

Le Journal de **l'Agence**

L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

N° 29

Dossier



**Le nouveau
paysage
immobilier**

Isabelle Larochette,
présidente et fondatrice
de l'Agence Solidarité Logement

**“ Et si toute la profession
devenait solidaire... ”**

**AGENCE
SOLIDARITÉ
LOGEMENT**

1%

DE NOS HONORAIRES* REVERSE
À LA FONDATION ABBÉ PIERRE

Construisez votre e-réputation

Retrouvez vos annonces sur la page Facebook de votre agence



L'audience facebook ?

Facebook est le 2ème site le plus visité en France et le 1er site le plus consulté sur mobile* !

- Allez à la rencontre des négociateurs et de vos acquéreurs : ils sont déjà sur Facebook !
- Adoptez un nouveau levier pour apparaître sur les premières pages de résultats des moteurs de recherche
- Prenez une longueur d'avance sur vos confrères, soyez les premiers à communiquer sur les réseaux sociaux

Contactez-nous pour en savoir plus :

Poliris

0810 0810 00**

contact@poliris.fr

Édito

Des îlots où le déséquilibre criant entre l'offre et la demande pousse les prix vers le haut. Et à quelques encablures, des secteurs où les acquéreurs prennent leur temps face aux vendeurs gourmands. Dans un marché de plus en plus complexe, les professionnels doivent faire la différence en disposant d'outils leur permettant de se positionner en véritable expert local. Mais ce n'est pas la seule révolution à mener pour séduire les particuliers. Formation permanente, mise en commun de mandats exclusifs, présence intelligente sur Internet... Gérard Bornot (*Dossier*, p. 10) vous donne toutes les clés pour vous adapter à la nouvelle donne. Hervé Parent vous livre, lui, toutes les ficelles pour rédiger des petites annonces efficaces sur le web (*rubrique High-Tech*, p. 19). S'il est indispensable d'intégrer les nouvelles technologies dans votre stratégie, il est tout aussi primordial d'humaniser les relations avec les clients acquéreurs ou vendeurs. S'intéresser aux autres, c'est aussi le sens de la belle initiative d'Isabelle Larochette, fondatrice d'Agence Solidarité Logement dont les membres s'engagent à reverser 1 % de leur chiffre d'affaires à la Fondation Abbé Pierre. Une démarche en faveur des plus démunis soutenue *le Journal de l'Agence* (*Actus*, p. 4). Parce que la révolution immobilière passe aussi par le savoir-être !

Ariane Artinian,
rédactrice en chef

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



Au sommaire du N° 29

4 Actualités

L'Agence de Solidarité Logement. « Pensez aux démunis, soyez solidaires, rejoignez-nous ! », c'est l'appel lancé par Isabelle Larochette, présidente et fondatrice de l'Agence de Solidarité Logement. Fondée en 2008, cette association loi 1901 regroupe des agences immobilières qui s'engagent en faveur des mal-logés.

6 Conjoncture

2011, entre consolidation et amplification de la reprise. Après l'embellie des marchés de l'immobilier enregistrée en 2010, le début de 2011 a marqué le pas. Mais grâce aux effets du PTZ+ et au déblocage du marché de la revente, l'essoufflement de l'activité devrait laisser place à un rebond.

10

DOSSIER



Nouveau paysage immobilier, les révolutions à mener pour s'adapter à la nouvelle donne !

Taux d'intérêt à la hausse, contexte international perturbé, élections présidentielles en vue... Nombre de nuages se profilent doucement à l'horizon. Le timing reste cependant idéal pour

prendre des initiatives renforçant la valeur ajoutée des professionnels. Suivez le guide.

15 Ce que dit la loi

Transaction : panorama d'actualité juridique.

Outre les évolutions récentes de la réglementation en matière de diagnostics (DPE et assainissement), l'année écoulée offre plusieurs informations intéressantes aux agents immobiliers. Petite sélection.

24 High-Tech

Nouvelles technologies : les tendances 2011. Le salon Real Estate Connect qui s'est tenu à New York en janvier a été l'occasion pour les professionnels de l'immobilier de faire un point sur les nouvelles technologies mises à leur disposition. Une édition particulièrement riche en innovations.

26 Décryptage

Acheter, un rêve à tout prix. Par Perla Serfaty Garzon, sociologue, psycho-sociologue, université de Strasbourg.

JDA Edition • BP 20 - 91759 Bièvres
• www.journaldelagence.com
Directeur de publication : Catherine Renner
Conception éditoriale : BazikPress • 12, rue de Paris • 92100 Boulogne • www.bazikpress.com
Rédactrice en chef : Ariane Artinian •
aartinian@bazikpress.com • 01 46 03 44 17
Ont collaboré à ce numéro : Marie Baudlot,
Gérard Bornot, Pascal Kinsbourg, Michel
Mouillart, Hervé Parent, Anne-Claude Poncet,
Perla Serfaty-Garzon.

Directrice artistique : Sandrine Rossignol
Secrétariat de rédaction : Monique
van Weddingen
Crédit photo : Fotolia
Photo couverture : Alice Dannaud
Réalisation Fabrication : Flash Agence
Imprimerie : Rivet Presse Edition
N° ISSN : 1764-2345
N° SIREN : 449 073 766 RCS Paris



Isabelle Larochette,
présidente et fondatrice
de l'Agence Solidarité Logement

« Pensez aux démunis, soyez solidaires, rejoignez-nous ! »



Dans l'immobilier depuis vingt trois ans, Isabelle Larochette a créé son agence, De la Cour au Jardin, en 1998. Dix ans plus tard, elle fonde l'Agence Solidarité Logement, association loi 1901 regroupant des agences immobilières qui s'engagent en faveur des mal-logés. Rencontre avec une femme engagée.

Comment avez-vous eu l'idée de créer l'Agence Solidarité Logement ?

Le déclic s'est produit en décembre 2006, lors du campement citoyen des Enfants de Don Quichotte. Habitant le long du canal Saint-Martin, je me suis rendu compte que l'image que l'on se faisait d'une personne sans abri ne correspondait pas du tout à la réalité. Durant quatre mois, j'ai côtoyé des gens qui avaient vécu une vie "normale" et s'étaient retrouvés à la rue du jour au lendemain. En tant qu'agent immobilier, je devais faire quelque chose.

Quel est votre but ?

Fédérer les agents immobiliers autour de valeurs communes à la profession, au sein de l'Agence Solidarité Logement, dont les membres reversent 1% de leur chiffre d'affaires à la Fondation Abbé Pierre sur leurs honoraires de transaction. J'ai envie de pérenniser un réseau qualitatif, composé de professionnels qui exercent leur métier sans faire de discrimination, dans le respect des autres.

Comment les agences peuvent-elles être labellisées ?

Les agences intéressées nous contactent et j'essaye de m'entretenir avec chacune d'elles pour m'assurer de leurs motivations. Nous ne sommes pas dans une démarche commerciale, mais dans une véritable démarche de cœur. Les agents viennent à nous grâce aux encouragements que nous recevons des médias. Canal + vient même de nous offrir des passages pour notre clip vidéo. Il est hors de question d'accepter de nouveaux membres qui ne verraient dans l'association qu'un moyen de ramener des affaires !

La liste des agences membres du réseau est disponible sur notre site

(agencesolidaritelogement.fr) et régulièrement mise à jour.

Comment l'association a-t-elle évolué depuis sa création, fin 2008 ?

L'année 2009 a été un galop d'essai. De plus, la crise a fortement impacté notre secteur et beaucoup d'agences ont déposé le bilan. 2010 nous a permis d'asseoir le réseau et de le consolider. Aujourd'hui, l'association compte entre 80 et 90 agences membres, mais c'est fin 2011 que nous pourrons établir un bilan significatif.

Quels sont vos projets ?

Nous travaillons, avec l'aide de SeLoger.com et du SNPI, soutien de la première heure, à élargir le réseau. Mais je pense que le plus important est de le structurer et de lui donner une vraie force. Notre première réunion d'adhérents, en novembre dernier, nous a permis de rappeler l'essentiel : suivre notre charte, basée sur les critères de la loi Hoguet, pour que les agents immobiliers fassent leur travail dans le respect de la déontologie, qu'ils accueillent tout le monde sans exception. Des principes élémentaires mais qu'il est bon de rappeler ! ♦

Propos recueillis par Marie Baudlot

Périclès et la WebAgency SeLoger.com deviennent poliris

2011 marque un tournant décisif dans l'histoire des services aux professionnels de l'immobilier avec la naissance de Poliris, société issue de la fusion entre les deux acteurs majeurs que sont la WebAgency SeLoger.com et Périclès. Son objectif ? Devenir l'agence n°1 en conseil et stratégie web pour les professionnels de l'immobilier, en commercialisant une large gamme de services allant du logiciel de transaction immobilière Périclès.net à la création de sites web en passant par le référencement

« Naissance d'un acteur majeur dans l'univers des services immobiliers »

et les nouveaux supports de communication (vidéo et mobile)... Entre le savoir-faire de Périclès, société éditrice du logiciel de référence pour la transaction, et celui de la WebAgency SeLoger.com dédiée à la création et au référencement de sites internet pour les professionnels, Poliris dispose de tous les atouts pour apporter désormais une réponse complète aux besoins des professionnels de l'immobilier en termes de visibilité online et d'outils de gestion de l'agence. ♦ M.B.

“ Pour mes clients,
j’ai choisi le meilleur service
de gestion immobilière.”



