agent immobilier doit donc res-

pecter de façon scrupuleuse l'indépendance de l'agent commercial, aussi bien quant aux moyens que celui-ci utilise, que dans l'organisation de sa prestation. L'agent commercial est ainsi libre de ses horaires et peut recruter des collaborateurs. De nombreux indices sont retenus par la jurisprudence pour caractériser l'existence d'un lien de subordination : la mise à disposition de matériel (poste de travail, téléphone, moyens informatiques...), ou de la logistique de l'agence (bureau), l'obligation de respecter les horaires de l'agence, d'effectuer des permanences, d'assister à des réunions hebdomadaires, ou encore le fait d'obéir aux ordres de l'agent immobilier, de se voir remettre des mandats par celui-ci...

Enfin, le statut d'agent commercial ne doit pas être adopté dans le seul but d'éviter le statut salarié de VRP. En effet, la Cour de cassation vient de rappeler que l'absence de lien de subordination entre les parties n'est pas à elle seule exclusive du statut légal de VRP. En conséquence, les juges doivent également rechercher si, dans l'exercice de son activité, la personne remplit les conditions pour bénéficier de ce statut.

*Article L 8221-6 du Code du travail  
Cass. Soc., 27/09/2006, 4/06/2008  
et 13/01/2009*

## Rupture du contrat, non concurrence et indemnités

En cas de rupture du contrat d'agence à durée indéterminée, ou d'un contrat à durée déterminée qui s'est poursuivi au-delà du terme convenu, un préavis doit être respecté. Il est d'un mois pour la première année du contrat, de deux mois pour la deuxième année commencée, et de trois mois pour la troisième année commencée et au-delà. L'agent commercial peut prétendre à une indemnité compen-



satrice destinée à réparer le préjudice qu'il subit. Il doit la demander dans l'année qui suit la fin du contrat, mais une demande avant la rupture du mandat peut être validée par le juge. En l'absence d'accord entre les parties, l'indemnité est généralement fixée par le juge à une somme correspondant à deux ans de commissions brutes, à moins que le mandant ne rapporte la preuve d'un préjudice moindre ou que l'agent démontre l'existence d'un préjudice plus grand.

L'indemnité n'est pas due cependant lorsque la rupture résulte de la faute grave de l'agent, telle qu'un défaut de loyauté consistant dans la conclusion d'un mandat pour une activité concurrente à celle du mandant. L'agent commercial perd également le bénéfice de l'indemnité lorsqu'il prend l'initiative de rompre le mandat, à moins que la rupture ne soit justifiée par l'impossibilité de poursuivre le contrat en raison de l'attitude du mandant, de l'âge, la maladie ou l'infirmité de l'agent. Fréquemment, le contrat d'agence



contient une clause de non concurrence, par laquelle l'agent commercial s'interdit de travailler sur un secteur géographique déterminé, auprès de la clientèle visée, pour une prestation définie. Cette clause ne peut pas avoir une durée supérieure à deux ans. La clause de non concurrence doit être proportionnée à l'objet du contrat, et ainsi justifiée par la protection des intérêts du mandant. Ainsi, elle ne doit pas

créer de sujétion abusive. Cependant, et à la différence de celle figurant dans un contrat de travail, la clause de non concurrence est valable même si elle ne stipule pas de contrepartie financière, dès lors qu'elle est conforme à la loi.

Articles L 134-12 et suivants du Code de commerce  
Cass. Com., 11/03/2008, 4/12/2007

Anne-Claude Poncet - Business Fil



## Business Fil

vos services d'information  
en droit immobilier

**Loi Hoguet**  
**Mandat Rapports locatifs**  
**Vente Propriété**  
**Obligations des propriétaires**  
**Construction Urbanisme**  
**Dispositif Scellier**  
**Commission Baux**

Testez-nous gratuitement  
pendant 4 semaines  
au 01 47 87 64 23  
[www.businessfil.fr](http://www.businessfil.fr)

- Des réponses **claires, précises** et **pertinentes**
- **6 000 réponses** apportées chaque année aux **agences immobilières**
- Des **réponses immédiates** par **téléphone**

Business Fil - S.A.S au capital de 160 000 € - 401 546 957 RCS Bobigny

# Constituer et animer une équipe



*Manager une équipe d'agents commerciaux avec qui tout lien de subordination est exclu, mais qui engage votre responsabilité, n'est pas une mince affaire. Du recrutement à la formation en passant par l'animation, le suivi et le contrôle, voici les règles du jeu.*

Le statut d'agent commercial est généralement choisi par un agent immobilier pour développer rapidement sa force de vente, sans pour autant engager un fonds de roulement important. Trop souvent, certains agents immobiliers optent pour ce régime dans le seul but de participer financièrement à la réussite des meilleurs, en éliminant tout risque pour ceux qui ne produiraient pas. A l'inverse, un grand nombre d'agents commerciaux s'engagent dans cette voie dans le but d'échapper aux contraintes d'un schéma hiérarchique (horaires, objectifs, contrôles, etc.). Ce manque d'engagements réciproques entre un chef d'agence et ses commerciaux ne contribue pas à favoriser une ambition commune et à une réussite collective, qui est la marque des équipes gagnantes.