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

540 agences partenaires partout en France

 **N°Azur 0 810 38 95 24**
PRIX APPEL LOCAL

www.locagestion.com

 **LOCAGESTION**
LA GESTION LOCATIVE NOUVELLE GÉNÉRATION



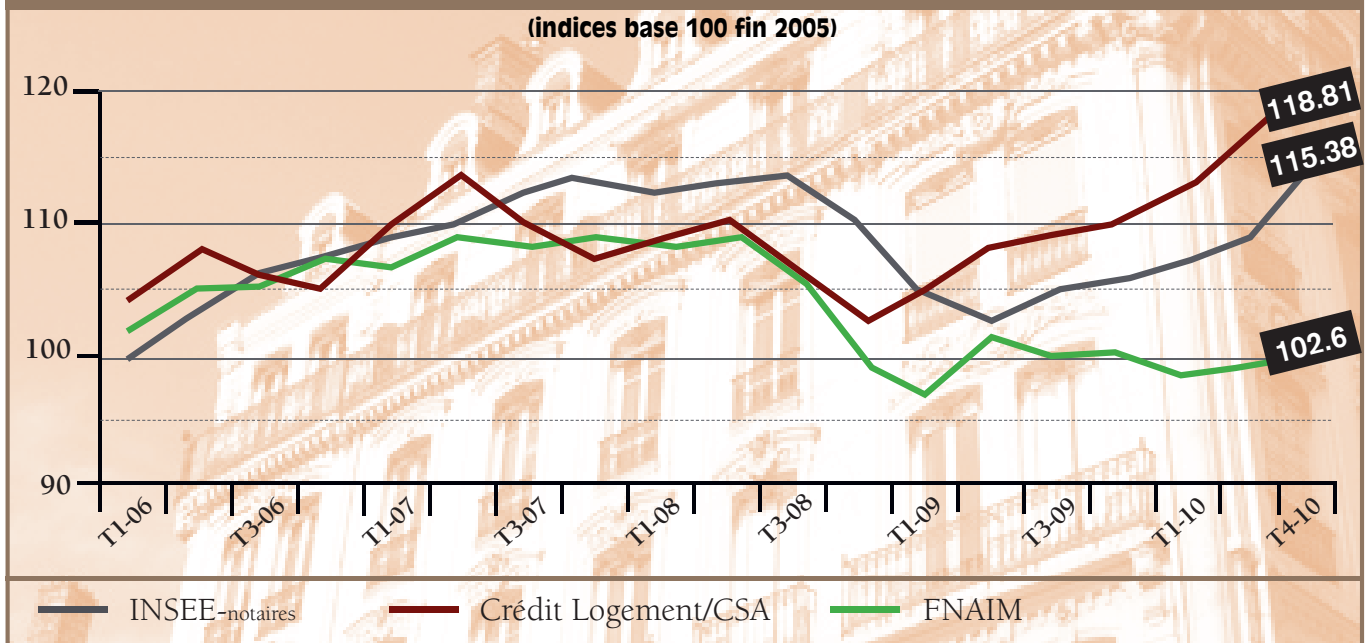
Par Michel MOUILLART
PROFESSEUR D'ÉCONOMIE À
L'UNIVERSITÉ DE PARIS OUEST
» michel@mouillart.fr

2011, entre

Après l'embellie des marchés de l'immobilier enregistrée en 2010, le début de 2011 a marqué le pas. Mais grâce aux effets du PTZ+ et au débloquage du marché de la revente, l'essoufflement de l'activité devrait laisser place à un rebond.

Les prix des logements anciens au plus haut

(indices base 100 fin 2005)



2010 a été une année de reprise exceptionnelle, tant pour le marché des crédits immobiliers aux particuliers que pour celui des logements anciens. Et cette reprise s'est accompagnée d'une hausse (rapide) des prix des logements anciens. Par exemple, l'indice Insee-Notaires considère que les prix ont progressé de 6,3 % et que cette hausse s'est accélérée au quatrième trimestre : elle était de 9,5 % en glissement annuel.

Pour la plupart des observatoires privés (Century21, l'Observatoire de la Conjoncture du SNPI ou l'Observatoire Crédit Logement/CSA), la hausse des prix reste en fait plus rapide. Par exemple, pour Crédit Logement/CSA, les prix ont progressé de

7,4 % en 2010. L'examen des indices de prix montre en effet que l'indice Insee-Notaires est « toujours » en retard de près de 6 mois sur le marché ! Et cette hausse des prix suscite toujours de l'inquiétude chez ceux qui estiment que la reprise ne serait finalement qu'une embellie, sans lendemain. Pourtant, cette remontée des prix demeure un bon indicateur de la reprise puisqu'elle ne fait qu'accompagner le redémarrage du marché de la revente.

Un marché des crédits en ébullition

Toutes ces évolutions n'ont été possibles que parce que le marché des crédits immobiliers aux particuliers

est sorti rapidement de la récession. Au cours du premier semestre 2010, le niveau de la production (corrigée des renégociations) s'était relevé de 53,9 % en glissement annuel. Durant le troisième trimestre, le redémarrage s'est confirmé, avec une production en progression de 30,3 % en glissement annuel (+ 11,8 % en variation trimestrielle). Et finalement, alors qu'habituellement la production se replie en fin d'année, le quatrième trimestre 2010 a surpris par la vigueur dont le marché a fait preuve : + 34,9 % en glissement annuel (+ 15,3 % en variation trimestrielle). Certes, le quatrième trimestre 2009 s'était déjà singularisé, avec une production en progression de 28,7 % en

consolidation et amplification de la reprise

glissement annuel, dans un marché en redémarrage. Mais cette année, outre le dynamisme constaté les mois précédents, une partie de la demande a anticipé la réalisation de ses projets : des investisseurs attentifs à la dégradation annoncée du dispositif Scellier et des secundo-accédants soucieux de bénéficier du crédit d'impôt Tepas, principalement. Ainsi, très probablement, que des primo-accédants en zone B2 et en zone C pour lesquels un calcul économique leur a fait préférer un NPTZ doublé

d'un crédit d'impôt Tepas au PTZ+. Le quatrième trimestre 2010 a dans ces conditions dépassé de 10,7 % le pic constaté au troisième trimestre 2007. L'amélioration des conditions de crédit a largement porté cette reprise des marchés. La baisse des taux des crédits immobiliers a en effet été remarquable, par le passé : par exemple, alors que les taux nominaux du secteur concurrentiel ressortaient à 11,3 % en 1991 (donc, lors de la précédente crise) et même à 17,6 % en 1981, ils sont descendus à 3,25 % en

novembre 2010 (d'après l'Observatoire Crédit Logement/CSA) en réponse aux dispositions publiques de soutien au secteur bancaire et financier et à la volonté des établissements de crédit de redynamiser un marché essentiel pour leur activité. Ainsi, depuis 1991, le « coût d'une annuité » a été réduit de moitié et il a été divisé par 3 depuis 1981. Ce chiffre résumant à lui seul le dynamisme des établissements de crédit qui ont largement œuvré au redémarrage des marchés immobiliers. ▶

Envie de gagner plus ?
Devenez agent commercial et percevez jusqu'à **95%**
des honoraires sur transaction.

cimm immobilier

10 bonnes raisons de choisir Cimm immobilier

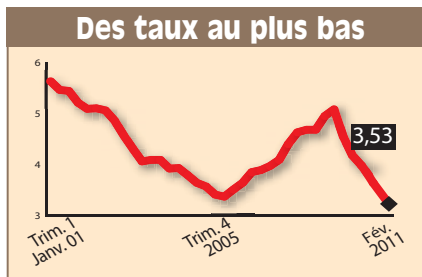
- Aucun investissement (pas de droit d'entrée ni redevances).
- Un statut autonome.
- Des formations de qualité, offertes et illimitées.
- Un site Internet parmi les mieux référencés et un site personnalisé créé pour vous.
- De nombreux outils testés et éprouvés pour plus de performance (logiciel et supports métier, site Intranet, outils commerciaux...).
- Une hotline juridique et une hotline pratique.
- Des accords cadres avantageux.
- Une rémunération élevée en fonction de votre chiffre d'affaires mensuel.
- La notoriété d'une enseigne de qualité.
- Et de nombreux autres avantages !

*Cimm, partenaire
de votre réussite !*



Fort de ses 30 ans d'expérience, le groupe Cimm immobilier continue son ascension et compte désormais 140 points de ventes en France Métropolitaine, Martinique, St Bart et à la Réunion.