La qualité première d'un chef d'entreprise réside en effet dans l'ambition qu'il a pour ses collaborateurs. Un agent immobilier qui réduit ses relations avec ses commerciaux à

## Remplacer des salariés par des agents commerciaux, une solution à exclure



De nombreux agents immobiliers envisagent de licencier leurs négociateurs salariés et de leur proposer un contrat d'agent commercial.

Après un rapide tour de France téléphonique à des agents affiliés à des réseaux américains, la réponse est claire : les agences qui ont expérimenté ce schéma, parfois même à la demande d'un collaborateur salarié, se sont retrouvées en situation de requalification par l'Urssaf.

Cette réflexion est d'autre part encouragée par les nouvelles dispositions gouvernementales portant sur le statut d'auto-

entrepreneur, qui suscite de l'interrogation, voire de l'intérêt chez des agents immobiliers. Ils y voient en effet une solution pour conserver leurs bons collaborateurs sans mettre en péril l'équilibre financier de leur entreprise. Sur ce point, de nombreuses questions restent posées, notamment sur la possibilité d'ouvrir ce régime aux agents commerciaux. Pour Nathalie Ezerzer, directrice du service juridique de la Fnaim, « rien pour le moment ne permet d'envisager ce statut pour un négociateur immobilier ».

Des initiatives ont été lancées par ailleurs en matière de portage salarial immobilier. C'est une très mauvaise bonne idée car, bien que la loi du 25 juin 2008 sur la modernisation du marché du travail offre enfin un statut juridique au portage salarial, rien ne permet d'imaginer comment fonctionner sous ce statut tant que la loi Hoguet ne sera pas modifiée.

**Jean Lavaupot** Directeur exécutif Era France

“ Il est difficile dans une même agence de manager des collaborateurs ayant des modes de fonctionnement et des schémas de rémunération différents. ”

un simple rapport d'argent est condamné à l'échec. L'agent commercial efficace, en plus des qualités doit posséder des motivations d'entrepreneur. Il doit avoir en effet la volonté de s'investir pleinement au départ dans l'apprentissage du métier, la connaissance de son secteur et la construction de son réseau d'informateurs, afin de s'inscrire dans un véritable partenariat « gagnant-gagnant » avec l'agent immobilier qui le mandate et n'en voir les retombées financières que quelques mois plus tard.

Deux hypothèses peuvent être envisagées pour la constitution de l'équipe. Une équipe mixte regroupant des négociateurs salariés et des agents commerciaux est généralement une solution compliquée à gérer. Difficile en effet de motiver et de mobiliser des collaborateurs qui, bien qu'ayant le même objectif – réussir dans leur métier et en

vivre correctement –, fonctionnent dans des schémas différents d'organisation, de responsabilité et de rémunération. Aussi est-il recommandé de mettre en place une équipe d'agents commerciaux indépendante. Ce schéma est pratiqué par les réseaux d'agences Re/Max ou Swixim et par les réseaux d'agents commerciaux Capifrance et Idimmo. Ce système repose sur la constitution d'un « réseau » important d'agents commerciaux qui fonctionnent avec un contrat identique leur fixant les mêmes droits et les mêmes devoirs. Cela marche parfaitement aux Etats-Unis. Ses caractéristiques ? D'un côté, un agent immobilier titulaire de la carte professionnelle apporte sa carte, son enseigne, sa notoriété et son savoir-faire. De l'autre, des agents commerciaux apportent leurs qualités commerciales et humaines, la bonne connaissance

de leur secteur et de leur tissu relationnel. Leur collaboration doit avoir pour but de favoriser la meilleure couverture possible de la zone d'influence naturelle de l'agence, afin de contribuer à la constitution d'un portefeuille de biens à vendre qui permette de drainer un trafic important d'acquéreurs vers l'agence. Ce concept est tout à fait adapté pour des agents commerciaux travaillant dans leur localité, très éloignés du porteur de carte, lequel, à partir de son agence, va œuvrer pour leur apporter tous les outils nécessaires : site Internet, informations, support juridique – carte professionnelle, mandats de vente, registre des mandats (le registre électronique des mandats apporte une véritable sécurité à ce type de réseau). La difficulté majeure pour un agent immobilier qui fait appel à des agents commerciaux engageant sa responsabilité est qu'il peut difficilement « contrôler » le fonctionnement de ses troupes pour des raisons contractuelles (absence de hiérarchie) et d'éloignement. ●

**Gérard Bornot**  
Consultant ANTOlogis.



**Professionnels de l'immobilier**

**Diffusez vos biens sur**  
**[www.annoncesjaunes.fr](http://www.annoncesjaunes.fr)**  
**c'est bien vu !**

**OFFRE SPÉCIALE SANS ENGAGEMENT\***  
pour en savoir plus, appelez vite notre service client au  
**N° Azur 0 810 136 136**  
[servicepro@annoncesjaunes.fr](mailto:servicepro@annoncesjaunes.fr)  
du lundi au vendredi de 9h à 18h