Pour en savoir plus,
Contactez Yves Roussel : 06 60 34 24 20
www.cimm-immobilier.fr



* Taux de crédits immobiliers aux particuliers
* en % - Source : Crédit logement/CSA
Observatoire du financement des marchés résidentiels

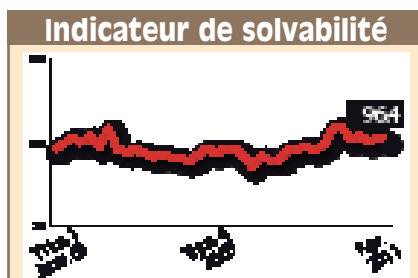
► Des marchés immobiliers très dynamiques

Ainsi, sur l'ensemble de l'année 2010, la production de crédits immobiliers a augmenté de 41,1 %. Elle s'est établie à 168 566 millions d'euros (contre 119 447 millions en 2009). Elle a donc retrouvé ses niveaux élevés des années 2006 et 2007 :

- dans le neuf, la production de crédits a progressé de 24,9 % en 2010, après un recul de 6,6 % en 2009 (et de 18,3 % en 2008). Le marché a bénéficié pour cela du dynamisme de l'investissement locatif privé dopé par le Scellier et de la reprise de l'accession à la propriété soutenue par le Plan de relance et le déblocage du marché de la revente. Mais globalement, le marché du neuf a fait preuve d'une vitalité moindre que celle des autres marchés ;
 - le marché de l'ancien enregistre une progression très vive de sa production avec + 48,6 % en 2010 : elle avait reculé de 19,3 % en 2009 (et de 17,8 % en 2008). Avec l'accélération de la hausse des prix de l'ancien, le déblocage du marché de la revente a entraîné dans son sillage l'ensemble du marché de l'ancien ;
 - le marché des travaux progresse quant à lui de 41,2 % en 2010 : il avait reculé de 13,1 % en 2009.
- Si on se limite au marché de l'ancien, celui-ci a fait preuve d'une vitalité remarquable : sur l'année 2010, le nombre des transactions sur logements existants a augmenté de 29,1 %. Il a bénéficié pour cela de la reprise du marché de la revente et, dans son

sillage, du retour des clientèles aisées qui attendaient que la remontée des prix soit bien engagée pour revenir sur le marché (la plupart revendant au préalable afin d'améliorer leur situation résidentielle).

Pour autant, le cadre des marchés ne paraît plus aussi favorable qu'auparavant. Depuis novembre 2010, les taux des prêts remontent et la hausse a déjà été de 28 points de base, au total. Il est vrai que le marché avait connu un emballement exceptionnel en fin d'année 2010 : la concurrence entre les établissements avait conduit la plupart d'entre eux à proposer des conditions particulièrement attractives pour la demande. Sur un marché moins actif, l'année 2011 a donc commencé sur une hausse des taux qui s'est cependant ralentie en février.



* base 100 en 2001
Source : Crédit logement/CSA - Observatoire du financement des marchés résidentiels

Ce ralentissement des taux s'est accompagné d'un retour de dynamisme du marché. Et en février 2011, les taux des prêts du secteur concurrentiel (hors assurance et coût des sûretés) se sont établis à 3,53 %, en moyenne. La durée moyenne constatée en février (209 mois) reste quant à elle à peu près la même qu'en février 2010 (210 mois). Cela est particulièrement vrai pour l'accession dans l'ancien (225 mois en février 2011 contre 224 mois il y a un an) pour des taux à 3,53 % contre 3,62 % il y a un an. Alors que pour l'accession dans le neuf la durée moyenne ne s'est que légèrement réduite (234 mois contre 236 mois il y a un an), pour des taux plus faibles qu'il y a un an (3,51 % contre 3,67 % en février 2010).

Les perspectives des marchés

Dès le début de l'année 2009, l'indicateur de solvabilité de la demande s'était dégradé. Mais, à partir du printemps 2010, il s'est à peu près stabilisé, en raison de l'évolution des conditions de crédit constatées jusqu'en novembre et en dépit des tensions sur le coût relatif des opérations réalisées : la remontée du niveau de l'apport personnel (+ 5,6 % en 2010 après - 2,8 % en 2009) qui a accompagné le déblocage du marché de la revente et s'est observée dès le printemps est venue compenser la hausse des coûts qui dégradait auparavant les plans de financement des opérations.

Sous l'effet de la montée du coût relatif des opérations réalisées et en dépit d'une progression soutenue de l'apport personnel (+ 9,4 % sur un an, depuis le début de l'année 2011), l'indicateur de solvabilité de la demande recule en février 2011.

Le début de l'année 2011 est donc nettement moins actif que le second semestre 2010 avait pu l'être : cela a été notable en janvier, le marché semblant se ressaisir en février. Mais le déblocage du marché de la revente, qui a été plus rapide que prévu, devrait continuer à soutenir la reprise du marché des crédits une fois le « trou d'air » passé. Et avec la mise en place du PTZ+, le marché devrait rebondir dès le printemps.

La reprise devrait donc se consolider et peut-être même s'amplifier en 2011. ♦

Michel Mouillart

MÉTHODE DE L'ENQUÊTE

- Cet article synthétise les résultats de l'Observatoire du financement des marchés résidentiels (OFMR - Crédit Logement/CSA) et de l'Observatoire de la production de crédits immobiliers (OPCI - université de Paris Ouest).

Soyez informé, **dès leur parution**, des nouvelles annonces publiées par **les particuliers** sur votre secteur et...

ENTREZ DE NOUVEAUX MANDATS !

NOUVEAU : Les Locations Saisonnières

DirectAnnonces, la pige 3 fois plus efficace :

1) Votre pige complète ventes ou locations

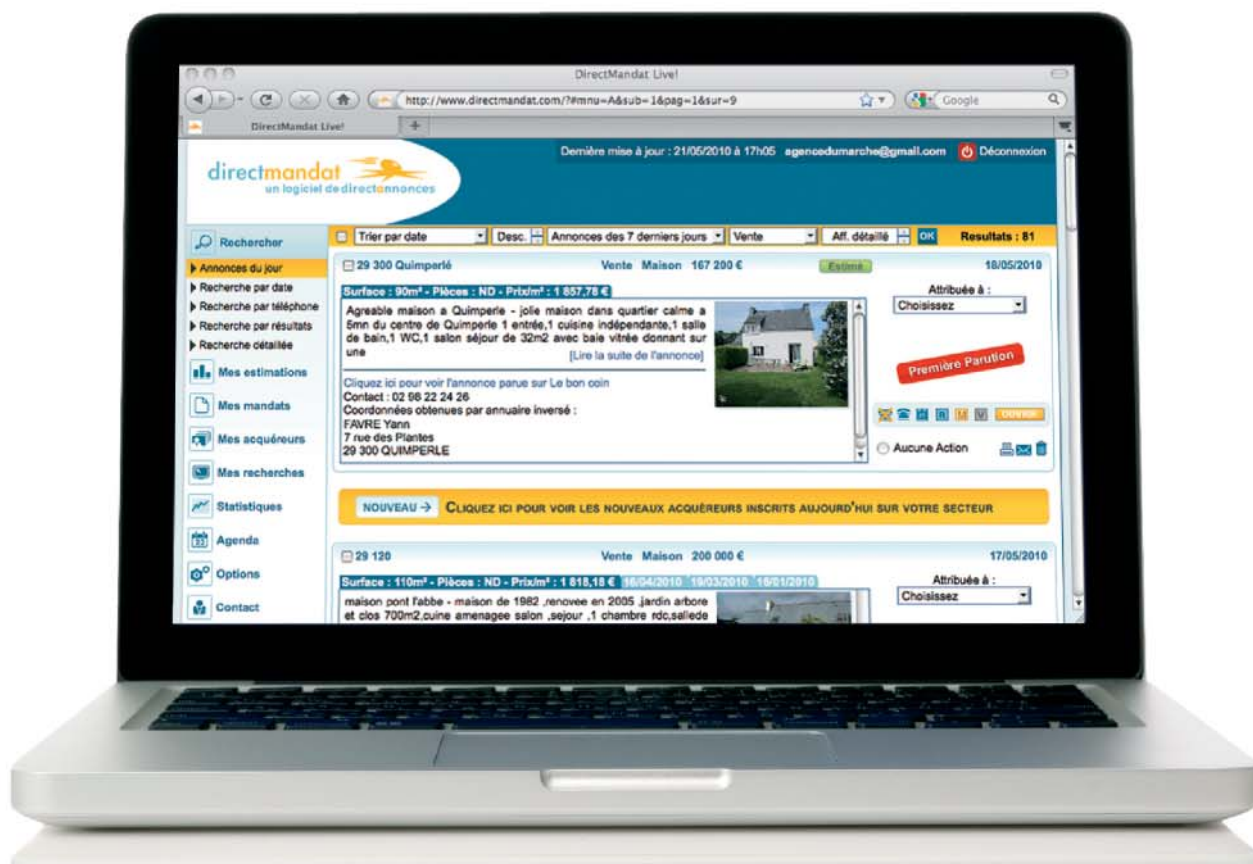
- 3 mises à jours quotidiennes
- Indication des reparutions et changements de prix

2) DirectMandat : votre logiciel de prospection sur Internet

- Historique des annonces de votre secteur avec moteur de recherche
- Accès illimité et personnalisé pour l'ensemble de vos négociateurs
- Mémorisation des actions réalisées et des notes ajoutées

3) Des alertes adaptées à vos besoins

- Annonces déjà sous mandats, déjà estimées ou correspondant à vos recherches mémorisées



Nouveau paysage immobilier à mener pour s'adapter à

Taux d'intérêt à la hausse, contexte international perturbé, élections présidentielles en vue... Nombre de nuages se profilent doucement à l'horizon. Le timing reste cependant idéal pour prendre des initiatives renforçant la valeur ajoutée des professionnels. Suivez le guide !