**annoncesjaunes.fr** est présent sur [pagesjaunes.fr](http://pagesjaunes.fr)  
**76 millions de visites par mois**  
Source : Médiamétrie - eStat - certifié OJD



**annoncesjaunes.fr**

\* Pour toute souscription d'un abonnement annoncesjaunes.fr, résiliation possible à tout moment par lettre recommandée avec AR, en respectant un délai de préavis de 30 jours.  
Pagesjaunes Petites Annonces, SA au capital de 7 575 945 euros - 7, avenue de la Cristallerie, 92310 Sèvres Cedex - RCS Nanterre 479 709 743. [aressy.com](http://aressy.com) - 02/09 - 5275



**Gérard Bernot**  
Consultant ANTOlogis

# Comment s'entourer d'une bonne équipe

Des réglementations de plus en plus contraignantes limitent les pouvoirs de l'agent commercial, obligeant ainsi l'agent immobilier qui choisira ce statut pour ses négociateurs à contrôler avec la plus grande rigueur le respect par ceux-ci de leurs obligations légales. Quelques conseils pour obtenir d'une équipe d'agents commerciaux un fonctionnement optimum et ne pas risquer une requalification par l'Urssaf.

## 1 Recrutement

Prenez le temps de procéder à un recrutement de qualité comme si vous deviez investir dans un salaire dès le premier jour, avec l'assurance que l'agent commercial aura de quoi vivre quelques mois sans revenus (ce qui exclut les jeunes de qualité mais sans réserves financières et avantage au contraire des candidats qui cherchent simplement un positionnement social).

## 2 Rémunération

Prévoyez un niveau motivant de rémunération qui vous permettra de refacturer certains frais à vos agents commerciaux. Sachez que les agences traditionnelles versent entre 40 et 50 % du chiffre d'affaires hors taxes à leurs agents commerciaux. Certains réseaux vont jusqu'à leur rétrocéder 100 % de la commission, mais, en contre partie, ils font payer des redevances mensuelles à leurs agents, couvrant le droit d'utilisation de la marque, la publicité nationale, l'usage de bureaux, de fournitures diverses...

## 3 Formation

C'est un poste clé d'une

intégration de qualité de vos agents, gage de réussite pour vos affaires (si vous faites appel à des formations extérieures, l'agent commercial en supporte le coût).

## 4 Organisation

Abstenez-vous de fixer un schéma d'organisation du travail ou d'imposer des tâches quelconques (permanence, distribution de mailing, etc.) ce qui laisserait supposer le moindre lien de subordination avec vos agents commerciaux.

## 5 Registre électronique

Disposer d'un registre électronique des mandats apporte une véritable sécurité aux agents immobiliers qui travaillent avec une équipe d'agents commerciaux. A cet égard, Périclès ([www.pericles.fr](http://www.pericles.fr)) propose une option très intéressante.

## 6 Salle de réunions

Si votre agent commercial doit recevoir un client à l'agence, il ne doit en aucun cas avoir son propre bureau. Il n'est pas interdit en revanche que vous lui réserviez une salle pour une réunion.

## 7 Refacturation

Pour éviter tout risque de requalification, refacturez à votre agent commercial une partie de votre budget publicitaire. Idem pour ses fournitures de cartes de visites et de documents commerciaux.

## 8 Agenda

Si vous organisez des réunions (hebdomadaires, mensuelles...), elles ne doivent en aucun cas leur être imposées. Leur participation de façon

régulière sera par contre pour vous l'occasion de valider leur implication dans la réussite de collaboration.

## 9 Système d'information

Mettez en place un système d'information permanent qui permettra à vos agents commerciaux d'être toujours en contact avec votre agence et favorisera un sentiment d'appartenance autour de votre enseigne.

## 10 Motivation

Rien ne vous interdit d'organiser des challenges pour mobiliser vos troupes et contribuer à leur motivation.

## 11 Signatures

Les agents commerciaux ne doivent en aucun cas signer des avant-contrats ou des reçus. S'ils sont éloignés de vos bases, incitez-les à établir de saines relations avec un ou plusieurs notaires de leur secteur pour des signatures rapides des compromis de vente.

## 12 Honoraires

Veillez à ce que vos agents commerciaux détiennent bien votre barème d'honoraires à jour et rappelez-leur qu'ils ne peuvent faire des remises d'honoraires que sur la part qui leur revient.

## 13 Communication

Un agent commercial ne doit en aucun cas «tenir boutique» avec une enseigne. Seule une plaque sur la porte de son domicile, rappelant sa qualité de mandataire de votre agence et les renseignements sur votre carte professionnelle, est autorisée.

# Attention aux petits frais !



**C**ontraction des volumes de crédits, retour drastique aux normes bancaires d'acceptation des dossiers et volatilité des barèmes de taux, les frais accessoires aux prêts peuvent davantage encore troubler l'emprunteur dans sa réflexion. D'autant que le gouvernement a lancé un chantier sur la dissociation de l'offre de crédit de celle de l'assurance. Analyse de notre consultant Bruno Rouleau, directeur associé, responsable des Partenariats et de la Formation.