« Bien sûr les clients tiennent compte du prix, de l'offre de produits à un moment donné, mais le facteur humain entre aussi en ligne de compte dans la décision d'achat. L'enjeu pour la profession aujourd'hui c'est de savoir graver de bons souvenirs dans la tête des particuliers », martèle Jean-François Lepoutre, PDG de Qualimétrie. Il faut dire que les résultats de la dernière enquête réalisée par le spécialiste de la mesure de la satisfaction client sont édifiants : la majorité des acquéreurs et des vendeurs déplore en effet un manque de suivi, un manque de services, un

manque de rigueur et un manque de résultats ! Autant de « défauts » qui peuvent passer inaperçus dans un marché caractérisé par une pénurie de produits, mais sur lesquels il convient de travailler sérieusement pour rester dans la course lorsque la conjoncture ralentit. Le secret des agents immobiliers qui réussissent ? Être à l'écoute du client et s'occuper de lui. « Un bon professionnel, c'est quelqu'un qui a la fibre commerciale, cela se voit dans le ton des e-mails, dans les conversations téléphoniques », souligne Jean-Claude Miribel, fondateur de Cimm Immo-

bilier. Jean-Claude Cottet-Moine, PDG de Capifrance, ne dit pas autre chose : « Être un bon technicien de l'immobilier est loin d'être suffisant. Pour réussir dans la profession il faut être un pro de la relation client. » Comment s'y prendre ? « En faisant des points réguliers sur les visites avec les vendeurs et en ciblant au mieux les attentes des acquéreurs », insiste Jean-François Lepoutre. Outre ce besoin accru de reconnaissance de la part du client, nombre de changements majeurs touchent la profession. Petit tour d'horizon.

La révolution Internet

Le premier réflexe de tout acheteur ou vendeur potentiel est désormais de se connecter sur la Toile. Première vitrine des agences immobilières, le web permet d'accéder sans se déplacer à toutes sortes d'informations, de comparer les biens proposés, ou encore de trouver des réponses à ses questions sans passer par un intermédiaire. De plus en plus nombreux, des sites ouverts au grand public proposent une estimation gratuite de biens immobiliers, rendant les vendeurs encore plus exigeants sur la qualité des informations fournies par les professionnels.

Ce qui change : pour défendre ses positions sur un marché où Internet modifie considérablement les comportements du consommateur, il est

Immobilier, les révolutions la nouvelle donne !



Serge Ivars,
président de l'Unis,
Union des syndicats de l'immobilier

indispensable aujourd'hui de disposer d'une vitrine sur le web et de savoir s'y positionner en expert.

La montée en puissance des comparateurs d'achat

Qu'il s'agisse de loisirs, de voyages ou d'immobilier, les acheteurs malins sont rompus désormais à comparer les prix et guetter la bonne affaire sur Internet. Il est évident que l'achat d'un logement, qui engage des budgets importants sur le long terme, conduit à la plus grande prudence et encourage l'acquéreur potentiel à comparer les services proposés par les agences. Désormais, les nouvelles technologies de l'information et de la communication favorisent chez tout client une démarche de détective cherchant à valider l'argumentaire de ses interlocuteurs.

Ce qui change : grâce au web, de plus en plus d'acquéreurs ont le sentiment d'en savoir plus que les négociateurs et supportent de moins en moins d'avoir à abandonner de 5 à 10 % de la valeur d'un bien à une agence. La solution ? Leur offrir un service sans faille.

Le mouvement de fond vers la baisse des honoraires

Le développement important d'agences low-cost, qui disposent de sites parfaitement développés et de bases de données permettant de proposer des expertises gratuites, et les difficultés du marché ont conduit de nombreux professionnels à aller sur ce créneau sans le vouloir : baisses importantes des prix lors de la prise de mandat et de la négociation avec les parties se généralisent. Cette dégradation de la rému- ▶

« Il faut diminuer les commissions et faire payer plus de prestations »

Quel regard portez-vous sur la conjoncture immobilière ?

Depuis le second semestre 2010, la reprise s'est caractérisée par une envolée des prix et une demande soutenue. Les taux d'intérêts bas ont stimulé le marché. Cette année, nous nous attendons à une stabilisation des prix. Nous avons un marché qui est cyclothymique depuis des années, mais le problème de fond est toujours le même, nous souffrons d'un manque chronique de logements. Et ce phénomène a même tendance à s'aggraver.

Que préconisez-vous ?

L'immobilier a besoin de stabilité. Il faut un régime stable du statut du bailleur privé afin de ne pas décourager les investisseurs. Les pouvoirs publics doivent arrêter aussi de considérer les professionnels comme des personnes à surveiller, à contrôler... Il faut valoriser le rôle des professionnels en améliorant notamment la formation et en mettant en place un code de déontologie efficacement appliqué et contrôlé, pour tous, qu'ils soient membres ou pas d'une organisation professionnelle. C'est ce à quoi nous nous employons dans le cadre des Etats généraux des professions immobilières.

Les ventes de particuliers à particuliers représentent 40 % à 50 % des transactions en France, contre 15 % à 20 % aux États-Unis. Pourquoi ?

Cette situation s'explique tout simplement par le niveau d'honoraires plus élevé pratiqué chez nous. Il serait préférable que nos professionnels touchent une commission moins importante mais qu'ils aient 80 % du marché. Au total, les agents gagneraient plus et cela coûterait moins cher au client. Il faut travailler à la mise en place d'un système gagnant-gagnant !

Avez-vous des suggestions pour améliorer la situation ?

Nous avons deux axes de réflexion. D'abord, généraliser les mandats exclusifs. Avec les fichiers communs tel l'Amepi, le client est certain qu'en confiant son mandat à un seul agent, il ne se ferme pas de portes puisqu'il le donne aussi à tout un réseau. Quant à l'agent, certain de toucher la commission à la sortie, il met les moyens et se bat davantage ! La seconde piste consiste à ne plus se faire payer uniquement au résultat mais au travail réellement accompli (estimation d'un bien, publication de petites annonces, prise de rendez-vous, visites...), même lorsque le succès n'est pas au rendez-vous !

Propos recueillis par A. Artinian

« Il est important de voir plus loin que l'immobilier stricto sensu »

Pour augmenter la part de marché de la profession, le président du SNPI suggère de renforcer l'approche experte des agents. Formations spécifiques et avantages pour les salariés sont autant d'atouts pour motiver toujours plus les collaborateurs. Démonstration.



Alain Duffoux,
président du SNPI

Comment se porte l'activité des agents immobiliers ?

Avec un accroissement de 15,5 % du chiffre d'affaires en un an*, 2010 confirme la reprise de l'activité constatée depuis 2009. Les situations sont toutefois contrastées. La hausse atteint 15 % à 20 % pour les entreprises de 0 à 4 salariés. Et les entreprises installées en Ile-de-France profitent, une fois encore, davantage de la croissance de l'activité que leurs consœurs de province. Comme au précédent trimestre, l'augmentation de l'activité provient essentiellement de la vente qui a progressé de 18 % en un an. Souhaitons que 2011 consolide cette franche reprise.

Faut-il redouter une augmentation du nombre de transactions entre particuliers ?

Non, la part de marché des professionnels est en augmentation, aux environs de 2,5 % sur les trois dernières années. Nous ne sommes pas du tout en perte de vitesse, bien au contraire. L'allongement de la liste des diagnostics, la complexité accrue des réglementations et les garanties apportées, renforcent le recours aux professionnels. A cet égard, nous mettons de plus en plus de formation à disposition de nos adhérents : la fréquentation de nos séminaires est en hausse de 7 % en un an !

Comment améliorer la part de marché des professionnels ?

L'ensemble des intervenants, collaborateurs ou dirigeants d'agence, doit développer une approche experte vis-à-vis des clients. Il faut gagner du terrain en voyant plus large que l'immobilier *stricto sensu*. Depuis un an, nous proposons une formation spécifique en gestion de patrimoine. De même, nous allons lancer des formations en intermédiation en opérations bancaires, pour s'entremettre dans la présentation des offres de prêt. Il est important aussi d'attirer des collaborateurs de qualité. Pour cela, nous avons signé un accord de branche pour rendre l'assurance santé et la prévoyance obligatoires. Cela coûtera globalement 50 euros par mois et par collaborateur, c'est indispensable !

Comment appréhendez-vous la situation internationale ?

Il faut croiser les doigts pour qu'elle n'ait pas trop de répercussions sur le marché. Pour l'instant, les révolutions en Afrique du Nord et au Moyen-Orient favorisent les investissements immobiliers en Europe. Il reste sans doute des affaires à faire dans la zone euro et, outre la France, en Espagne ou au Portugal où les stocks sont énormes ! Pour les investisseurs qui veulent plus d'exotisme,

c'est le moment aussi de s'intéresser à nouveau aux Antilles en zone euro. Le côté négatif de la situation, c'est le risque d'une perte de confiance dans un climat instable à laquelle s'ajoute la remontée des taux d'intérêt avec des banques qui redeviennent frioleuses.

Que pensez-vous du projet de taxation des loyers au-dessus de 40 euros le m² ?

Nous avons maintenant l'habitude de voir légiférer les pouvoirs publics pour des cas isolés. Si nous prenons les logements de moins de 13 m² dont le loyer est à plus de 40 euros, cela représente environ 350 logements en France dont 50 % à Paris. Paris peut aussi être divisé en deux entre les quartiers populaires et ceux plus nobles dont la qualité et la situation justifient de tels prix. Prendre des mesures nationales pour moins de 100 logements ne me semble pas réaliste ! Nous vivons dans un monde de communication. En interdisant les locations des logements de moins de 9 m², le législateur a créé des tensions sur les loyers des 9 m² et plus. Il va reproduire la même chose sur les plus de 13 m².

Propos recueillis
par Ariane Artinian

*Selon les derniers chiffres de l'Observatoire de conjoncture du SNPI.

► nération des agences – même si beaucoup s'en défendent – doit amener la profession à réfléchir sérieusement. Attention notamment à respecter les consignes de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. Il convient en effet d'appliquer les honoraires affichés pour ne pas être taxé de concurrence déloyale. N'oubliez pas non plus, côté client, qu'un geste commercial peut être interprété comme une insuffisance de formation ou un manque de professionnalisme. **Ce qui change** : la révision des honoraires à la baisse pèse évidemment sur la productivité de l'agence. Pour compenser, il faudra augmenter le taux de transformation des mandats. La recette ? Prendre le temps de s'occuper de son client.

L'exigence accrue des clients

Les nombreux professionnels qui font correctement leur métier et apportent une véritable valeur ajoutée à leur

“ Un négociateur ne peut plus gérer 50 à 60 mandats. Chez nous chaque négociateur s'occupe d'une quinzaine de mandats, ce qui permet un taux de transformation supérieur à 70 %.



Jean-Claude Miribel, fondateur de Cimm Immobilier

clientèle méritent leurs honoraires. Les attaques sur les prix subies par l'immobilier, comme par l'ensemble des secteurs économiques, conduisent la profession à revoir son offre de services et son modèle économique. Les nouvelles technologies révolutionnent les pratiques. D'une part, elles favorisent les agences virtuelles disposant d'un site riche en informations et pratiquant la « pige new look ». D'autre part, elles permettent la constitution d'équipes de négociateurs « nomades » pratiquant un « immobilier de proximité », à partir d'un ordinateur portable connecté sur des bases de données favorisant des expertises fiables, des mandats de qualité, souvent exclusifs, et fonctionnant le plus souvent en réseau (Amepi). L'agent

immobilier de quartier, qu'il représente une enseigne nationale ou non, doit s'adapter à cette nouvelle donne en renforçant sa qualité de « bon voisin », professionnel reconnu par la clientèle locale, et connaissant sur le bout des doigts son marché singulier. Pour récupérer des parts de marché, les agences doivent améliorer leurs compétences juridiques et proposer de nouveaux services telle l'intermédiation en opération bancaire. Autre challenge : soigner le suivi des dossiers, quitte à gérer moins de mandats...

Ce qui change : les clients ont besoin d'être rassurés. Donnez aux collaborateurs les outils de connaissance de l'arsenal juridique et réglementaire via notamment des formations *ad hoc*.

Gérard Bornot

C.B.I.

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

CBI, votre partenaire de confiance



Mr Benoit TROUBAT, Président de la Sté
Professionnel depuis 1967,
Membre de la Chambre des Experts FNAIM
Tél. : 04 90 16 94 84
et/ou 06 11 46 34 92
Fax : 04 32 74 15 03
benoit.troubat@cbi-troubat.com

SAS CBI TROUBAT représentée à Paris
par la société CLG IMMOBILIER

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

**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 transactions immobilières
- Avis de valeur préalable pour projet de vente ou d'achat
- Avis de valeur lors de succession, partage, arrivée ou départ d'associé

www.cbi-troubat.com

358, allée des Chênes 30650 ROCHEFORT DU GARD
SAS CBI TROUBAT - CP n° 01.828 - RCS Avignon n° 433 763 349 - CGAIM

Emportez votre agence partout et gagnez de nouveaux mandats

Nouveau! L'application Périclès arrive sur iPad.



Accédez en permanence à tous vos contacts

Connectez-vous à Périclès en temps réel

Enregistrez vos mandats instantanément



Contactez-nous pour en savoir plus: 0810 0810 00* — contact@poliris.fr



Par Anne-Claude Poncet
EXPERT IMMOBILIER,
BUSINESSFIL
» contact@businessfil.fr

Transaction : panorama d'actualité



Outre les évolutions récentes de la réglementation en matière de diagnostics (DPE et assainissement), l'année écoulée offre plusieurs informations intéressantes aux agents immobiliers. Petite sélection.

Réglementation professionnelle

La non-détention de fonds.

La loi du 23 juillet 2010 permet aux agents immobiliers qui déclarent leur intention de ne pas détenir de fonds de ne pas souscrire de garantie financière. L'agent immobilier ne peut alors

recevoir ni détenir, directement ou indirectement, d'autres fonds, effets ou valeurs que ceux représentatifs de sa rémunération ou de sa commission. Il lui est notamment interdit de recevoir un chèque destiné au notaire ou à tout autre personne.

Les modalités pratiques de ce dispositif sont définies par un décret du

30 décembre 2010. L'agent immobilier doit déposer une déclaration sur l'honneur auprès de la préfecture. Les mentions « non-détention de fonds » et « absence de garantie financière » sont alors apposées sur la carte professionnelle qui lui est remise.

L'agent immobilier est dispensé d'ouvrir un compte séquestre, mais il doit



► délivrer reçu lorsque sa commission lui est versée.

Les documents, contrats et correspondances à usage professionnel, les publicités commerciales ainsi que les affiches obligatoires apposées en évidence, dans la vitrine ou sur le panneau publicitaire extérieur ainsi que dans les lieux destinés à recevoir la clientèle, indiquent, en caractères très apparents, que l'intéressé ne doit recevoir ni détenir d'autres fonds, effets ou valeurs que ceux représentatifs de sa rémunération ou de sa commission. Un arrêté viendra préciser ce point. Les différents documents n'indiqueront plus les noms et coordonnées du garant.

Mandat exclusif

La remise immédiate du mandat exclusif au mandant.

Par un arrêt du 25 février 2010, la Cour de cassation précise que la remise immédiate d'un des exemplaires du mandat comportant une clause d'exclusivité est exigée pour sa validité même. Elle censure ainsi, par la nullité du mandat, la pratique consistant notamment à recueillir la signature du mandant sur le mandat, puis à lui adresser ultérieurement son exemplaire par courrier.

L'agent immobilier ne peut que s'adapter à cette nouvelle exigence et remettre au mandant, immédiatement après sa signature, un exemplaire du mandat comportant toutes les mentions légales obligatoires, au nombre desquelles le numéro d'enregistrement au registre des mandats.

La dénonciation de la clause d'exclusivité.

La Cour de cassation valide, dans un second arrêt du 25 février 2010, la possibilité, pour le mandant ayant consenti un mandat exclusif à l'agent immobilier, de révoquer la seule clause d'exclusivité du mandat. Elle énonce que, sauf stipulation d'irrévocabilité, la révocation partielle du mandat est, comme sa révocation totale, laissée à la discrétion du mandant. En pareille hypothèse, l'agent

Bail : attention à la surface !



Depuis la loi Boutin, la surface habitable du logement doit être mentionnée non meublée sur le bail à usage d'habitation principale. La loi ne prévoit aucune sanction spécifique. Cependant, la cour d'appel de Versailles a jugé, le 7 septembre 2010, que « la différence entre la surface indiquée au bail et la surface réelle étant de 12 %, il convient

de réduire, à titre de dommages et intérêts, le montant du loyer de 12 % ». L'agent immobilier pourra donc opportunément attirer l'attention du bailleur sur l'importance que revêt la mention d'une surface exacte dans le contrat de bail, et l'intérêt qu'il peut y avoir à recourir à un professionnel pour effectuer cette mesure. D'autres cours d'appel ont eu une attitude bien moins favorable au locataire. La cour d'appel de Bordeaux a ainsi considéré en 2008 que les règles imposant la mention de la surface « impliquent seulement que le prix du loyer doit être conforme à la prestation attendue par le locataire et au prix du marché locatif, et non référencé par rapport aux mètres carrés habitables ».

immobilier a pour seule latitude de poursuivre l'exécution du mandat ainsi modifié ou de renoncer au mandat. Au regard de cette jurisprudence, plusieurs commentateurs ont souligné l'intérêt que pourrait avoir une adaptation du contenu des mandats, afin d'éviter la révocation de la clause d'exclusivité seule.

Violation du mandat simple et indemnisation de l'agent immobilier

Même en mandat simple, l'agent immobilier peut prétendre à indemnisation. Trois arrêts de la Cour de cassation permettent de faire un point sur cette question.

Indemnisation en cas de fraude.

La Cour de cassation rappelle, le 8 avril 2010, que lorsque l'agent immobilier titulaire d'un mandat simple est évincé par fraude, il peut prétendre à une indemnisation. Ce principe a été affirmé depuis plusieurs années. En l'espèce, un acquéreur a conclu un compromis par l'intermédiaire de l'agent immobilier, puis s'est rétracté. Il a de nouveau acquis le bien, en démembrement de propriété, avec ses

enfants, et par l'intermédiaire du notaire, lui-même mandaté. La cour de cassation reproche à la cour d'appel de ne pas avoir répondu au moyen qui invoquait le fait que l'aménagement apporté à l'opération était destiné à tenir en échec les droits de l'agent immobilier. La décision de la cour d'appel de renvoi sera intéressante en ce qu'elle pourra peut-être illustrer cette notion.

Obligation d'information envers l'agent immobilier.