## **Le JDA : Qu'appelle-t-on les frais accessoires à l'offre de prêt ?**

**Bruno Rouleau :** C'est l'ensemble des coûts directement liés à l'obtention et à la mise en place des fonds prêtés par une banque, mais non imputables au taux d'intérêt lui-même.

### **Le JDA : En clair, ce sont...**

**B.R. :** Les frais d'étude ou de dossier, les frais inhérents aux garanties, les honoraires des intermédiaires et tout ce qui touche aux assurances, souscrites ou à souscrire, pour garantir la banque du remboursement des fonds en cas de sinistre : assurances prévoyance emprunteur et perte d'emploi principalement.

## **Le JDA : Les banques n'incitent-elles pas fortement à souscrire leurs assurances de prêt ?**

**B.R. :** Oui, c'est souvent ainsi que ça se passe. Avec le lot d'avantages et d'inconvénients de ces contrats,

qui ne sont, en revanche, que trop rarement expliqués par les conseillers bancaires malgré l'obligation qui leur incombe depuis octobre 2008.

### **Le JDA : C'est-à-dire ?**

**B.R. :** Le renforcement de l'information du consommateur non avisé, prévu notamment dans la circulaire régissant les marchés d'instruments financiers (MIF) de 2007 pour l'épargne, a trouvé un prolongement dans toutes les formes d'assurance. Le conseiller bancaire, tout comme l'assureur ou tout intermédiaire intervenant dans la chaîne de crédit et pouvant proposer un contrat d'assurance, doit établir un diagnostic (sauf pour la partie médicale qui demeure du ressort exclusif du médecin de la compagnie et sous secret de l'information), visant à formaliser la découverte de la situation spécifique de l'emprunteur et à prescrire une solution. Le document appelé « avis de conseil » est signé par le

client, reconnaissant ainsi le travail d'exploration du conseiller.

## **Le JDA : Pour revenir à la vente associée des assurances par les banques, Madame Lagarde, ministre des Finances, semble avoir pointé du doigt cette pratique et veut la remettre en question.**

**B.R. :** Il est important de bien saisir ce qui existe et ce qui va se passer. Les banques ont, pour certaines, racheté des compagnies d'assurance ou, pour d'autres, en ont créé depuis ces quinze dernières années. Elles maîtrisent ainsi la chaîne du risque emprunteur sur un dossier de crédit, surtout si elles y ajoutent la garantie sur le bien, via une structure captive, ou affiliée, de cautionnement. Cela leur permet d'accélérer les procédures de validation des garanties, de contrôler des contrats d'assurance, leur bon paiement et donc de verrouiller le risque de non-paiement

des primes. C'est donc plutôt un élément sécurisant également pour le client. Mais il ne faut pas occulter non plus le caractère lucratif de ce schéma, puisque cela permet aux établissements de crédit d'encaisser des rétrocessions internes de commissions sur les contrats lors de leur souscription mais surtout durant la vie des contrats.

**Le JDA : Ce qui compenserait, partiellement du moins, les efforts consentis sur les taux d'intérêts.**

**B.R. :** Même s'il ne faut pas généraliser, c'est souvent une information importante retenue par le banquier dans son calcul de rentabilité.

**Le JDA : Mais alors en quoi consiste le projet des pouvoirs publics ?**

**B.R. :** L'interdiction de la vente liée est déjà existante dans la réglementation. Mais une banque peut toujours refuser, et sans avoir à se justifier, de prêter si elle n'a pas participé à l'adhésion au contrat d'assurance. Elle peut en effet prétexter que la garantie n'est pas certaine, notamment si l'emprunteur, qui est généralement le souscripteur du contrat, venait à ne plus régler les primes et donc à ne plus être assuré. Le projet de la ministre vise à libéraliser les propositions de délégation de contrats individuels, ou collectifs, mais souscrits au travers d'autres structures (l'employeur par exemple. A condition – et c'est là que la nuance est lourde – que l'assuré soit au minimum aussi bien couvert par ce contrat que par celui proposé par la banque. Autant dire que cela va faire bouger les contrats des compagnies adossées aux banques, sans pour autant leur faire perdre leur prépondérance, à mon avis.

**Le JDA : Mais les contrats proposés par les banques sont-ils en définitive moins bons ?**

**B.R. :** Je ne dis pas cela. Par contre, les banques distribuent essentiellement des contrats dits « groupe ». Ceci signifie que le taux de cotisation, et donc la prime



d'assurance appelée, est calculé en regard d'une statistique de la population garantie par ce type de contrat, sans tarification individuelle, hormis pour les spécificités liées aux antécédents ou aux risques médicaux déclarés par l'assuré. Quelquefois, ce peut être plus intéressant pour l'emprunteur, mais cela peut aussi générer un coût supplémentaire, surtout si le prêt va jusqu'à son terme. Par ailleurs, comme la statistique est basée sur l'intégralité de la population, les conditions extrêmes sont souvent gommées des contrats pour répondre à la majorité des situations. C'est ainsi que l'âge limite d'adhésion, l'âge maximum de garantie ou certaines pathologies, se trouvent moins-disants que dans des contrats individuels, plus adaptés à ces critères.

**Le JDA : Pourtant on parle souvent de contrats « séniors ou « jeunes emprunteurs ».**

**N'est-ce qu'un habillage marketing ?**

**B.R. :** Non, cela correspond à une réalité relativement récente chez les banquiers. Sous la pression de la concurrence des compagnies d'assurance indépendantes, celles adossées aux groupes bancaires ont créé des contrats spécifiques. Soit ce sont des « sous-contrats » ciblés sur un segment identifié de la population, avec dès lors un taux de cotisation en regard des sinistres constatés ou potentiels, soit ce sont des contrats initiés hors du champ des autres contrats groupe. Mais comme la globalité des risques supportés par la compagnie liée à

la banque recouvre la somme des risques de chaque contrat, il faut bien que la compagnie compense cet effort tarifaire consenti par des frais imputés, soit à l'ensemble, sous forme de frais de gestion, soit en surchargeant les contrats médians.

**Le JDA : Pouvez-vous nous synthétiser brièvement les caractéristiques des deux formes de contrats individuel et/ou groupe ?**

**B.R. :** Il est délicat d'être absolu dans ces caractéristiques tant les contrats bougent beaucoup ces dernières années. On trouve de plus en plus de contrats hybrides, mais, globalement, on peut affirmer que les contrats groupe sont financièrement plus attractifs si vous êtes dans la cible médiane de la population de la compagnie d'assurance, que les formalités administratives sont simplifiées et que les primes sont constantes puisque calculées sur le montant initial du prêt. Les contrats individuels sont plus adaptés à la situation propre de l'assuré ; ils proposent souvent des garanties plus étendues, ont des frais de gestion plus lourds et des primes indexées sur les tranches d'âge et sur le capital restant dû, la plupart du temps.

**Le JDA : Donc, quelle est la meilleure solution ?**

**B.R. :** Chaque situation a sa solution et chaque cas nécessite une étude. C'est pour cela qu'on a mis en avant le conseil. L'erreur serait justement de vouloir généraliser un type de contrat.



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

Rejoignez le 1<sup>er</sup> Réseau  
National Franchisé  
de Courtiers en Crédits !

Prêt  
immobilier

Rachat de  
crédits

Prêt  
personnel

+de 110  
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 :

Tél. : 01 34 57 20 05  
contact@inandfi.fr  
ou consultez notre site :  
[www.inandfi.com](http://www.inandfi.com)



[www.inandfi.com](http://www.inandfi.com)

# Choisir son smartphone



*Ces nouveaux téléphones intelligents offrent à l'agent immobilier des fonctionnalités bien plus avancées qu'un mobile classique ainsi qu'un excellent confort d'utilisation : clavier complet, navigation intelligente, large écran et capacité étendue de la mémoire.*

Nouvel allié au quotidien intégrant des technologies issues du monde des PC, de la téléphonie mobile et des assistants personnels, les smartphones se révèlent très productifs en environnement professionnel. Ce qui les distingue des mobiles classiques ? « Leur conception et leurs fonctionnalités », répond David Wood, directeur du développement de Symbian, système d'exploitation développé par Nokia et qui équipe plus de 200 millions de téléphones.

Légers (moins de 200 g) et puissants, les smartphones permettent notamment à l'agent immobilier une connexion permanente avec les membres de son réseau ainsi qu'avec ses clients. Téléphonie quadribande, envoi et réception de mails, de SMS ou navigation sur internet, telles sont les applications minimales proposées. L'offre s'étend à la cartographie ainsi qu'à des centaines d'applications tierces livrées en standard ou à télécharger. De l'élégant iPhone d'Apple aux téléphones « computer-like » de Nokia ou HTC, l'offre smartphone

est de plus en plus riche et les technologies sont en constante évolution. Les éléments à examiner de près pour choisir le vôtre.

## ► Système d'exploitation (OS)

Pour faire tourner vos applications, les smartphones ont besoin, comme les PC, d'être équipés d'un OS léger. Difficile de faire un choix parmi RIM BlackBerry, iPhone OS, Symbian OS et Windows Mobile. Sachez cependant que si vous souhaitez conserver la compatibilité des applications que vous achetez, vous devrez choisir un appareil équipé du même système d'exploitation.

Si vous êtes consommateur d'emails et de pièces jointes, le système BlackBerry se révèle être le bon choix en raison de son aptitude à compresser les fichiers. Les tarifs des opérateurs dépendent en effet du temps passé et de la quantité de données échangées.

## ► Ecran et navigation

Gage de confort pour la navigation, l'écran est un élément important. Souvent intuitif, l'accès aux applications se fait par les icônes ou les menus à l'aide des molettes dédiées, du clavier ou de l'écran tactile. Les derniers modèles offrent une excellente définition et leur affichage s'oriente automatiquement en fonction de la position du Smartphone. Sur les modèles non équipés d'un clavier dédié, l'utilisateur peut afficher un clavier virtuel directement sur son écran. Choisissez de préférence un écran tactile large et offrant une bonne définition.