Tout d'abord, la Cour de cassation précise, le 11 février 2010, que l'indemnisation de l'agent immobilier, en application de la clause pénale du mandat, n'exige pas la perte d'une commission. En l'espèce, des vendeurs avaient conclu un mandat simple de vente, et ont vendu « en direct » à des acquéreurs, sans en informer l'agent immobilier. Le mandat leur imposait d'informer immédiatement l'agent immobilier en lui notifiant par lettre recommandée avec avis de réception les nom et adresse de l'acquéreur, du notaire chargé de l'acte authentique et du cabinet éventuellement intervenu. Les vendeurs n'ont pas respecté cette obligation, et l'agent immobilier a réclamé une indemnisation, conformément

► ment à la clause pénale. La Cour de cassation permet ainsi à l'agent immobilier de percevoir des dommages intérêts en application de la clause pénale du mandat, du simple fait que les vendeurs n'aient pas respecté leur obligation d'information à son égard, et ce même s'il n'a pas trouvé d'acquéreur aux charges et conditions posées par le mandat. Il est possible, cependant que, dans cette hypothèse, les juges modèrent le montant de l'indemnité, en considérant qu'elle est manifestement excessive.

Un arrêt tout récent, du 14 décembre 2010, sanctionne une attitude similaire des vendeurs, qui avaient laissé un agent immobilier visiter le bien avec des acquéreurs, lesquels avaient ensuite fait une offre aux conditions du mandat. Lorsque l'agent immobilier a transmis cette offre aux vendeurs, ces derniers l'ont informé, par LRAR, qu'un compromis avait été signé la veille de la visite faite par l'agent immobilier. L'agent immobilier a, dans cette affaire, obtenu une indemnité

d'un montant équivalent à sa commission, ainsi que la clause pénale le stipulait.

Notification du compromis à chacun des époux.



Lorsque deux époux achètent un bien immobilier, l'agent immobilier, qui ef-

fectue la notification de l'acte par lettre recommandée, afin de faire courir le délai de rétractation prévu par l'article L 271-1 du Code de la construction et de l'habitation, a tout intérêt à envoyer un courrier à chacun des époux et à vérifier la signature figurant sur l'accusé de réception. En effet, lorsque l'avis de réception n'est signé que d'un seul époux, il n'est pas établi que l'autre époux ait reçu notification du délai de rétractation, et que le délai ait couru à son égard. Le notaire pourra imposer une nouvelle notification.

La Cour de cassation considère que lorsque la notification a été effectuée non par lettres distinctes adressées à chacun des époux acquéreurs, mais par une lettre unique libellée au nom des deux, elle ne peut produire effet à l'égard des deux que si l'avis de réception a été signé par chacun des époux ou si l'époux signataire était muni d'un pouvoir à l'effet de représenter son conjoint. ♦

Anne-Claude Poncet,
expert immobilier

Businessfil SVP
GROUPE

Besoin d'une formation ?

Les experts Business Fil sont
au service de vos collaborateurs !



Gestion immobilière
Copropriété
Gestion patrimoniale
Transaction immobilière
Gestion du personnel

- Etre opérationnel rapidement
- Maîtriser les points clés
- Anticiper les risques
- Sécuriser vos pratiques

Découvrez
le catalogue
complet !

Contactez-nous au
02.38.799.799
www.businessfil.fr

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

imm'up



La pige qui fonctionne !

- Rapidité
- Exhaustivité
- Simplicité
- Performance

Le service de pige professionnel exclusivement conçu pour les agences immobilières : **transformez les annonces en réelles opportunités commerciales pour votre agence.**

Consultez notre site internet pour plus d'informations ou contactez-nous directement par téléphone au : **04 42 54 64 45**

Essayez gratuitement
et sans engagement
pendant 1 mois
notre solution
WEB COMPLETE
mediapige.net

Savoir rédiger une annonce efficace sur le web

La diffusion de petites annonces sur Internet exige un savoir-faire réel et nouveau. Publier des annonces efficaces ne s'improvise pas. Suivez les conseils d'Hervé Parent.

Quelques mots, souvent les mêmes, quelques informations de base et un contact : quoi de plus simple en apparence qu'une annonce immobilière. Et pourtant, il suffit de parcourir les portails pour réaliser que l'exercice n'est pas si facile. Trop souvent les informations manquent, les mots ne conviennent pas, les mauvaises photos dissuadent de contacter l'agence.

☐ Respecter l'ordre de présentation des informations

Chaque support a ses propres codes qu'il faut respecter pour faciliter la lecture et ne pas essayer de faire preuve de créativité. L'ordre de présentation des informations tend à s'uniformiser. D'abord la localisation, puis l'immeuble, la présentation des pièces de séjour, les chambres, la cuisine et la salle de bains, et, pour finir, les annexes (cave, garage...) et souvent le rappel du contact : nom et numéro de téléphone.

“ Une belle annonce valorise le travail de l'agence et facilite la prise de mandats. Il faut être suffisamment fier de ses annonces pour les présenter à ses mandants et ne pas hésiter à utiliser les statistiques. ”



Hervé Parent, consultant spécialiste du marketing pour l'immobilier.

☐ Viser une cible

Certains biens immobiliers correspondent à une cible précise, c'est-à-dire que leurs acheteurs potentiels ont une caractéristique distinctive propre. Par exemple, tel appartement est destiné à une famille nombreuse, tel autre à un investisseur (il est occupé par un locataire dont le bail court encore quatre ans), tel autre à une personne exerçant en profession libérale... Pour plus d'efficacité, l'annonce doit indiquer la cible à laquelle il se destine et donner des éléments à l'appui. Pour un appartement familial, le texte de l'annonce dira qu'il y a quatre chambres

et deux salles de bains, puis soulignera la proximité d'une école primaire et d'un collège. Si l'appartement est proche d'un lycée prestigieux, c'est un argument de poids à ne pas oublier en donnant le nom du lycée. Pour un investisseur, on peut écrire : « Idéal investisseur, rendement 6 % sur bail en cours et revalorisation possible à terme ».

☐ Privilégier des informations objectives

Il est toujours préférable, car beaucoup plus convaincant, de donner un chiffre ou un fait, plutôt qu'un adjectif ▶

De la nécessité d'une stratégie marketing

Comblant le manque de stratégie marketing des agences immobilières à l'heure où Internet bouleverse la donne. Tel est le credo de Fabrice Larceneux, chercheur à l'université Paris-Dauphine, et d'Hervé Parent, consultant, spécialiste du marketing immobilier et président de la Fédération française de l'Internet immobilier (FF2I). Leur ouvrage *Marketing de l'Immobilier*, fait la synthèse des derniers développements en psychologie et comportement du consommateur, en sociologie et en économie de l'immobilier afin de mieux appréhender

les actions marketing pertinentes à mettre en œuvre. Vous y apprendrez pourquoi il est si difficile pour l'acheteur de prendre une décision ou comment Internet a transformé le comportement des acheteurs et des vendeurs et les stratégies des agents immobiliers. Au programme encore l'efficacité des annonces en utilisant le web 2.0 ou les réseaux sociaux. Fondé sur les résultats de recherches et l'analyse des meilleures pratiques en France et à l'étranger, ce livre propose des concepts et outils spécifiques pour répondre à toutes vos préoccupations. En bref, un guide précieux à lire d'urgence et à mettre entre les mains de vos collaborateurs. *Marketing de l'immobilier* de Fabrice Larceneux et Hervé Parent, Dunod, 260 pages, 29 euros.



Conseils de pro pour des annonces plus efficaces

Modifiez vos annonces pour multiplier les alertes.

80 % des contacts arrivent dans les deux jours suivant la parution. Pour relancer une annonce, changez d'abord les photos pour des plus percutantes, remaniez le texte et baissez le prix.

Rédigez l'annonce sur place. Pour être le plus précis possible, le mieux est d'écrire le texte sur place, idéalement avec un ordinateur portable connecté à votre logiciel.

Trouvez une USP. Acronyme pour Unique Selling Proposition, c'est à dire argument de vente unique. Trouvez une raison et une seule pour laquelle le client doit acheter ce bien, et faites-en la promesse principale de votre annonce.

Cherchez trois qualités et trois défauts. Si trouver une seule raison d'acheter est trop difficile, cherchez les trois qualités du bien, puis ses trois défauts. Ce seront la base de votre argumentaire et contre-argumentaire de vente qui augmenteront l'efficacité de l'annonce.

mode d'emploi précis : « Pour plus d'informations, téléphonez à Paul Durant, Agence de la Gare, de 10h à 19h (réf. de l'annonce B235), numéro fixe, numéro portable... »

☐ Lire, relire et faire relire

C'est l'une des règles de base de ceux dont le métier est d'écrire. Il faut prendre du temps, se relire et corriger, et demander à un tiers de relire une dernière fois. Cela peut sembler exagéré pour une annonce, pourtant c'est la bonne méthode. Au minimum, la relecture par une assistante ou par un second négociateur est vraiment indispensable pour éviter les oublis, les fautes d'orthographe et les erreurs factuelles.

☐ Actualiser vos annonces pour multiplier les alertes

Beaucoup d'internautes utilisent le système d'alerte proposé par les portails. Il est parfois possible de multiplier ces alertes en modifiant l'annonce. Ajouter des photos, un plan, un texte rédigé différemment, etc. ; et l'internaute recevra une nouvelle alerte.

► qualificatif, sujet à interprétation. L'acheteur qui lit « Appartement dans un immeuble semi-récent » est plongé dans une perplexité qui le conduit à passer à l'annonce suivante. « Immeuble de 1975 » est plus simple !