## ► Connectivité

Les smartphones sont tous compatibles avec les réseaux GSM et 3G+. Les modèles quadribandes sont plus adaptés pour les déplacements professionnels et les utilisateurs ayant plusieurs abonnements. Si l'accès au réseau sans-fil est important pour vous, préférez un

modèle compatible avec la norme Wi-fi. La technologie Bluetooth permet de connecter de nombreux accessoires sans-fil à votre smartphone. Pour être compatibles avec les applications et les services cartographiques, votre smartphone doit être équipé d'un récepteur GPS. Coté connectique, il est préférable de disposer au minimum d'un port micro-USB pour échanger rapidement vos données avec votre ordinateur personnel.

## Mémoire

Grâce à leur mémoire interne qui peut atteindre 16 Go et surtout à l'extension par carte micro SD externe, les smartphones peuvent stocker un nombre très important de documents, de photos, de textes et de vidéos. Et la sécurité est au rendez-vous grâce aux outils qui permettent de synchroniser les fichiers de votre appareil avec votre PC.

## Autonomie

Applications gourmandes, affichage clair et lumineux et utilisation intensive demandent une batterie puissante. Les derniers modèles sont équipés de batterie Lithium-ion. Il faut au minimum disposer de 5 heures d'autonomie globale et de 380 heures d'autonomie en veille.

## Offre des opérateurs

Dernière démarche avant l'acquisition de votre smartphone : choisir le forfait qui correspond à vos besoins. SFR propose Illimythics Pro avec un smartphone HTC à 1 euro et un abonnement mensuel allant de 46,90 euros pour 3 heures de communication à 205,90 euros pour 25 heures. Le forfait inclut Internet 3G+ et les e-mails illimités. En option pour 5 euros, vous pouvez souscrire à SFR Find & Go (cartes, itinéraires et GPS).

A mi-chemin entre le netbook et le téléphone mobile, le Smartphone est un véritable allié professionnel. Outre son dictaphone qui enregistre vos mémos, sa fonction GPS qui vous aide lors de vos déplacements, il vous permet de passer vos coups de fils, de naviguer sur internet et d'échanger et de transférer des données (descriptions de biens, modèles de mandats...).



## QU'EST CE QUE LA **MODE** ?...

...RÉPONSE : CE QUI SE **DÉMODE** !

### ARBITRAGE :

En ce début d'année 2009 plombée par la crise, le métier d'agent retrouve toute sa noblesse en ce sens qu'il fait la part belle aux négociateurs compétents. **Le terme de négociation reprend ici son sens premier** : l'aboutissement d'une entente entre deux personnes dont les intérêts divergent au départ (obtenir le plus pour l'un contre payer le moins pour l'autre).

Ainsi sonne le glas pour les indicateurs d'affaires patentés, chauffeurs de taxi non agréés et autres pros du « J'vous rappelle si j'ai quelque chose ». Ouf !

L'exigeant métier d'agent immobilier transactionnaire risque de laisser sur place un certain nombre d'acteurs.

Ainsi, avec cette nouvelle « fin de cycle » qui touche l'immobilier, nous allons assister à une débâcle de ceux qui se sont appropriés le

métier de transactionnaire avec désinvolture.

**Le management d'une agence n'est pas celui d'une multinationale :**

*« Non, Jean Christophe, vous ne pouvez pas finir la journée à 18H30 comme lorsque vous étiez guichetier. Il faut rencontrer le client chez lui ce soir pour faire passer la proposition d'achat ; oui, même après 20H ! ».*

Ou encore :

*« Je sais, Pierre Antoine, vous managez 12 secrétaires avant de créer votre agence immobilière, mais Marie-Françoise vous a trainé au tribunal des Prud'hommes et ça remet en cause tout votre projet d'entreprise... »*

Les scénarios des fermetures d'agences sont toujours pathétiques.

*La mode connaît des cycles au gré des fantaisies et au fil des époques. Il en va ainsi de la mode vestimentaire comme des secteurs économiques, et comme celui de l'immobilier en transaction.*

### REPRISE DE CONTRÔLE :

Il est toujours plus facile de tirer les leçons a posteriori, aussi je ne vais pas donner dans le moraliste. Mais c'est dans la tourmente vécue en temps réel et avec un certain recul que je me réjouis du retour au « vrai métier » avec d'authentiques pros, capables de se démener pour satisfaire les besoins du client et mériter leur commission.

Tant pis pour la casse, dommage pour les vaincus, c'est la loi de la mode : **tout finit par se démoder, puis ça revient.**

Si, si, vous verrez !



Jean Lavaupot  
Directeur Exécutif  
ERA France



## La sélection Smartphone du Journal de l'Agence

Avril 2008

Fabricant / Modèle	Prix moyen (1)	Système d'exploitation	Écran	Mémoire interne / Extension	Batterie / Autonomie (2)	Notre avis
Apple iPhone 3G 16 Go	900,00 €	OS iPhone 2.0	3.5"	16 Go	5 h / 300 h	Le Smartphone d'Apple. Puissance, ergonomie et design sont au rendez-vous avec une pléthore d'applications innovantes.
HTC Touch Pro	600,00 €	Windows Mobile	2.8"	288 Mo - MicroSD	7 h / 380 h	Modèle puissant au design parfait. Technologie GPS/A-GPS permettant l'usage de logiciels de cartographie GPS. Clavier AZERTY sur 5 lignes.
Nokia N96	590,00 €	OS Symbian	2.8"	16 Go - MicroSD	3 h 30 / 200 h	Une mémoire interne très étendue dans un Smartphone optimisé pour les applications photo, vidéo et multimédia.
HTC Touch HD	580,00 €	Windows Mobile	3.8"	288 Mo - MicroSD	8 h / 440 h	Un Smartphone équipé de l'un des plus grands écrans avec une résolution de 480 x 800 pixels et la finition soignée des modèles HTC.
BlackBerry Bold 9000	550,00 €	RIM BlackBerry	2.4"	1 Go - MicroSD	5 h / 300 h	Interface new look avec des icônes et une navigation nettement améliorée. Écran demi VGA 320 X 480 pour les amateurs de BlackBerry.
Samsung SGH-i900	450,00 €	Windows Mobile	3.2"	8 Go - MicroSD	4 h / 350 h	Interface tactile, internet haut-débit et un bel écran couleur pour un Smartphone puissant qui tient dans le creux de la main.
Asus P552w	430,00 €	Windows Mobile	3"	100 Mo - MicroSD	5 h / 300 h	Windows Mobile Professionnel, interface tactile innovante, Wifi, Bluetooth et GPS. Un Smartphone très complet par le créateur des Netbooks.
HTC Touch Viva	400,00 €	Windows Mobile	3"	100 Mo - MicroSD	8 h / 270 h	Écran confortable, technologie TouchFLO pour une navigation intuitive et accès internet à haut-débit avec la 3G HSDPA. Design compact.
BlackBerry Storm	400,00 €	RIM BlackBerry	3.2"	100 Mo - MicroSD	5 h 30 / 300 h	Modèle au design monobloc avec une interface entièrement tactile même pour le clavier téléphonique. Nombreuses applications. Pas de Wifi.
Nokia E71	400,00 €	OS Symbian	2.4"	100 Mo - MicroSD	10 h / 400 h	Clavier complet, bon affichage et navigation intelligente pour ce Smartphone équipé des dernières technologies : 3G+, GPS, Wifi, etc.
Sony Ericsson W960i	350,00 €	OS Symbian	2.6"	100 Mo + 8 Go	9 h / 350 h	Conception soignée et bonne capacité de mémoire. Pas de support 3G+ mais une qualité audio remarquable.
Nokia 5800	350,00 €	OS Symbian	3.2"	80 Mo - MicroSD	9 h / 400 h	Une mémoire un peu courte compensée par l'extension micro SD. Belle finition Black et navigation intelligente par écran tactile.

(1) Prix constaté sans abonnement.

(2) Autonomie globale / Autonomie en veille (estimation).

Les forfaits Orange, avec un iPhone à 99 euros, s'échelonnent de 49 euros mensuel (2 heures de communication + 2 heures le soir et le week-end + 50 SMS) à

153,50 euros (12 heures + 12 heures + 1 000 SMS), avec Internet 3G et GPS intégré. L'offre Neo.2 de Bouygues comprend un smartphone à 1 euro et un abonnement men-

suel à 64,90 euros pour 2 heures de communication et 88,90 euros pour 6 heures (illimité dès 18 heures et le week-end), avec Internet, e-mails illimités et télévision 3G+.

**Pascal Kinsbourg**

## Nos annonceurs

- **SeLogger.com**  
0826 622 236 - info-pub@pressimmo.com
- **La Bourse de l'Immobilier**  
05 57 77 17 77 - bdi@bourse-immobilier.fr
- **CBI**  
04 90 16 94 84 - benoit.troubat@cbi-troubat.com
- **MBM**  
0810 38 95 24 - info@mbm-gestion.fr
- **Webgenery Solutions**  
0820 309 054 - info@webgenery.com
- **Businessfil**  
01 47 87 64 23 - contact@businessfil.fr
- **Pages Jaunes**  
0810 136 136 - servicepro@annoncesjaunes.fr
- **In&Fi Crédits**  
01 34 57 20 05 - contact@inandfi.fr
- **Era Immobilier**  
01 39 24 69 00 - developpement@erafrance.com
- **Eric Mey Developpement**  
0825 004 124 - g.eymeric@eric-mey.com
- **Attik-Images**  
04 91 40 53 95 - contact@attikimages.com
- **Saccap**  
0810 813 030 - info-pub@pressimmo.com
- **Periclès / Printimmo**  
0810 810 00 - contact@pericles.fr

**GROUPE ERIC MEY**  
Groupe immobilier national fondé en 1947

Transaction - Location - Gestion - Promotion - Financement - Assurance - Défisicalisation - Marchand de Biens