☐ Surveiller le vocabulaire utilisé

Attention aux mots qui tuent ! La communication est un art difficile, on écrit une chose, mais parfois le lecteur comprend l'inverse. Ainsi « Charmant petit 2-pièces à rafraîchir » est souvent interprété comme « minuscule appartement en

très mauvais état, mal distribué avec des travaux importants » ; « Étage élevé », comme « 6^e sans ascenseur », et non comme « clair, avec une vue dégagée » qui s'imposait ; « Rue commerçante vivante », comme « très bruyant ».

☐ Faciliter le passage à l'acte

Même pour une action simple comme téléphoner à une agence, chez beaucoup de personnes, il existe des freins psychologiques. Pour les lever, l'annonce doit être rassurante avec un

Nous recrutons

SeLoger
.com

POLIRIS, filiale du Groupe SeLoger.com, développe et commercialise les activités du pôle services : création et référencement des sites ainsi que le logiciel de transaction à destination de nos clients, les agents immobiliers.

Vous êtes passionné par le service apporté aux clients et souhaitez vous investir dans une structure dynamique de 80 personnes au sein d'un groupe en pleine croissance.

Vous recherchez un véritable challenge ? Il est tout trouvé !

Commercial Terrain secteur 73-74-38 Idéalement basé à Grenoble

Commercial Sédentaire Basé à Paris

Nous vous confions un parc de clients et de prospects que vous gérez en toute autonomie. Vous conseillez les agences immobilières dans leur choix d'outils informatique métier, et dans leur stratégie de visibilité et de notoriété sur Internet. Nos solutions reposent sur un savoir-faire et une expertise technique à la pointe que nous saurons vous transmettre pour servir votre réussite. Vous maîtrisez les techniques commerciales B to B et vous avez idéalement une connaissance des métiers de l'immobilier, vous êtes dynamique et savez prendre des initiatives. Vous nous intéressez ! Nous proposons une rémunération attractive et mettons à votre disposition tout ce qu'il faut pour travailler dans de bonnes conditions.

Envoyez votre candidature complète CV + lettre de motivation à candidature@seloger.com
Pour plus de détails, consultez la page recrutement du site : <http://www.groupe-seloger.com/>

AgoraBiz

belles demeures
luxury french properties

ImmoStreet
.com

poliris

SeLoger
Neuf
.com

SeLoger
vacances



"Indépendants,
partageons notre expérience et
nos valeurs pour nous développer."

- Mr Frédéric Gilbert, Adhérent (69) -

Nouveau !

Avec le réseau d'agences CARTIMO, découvrez :
Le plaisir de progresser ensemble !



1 Vous profitez d'un
savoir-faire qui fait
ses preuves.

Depuis 1997, des Professionnels de terrain, diplômés en Assurances et en Immobilier, développent une offre complète de services à la Carte pour séduire enfin 100% des consommateurs. Preuve en est que la part de marché et le chiffre d'affaires de CARTIMO sont en augmentation malgré les crises et les nouvelles formes de concurrence : +58,55 % sur 5 ans.



2 Vous êtes libre
de valoriser vos
compétences

Décus des réseaux classiques, nous mettons aujourd'hui à la portée des Agents immobiliers passionnés, intègres et ouverts d'esprit, une plateforme collaborative inédite. Basée sur l'entraide, la mise en place d'actions locales et la formation en libre service, elle permet d'échanger les bonnes pratiques. Conviviale et transparente, cette organisation permet la réduction des coûts, une plus grande souplesse et une meilleure réactivité.

Les barrières à l'entrée d'un réseau sont pulvérisées (Droit d'entrée: 0 €) et, en plus, vous devenez compétitif :



3 Vous réalisez un
exceptionnel retour
sur investissement

390 € HT
/mois seulement !

Infos : 02.31.91.31.91 ou
developpement@cartimo.com

www.cartimo.com



* Offre soumise à conditions

Je suis libre de demander confidentiellement, et sans engagement, une documentation

Nom :

Prénom :

Téléphone :

Adresse :

Email :

Le réseau CARTIMO est réservé aux candidats sérieux répondant aux critères de la loi Hoguet, et se réserve le droit de refuser tout dossier qu'il jugera non adapté.

► **☐ Contrôler ce qui paraît**

Certaines annonces ont un rendement nul : aucun appel, aucune visite ! La raison est simple, elles n'ont pas été publiées. Les explications en sont multiples, mais sur Internet, les cas les plus fréquents sont des bugs informatiques ou des erreurs de saisie sur le code postal par exemple.

☐ Soigner les visuels

La photo est la première chose que regarde le client. Les annonces sans photos ne sont pas lues ou alors dans un second temps. La photo doit être de qualité pour atteindre deux objectifs : attirer le regard et séduire le client. L'affichage des annonces est une compétition, pour gagner il faut faire mieux que les autres. Une bonne photo est l'argument qui fait la différence et il faut se rappeler que la première impression est la bonne. Une seule photo ne suffit pas ! L'idéal est une photo par pièce principale, plus une de la façade, du jardin et de la vue. Chaque photo doit participer à l'entreprise de séduction. Quatre photos de qualité et attrayantes seront plus efficaces que huit médiocres ! Dans tous les cas, éviter la photo mettant en avant le mauvais état

Ce qu'il faut faire pour que le téléphone sonne !

Vos annonces sont votre force de vente : agissez en professionnel pour qu'elles soient performantes !

Multi-diffusez. Plus le client a l'occasion de voir l'annonce, plus il a d'opportunités de vous téléphoner.

Travaillez les annonces. Rassemblez toutes les informations, investissez pour avoir de bonnes photos et un plan de qualité, écrivez un texte précis, faites-le relire.

Faites que la photo soit séduisante. C'est l'accroche principale de votre annonce, ce que le client voit

en premier et qui le motive à vous contacter.

Vérifiez la parution. Sur tous vos supports, relisez soigneusement, car les erreurs ne pardonnent pas.

Décrochez le téléphone. Battez-vous pour que l'on réponde à tous les appels et qu'aucun contact ne soit perdu par négligence.



général, la façade avec trois panneaux « à vendre » ou le trottoir encombré de poubelles débordantes. A bannir aussi les photos tristes prises les jours de pluie, celles qui mettent l'accent sur un mobilier désuet, celles qui présentent un jardin mal entretenu ou une vue imprenable sur des antennes de télévision.

☐ Joindre un plan avec les dimensions des pièces

Le plan apporte des informations que ni le texte ni les photos ne peuvent

communiquer et qui sont essentielles dans l'acte d'achat. Elles rassurent sur le sérieux de l'agent immobilier. Techniquement, mettre en ligne un plan ne pose pas de difficulté, car les portails disposent d'utilitaires appropriés.

Il convient de soigner particulièrement la lisibilité du plan : scanner un plan d'architecte ou un simple schéma ne convient pas. Il faut réaliser, ou faire réaliser, un plan spécifiquement conçu pour Internet. ♦

Hervé Parent
hparent@orange.fr

VOUSFINANCER.com

WWW.VOUSFINANCER.COM

Réseau national de courtiers en crédit immobilier



VOUSFINANCER.com
Le Forum de St Martin
36E, rue des Vingt Toises
38950 St Martin Le Vinoux

Rejoignez un réseau
dynamique en plein essor,
un concept d'avenir :

Le courtage en crédit

CONTACTEZ NOUS :

David GILLET
Responsable du Développement
06 20 29 17 72
04 76 19 05 37
david.gillet@vousfinancer.com

DEJA 55
CREATEURS
NOUS ONT FAIT
CONFIANCE !



www.capifrance.fr

L'immobilier autrement !

Prenez le bon départ !

Devenez **Négociateur Immobilier** en **à domicile** Indépendant

et **gagnez** jusqu'à

98%

du montant des **honoraires d'agence**

►► **REJOIGNEZ**
le réseau des gagnants !

- ✓ Formations gratuites et illimitées (28 formateurs spécialisés)
- ✓ Pas de frais de structure
- ✓ Pas de droit d'entrée, ni royalties, ni pénalité de sortie

- ✓ Votre site immobilier internet personnalisé
- ✓ Service International
- ✓ Plateforme de 60 salariés
- ✓ Rémunération jusqu'à 98 % des honoraires de transaction

- ✓ Le Package exclusif CAPI

- ✓ Couverture légale professionnelle

- ✓ + de 400 000 visiteurs* - contacts - acheteurs/mois, sur notre site exclusif www.capifrance.fr.
- soit + de 350 visiteurs - contacts - acheteurs/mois pour chacun de nos 1400 agents commerciaux

- ✓ Diffusion de vos annonces sur + de 1000 sites et portails internet

- ✓ Assistance commerciale par 60 animateurs/coaches départementaux



N°1 sur ce concept multi-activités immobilières à domicile incluant «NEUF / VEFA»
1400 commerciaux** en immobilier présents sur toutes les régions de France et DOM TOM.

Participez à l'une de nos réunions d'informations partout en France
inscription sur notre site recrutement

Envie d'en savoir plus ? Rendez-vous sur www.capi-recrutement.fr



TÉLÉCHARGEZ
notre application

iPhone



documentation GRATUITE
en téléphonant au

04 99 61 44 60

ou par mail
capi-recrutement@capifrance.fr

Nouvelles technologies, toutes les tendances 2011

Le 15^{ème} salon Real Estate Connect qui s'est tenu à New York en janvier a été l'occasion pour les professionnels de l'immobilier de faire un point sur les nouvelles technologies mises à leur disposition. Une édition particulièrement riche en innovations. Voici les principaux enseignements.

Réseaux sociaux, tablettes tactiles, systèmes d'exploitation ont cristallisé l'attention de tous les professionnels présents sur le Real Estate Connect.