CRÉATEURS D'ENTREPRISES - AGENTS COMMERCIAUX  
AGENTS IMMOBILIERS

**REJOIGNEZ  
LE GROUPE  
ERIC MEY**

- 4 SIÈGES RÉGIONAUX
- 15 ANIMATEURS FORMATEURS
- 130 AGENCES
- 450 AGENTS COMMERCIAUX
- 800 COLLABORATEURS

**Le TUC IMMO**  
Licence de marque avec redevance fixe  
www.letuc.com

**IDIMMO**  
1<sup>ère</sup> franchise à coûts adaptés de 1% à 5%  
www.idimmo.com

**idimmo**  
L'IMMOBILIER EN DIRECT  
1<sup>er</sup> réseau national d'agents commerciaux  
www.idimmo.net

TÉL. : 0 825 004 124 (In\*Indigo 0,15€ TTC)  
www.eric-mey.com

**attik** IMAGES  
Offre découverte

Bénéficiez de **-15%**  
Sur votre première commande

**www.attik-images.fr**

Venez découvrir nos réalisations

Images de synthèse  
Illustrations  
Films d'animation

Votre perspective intérieure

Livrées sur support CD  
**MULTI-FORMATS**

Votre DVD gratuit en **24h**

Appelez le : **04 91 40 53 95**



# Maison et intimité

*Perla Serfaty-Gazon est sociologue et psychologue. Chercheuse, elle est connue pour ses travaux sur l'appropriation du chez-soi. Qu'elle est la part du visible et du caché de ce territoire intime que nous pouvons dévoiler à l'autre ? Réflexion sur ce rapport maison-vie privée.*

*Parce que la maison est considérée comme un sanctuaire, toute visite peut se vivre comme une intrusion.*

On peut habiter n'importe quel type de logement et l'appeler « chez soi » pourvu que nous puissions le faire notre, y vivre en famille et y exercer notre hospitalité à l'égard des autres. Nos gestes les plus ordinaires (entretenir, mettre en ordre, bricoler, décorer) et extra-ordinaires (transformer, rénover, agrandir) transforment notre maison et nous font dire qu'elle « nous ressemble ». Par cette transformation, nous tentons, en quelque sorte, de faire coïncider l'intérieur de notre maison avec ce que nous sommes à l'intérieur de nous-mêmes, à nos

propres yeux. L'appropriation est souvent humble et sans prétention mais elle s'appuie sur de forts et longs investissements financiers et affectifs. Elle suppose énergie et expression de soi. Elle transforme l'habitant. Agir sur son chez-soi et en être changé : là sont les racines de l'attachement au chez-soi. Je suis d'autant plus attaché(e) à ma maison que j'ai rudement travaillé pour qu'elle me ressemble. Et ainsi, d'une certaine manière, ma maison c'est moi, c'est le résumé de mon investissement dans ma propre vie.

## Le visible et le secret

La maison a son avant-scène, qui est le salon - propre, ordonné, décoré - auquel s'ajoutent, de nos jours, certains espaces traditionnellement considérés comme relevant des coulisses, tels la cuisine et le bureau : c'est la face visible de la maison, celle de la mise en scène d'une intimité « sous contrôle » parce qu'offerte au regard

du visiteur. Elle a ses coulisses qui protègent du regard d'autrui tous les gestes de l'habitant qui sont liés au corps (les soins, la sexualité, le sommeil) et ceux qui traduisent l'incessante lutte du propre contre le sale (l'entretien ménager, la lessive) et la transformation des matières (la cuisine). La maison se vit ainsi : entre le montré et le caché, le visibilité et le secret. L'intimité se cache parce qu'elle est de l'ordre de la profondeur et non de la superficialité. Elle s'ouvre parfois et dans certains lieux, jamais au hasard. C'est pourquoi la mise en danger ou en déséquilibre du chez-soi - un déménagement, une perte à l'occasion d'une séparation, voire une visite imprévue - déstabilise l'habitant et lui fait craindre le dévoilement incontrôlé de son intimité. Parce que la maison est aujourd'hui, plus que jamais, considérée comme un sanctuaire, toute visite, y compris celle d'un agent immobilier et d'acheteurs éventuels, porte en elle un potentiel d'intrusion. ● **P.S.G.**

> Garantie revente • Garantie des loyers impayés

## Garantir les Revenus Locatifs, c'est notre métier.



Contrats en ligne : [www.capim.fr](http://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.**





## Print'immo

Ciblez efficacement votre communication locale.

### Print'immo au service de votre notoriété.

- **Qualitatif** : votre sélection de 30 annonces imprimée en offset quadri recto verso papier 135 gr couché brillant (format A4 plié 3 volets).
- **Personnalisé** : conception gratuite d'une maquette aux couleurs de l'agence.
- **Simplissime** : transfert automatique de vos annonces à partir de Périclès.
- **Rapide** : livraison sous 5 jours.
- **Pratique** : 5 présentoirs offerts, modèles extérieurs pour la vitrine disponibles.

À partir de  
**6** cts € HT  
la page\*

Offre spéciale\*

**1500**  
exemplaires commandés  
=  
**3000**  
exemplaires livrés

Pour 5 parutions annuelles  
de 1500 exemplaires :  
**148,50 € HT/mois.**

\* Offre valable jusqu'au 31 mars 2009.

[contact@pericles.fr](mailto:contact@pericles.fr)

 **N° Azur 0810 0810 00**

PRIX D'APPEL LOCAL

**Périclès**  
[www.pericles.fr](http://www.pericles.fr)

L'informatique au service de l'immobilier.