Les réseaux sociaux en première ligne

Chez Homes.com, l'équivalent américain de la Fnaim, on constate qu'un contenu mobile est sept fois plus partagé qu'un contenu Internet classique et ce via les réseaux sociaux tels Facebook et Twitter. Pour Zillow, le portail américain qui a établi sa notoriété sur les estimations et sur la notation des professionnels, les deux réseaux sont complémentaires. Facebook constitue un puissant outil de marketing pour une profession qui fonctionne essentiellement à travers un réseau d'agents commerciaux, alors que Twitter est un véritable accélérateur de référencement pour l'agence. « Pour un professionnel, être présent sur Facebook est désormais incontournable. Dans les mois et les années à venir, une campagne de marketing sur un réseau social sera certainement plus efficace qu'une campagne téléphonique », affirme Gilles Blanchard de SeLogger.com.

Montée en puissance des tablettes tactiles

À l'agence, dans la rue, les transports, la tablette tactile fait partie de notre environnement. Grâce à son faible encom-



brement et à une remarquable définition, elle permet de présenter les biens de l'agence de manière conviviale et interactive. La version iPad 2 d'Apple est attendue pour le printemps. Et les autres constructeurs lui emboîtent le pas. Motorola, Samsung, Toshiba, BlackBerry se préparent à lancer plusieurs modèles haut de gamme dont la plupart seront équipés du système d'exploitation Android 3.0 et de fonctionnalités à faire pâlir d'envie Apple. Du côté des smartphones, l'iPhone devrait s'appuyer en grande partie sur un marché de renouvellement tandis que l'offre sous Android devrait se développer fortement.

Les systèmes d'exploitation au coude à coude

En 2011, trois systèmes d'exploitation vont se partager le marché de la mobilité : iOS pour Apple, RIM pour BlackBerry et Android, développé par Google et qui équipe de nombreux terminaux mobiles comme les

smartphones HTC. Une tendance qui se confirme chez SeLogger avec le cap des 50 000 téléchargements dépassé sur l'Android Market et qui conduit les éditeurs à étoffer leur offre pour cette plate-forme. La montée d'Android devrait ainsi se poursuivre malgré deux handicaps importants : une interface loin d'être aussi soignée que celle de l'iOS d'Apple et un Android Market encore assez pauvre en applications même si des progrès ont été réalisés cette année. Aux États-Unis, les grands portails immobiliers comme Zillow, Realtor ou Homes ont tous une application sur l'Android Market. En France, SeLogger a mis une application Android à la disposition des utilisateurs de la plate-forme Android. Ces applications B2B ou B2C permettent d'accéder aux annonces en entrant des critères de sélection au clavier ou à la voix, de géolocaliser des millions de biens et de gérer son portefeuille directement depuis un terminal mobile. A suivre... ♦

Pascal Kinsbourg

Gagnez en visibilité sur le web

Le partenaire de vos solutions web
et de votre marketing immobilier

Vous voulez améliorer
l'efficacité
de votre site internet ?



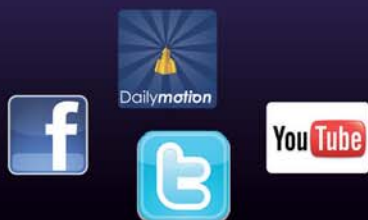
Notre objectif

Développer votre e-réputation
Multiplier vos contacts

- + de visibilité
- + de contacts qualifiés
- x votre réseau
- = un meilleur retour sur investissement

Appelez-nous !

Démonstration en ligne



Développement de votre visibilité
Web marketing



Création site internet
Transaction - Location - Syndic *
Locations saisonnières **



Site internet
version Smartphone

www.webgenery.com - info@webgenery.com

* Passerelles avec les principaux éditeurs de logiciels immobiliers - ** Disponibilités, Options et Réservation Temps réel, Paiement Sécurisé

ACHETER, un rêve à tout prix



Par Perla Serfaty-Garzon
SOCIologue,
PSYCHOLOGUE
» perlaserfaty.net
» http://perlaserfaty.net/

Enfin maître en son royaume !

Les voies qui mènent à l'acquisition d'un bien immobilier devraient être sans mystère. Elles devraient être rationnelles, fondées sur une bonne analyse de son budget, sur un tout aussi bon espoir quant à son avenir professionnel et financier, et s'inscrire dans une vision relativement stable de sa vie privée. Pas question d'acheter pour un jour se retrouver dans la situation de compromettre la rentabilité de cet investissement majeur et qui engage à long, très long terme. Mais le nouveau propriétaire est heureux ! Enfin chez soi ! Libre d'abattre des cloisons ou de peindre la cuisine en rouge, libre de se laisser aller à une fantaisie jardinière... Et les enfants pourront chacun avoir leur chambre. Et on pourra recevoir les parents pour le week-end.

Le cœur a ses raisons que la raison...

Et pourtant la part de l'irrationnel est grande dans l'acquisition. L'histoire intime de chacun joue un rôle dans l'achat, en particulier d'une maison. L'un a un coup de cœur pour un appartement très ensoleillé qui lui rappelle une enfance méditerranéenne, sans prendre la peine de s'attarder sur une distribution intérieure inadaptée au mode de vie de sa famille. L'autre a souffert de voir la maison familiale campagnarde vendue et, sans trop s'interroger sur ses raisons, poursuit le rêve d'une maison et d'un verger dans une lointaine banlieue, quitte à doubler le temps de ses déplacements quotidiens. Un troisième est poussé par sa soif de statut social dans l'acquisition d'un domaine qui impressionnera famille et amis, au risque de lourdes charges financières.

Un projet de vie avant tout

Dans ces histoires d'amour, il n'y a pas d'ombres telle la perspective de la perte de son emploi ou de son conjoint. Elles gomment pour un



temps les tracas du déménagement, des réaménagements et de l'entretien. Elles ne laissent pas de place à la prise de conscience des contradictions de la liberté nouvellement acquise. La liberté d'être chez soi est inséparable des solides fils à la patte que représentent le crédit immobilier, les permis de construire et de modifier sa maison, et les coûts d'entretien, sans compter la perte de la mobilité résidentielle.

Mais voilà : le rêve de devenir propriétaire est bien ancré et la majorité d'entre nous continue à le poursuivre. C'est qu'il semble donner au projet de vie familiale un poids et un sérieux supplémentaires. Justement parce qu'il exige des efforts et la prise de risques. ♦ Perla Serfaty-Garzon

Annonces

Pour contacter le service publicité: regiepublicitaire@journaldelagence.com

● Poliris - 0810 0810 00
contact@poliris.fr

● Locagestion - 0810 38 95 24
www.locagestion.com

● Cimm Immobilier - 04 76 48 24 31
franchise@cimm-immobilier.fr

● Direct Annonces - 01 45 72 92 00
contact@directannonces.com

● CBI - 04 90 16 94 84
benoit.troubat@cbi-troubat.com

● Businessfil - 01 47 87 64 23
contact@businessfil.fr

● Imm'up - 04 42 54 64 45
www.immup.fr

● Cartimo - 02 31 91 31 91
www.cartimo.fr

● Vousfinancer.com - 04 76 19 05 37
www.vousfinancer.com

● CapiFrance - 04 99 61 44 60
www.capifrance.fr

● Webgenery - 0820 309 054
info@webgenery.com

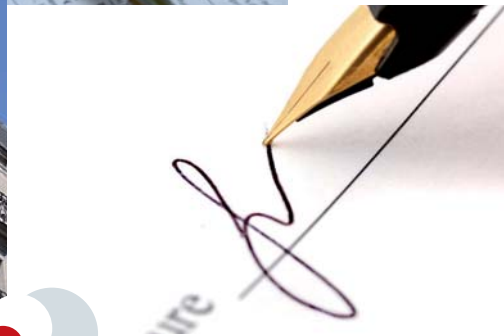
● Saccap - 0810 813 030
info-pub@pressimmo.com

● SeLogger.com - 0826 620 025
www.seloger.com

*Vous souhaitez vous abonner.
Vous souhaitez réagir aux articles publiés
dans le Journal de l'Agence*
www.journaldelagence.com

Garantie revente • Garantie des loyers impayés

Garantir les Revenus Locatifs, c'est notre métier.



Spécialiste des Garanties Loyers Impayés depuis 17 ans, SACAPP vous offre désormais la nouvelle GRL.

EASYLOC GRL*
Comment souscrire?
081 081 30 30
commercial@sacapp.com



SACAPP - 39 rue Fessart - 92772 Boulogne Billancourt Cedex - T : 01 41 86 06 26 - F : 01 41 86 06 10

* Garantie des Risques Locatifs. La GRL est un dispositif conçu par Action Logement et l'État, la Marque GRL est une marque déposée par l'APAGL.



SeLoger.com vous présente
Simone,
votre principale
concurrente.

En payant pour diffuser vos annonces sur des sites généralistes :

- Vos annonces se mêlent sans distinction avec celles de vos principaux concurrents, les Particuliers.
- Vous favorisez le développement de ces sites sans scrupules, totalement gratuits pour les Particuliers.
- Vous incitez vendeurs et acquéreurs à éviter les Professionnels.

Avec SeLoger.com, les professionnels ont la vedette et toute notre puissance vous est réservée.

Nous contacter : 0 826 620 620
(prix d'un appel national)

Le média des agences qui réussissent !

SeLoger
.com

ImmoStreet
.com