

Le Journal de l'Agence

L'information pratique des professions immobilières

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

#12

DOSSIER

Grandes manoeuvres dans le paysage immobilier français

Baromètre SeLoger : Une hausse en demi-teinte

Groupe *SeLogger.com*



Multipliez la visibilité de vos annonces immobilières sur Internet



Partenaires exclusifs de diffusion **

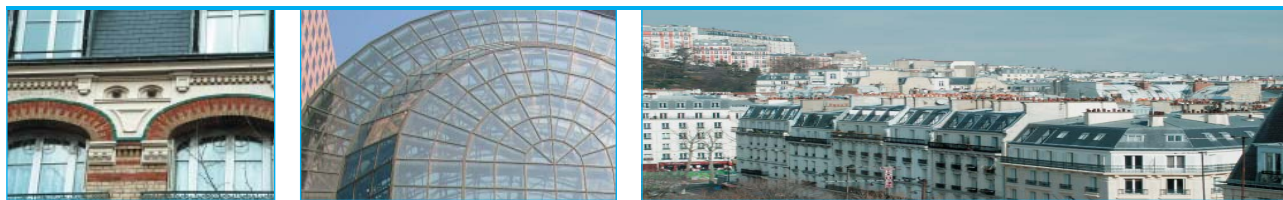
**N°1 en audience,⁽¹⁾
au service exclusif
des Professionnels
de l'Immobilier !**

Offre de Bienvenue !

**2 MOIS
DE DIFFUSION
OFFERTS ***

Découvrez nos offres de diffusion d'annonces et profitez de notre "Offre de Bienvenue" en renvoyant le coupon ci-contre ou en nous contactant au **0826.622.236** (prix d'appel national) ou par mail à : **info-pub@pressimmo.com**. Avant le 31/01/07

* Offre valable dans le cadre d'une souscription d'un contrat d'abonnement de 12 mois à l'une des formules Référence, Référence +, Excellence ou Excellence+, avant le 31/01/07.
Offre d'abonnement mensuel non révoquant avant les 3 premiers mois de facturation.
Cette offre est réservée aux agences n'ayant ni bénéficié d'un essai gratuit ni déjà souscrit un contrat d'abonnement de parution d'annonces du groupe SeLogger.com au cours des 12 derniers mois.



Edito

Introductions en bourse, regroupements spectaculaires, prises de position de nouveaux acteurs sur le marché, rachats d'enseigne... Jamais le secteur de l'immobilier n'avait suscité tant de convoitises. A coup sûr, 2006 restera gravé dans la mémoire des professionnels comme une année riche en rebondissements. Et les grandes manœuvres ne sont sans doute pas terminées. Pour aborder 2007, en connaissance de cause, notre dossier (lire l'enquête de Colette Sabarly, page 13) revient sur les principales prises de position qui bouleversent durablement le paysage immobilier français. Une illustration ? La révolution fichier commun. Certains agents immobiliers ont beau être toujours réticents à l'idée de «partager» des mandats exclusifs avec leurs confrères, cette nouvelle façon de travailler est appelée à se développer. L'étude exclusive de Gérard Bornot (lire page 20), présente ainsi les atouts des deux grands fichiers : le SIA (Service Inter Agence) et le FFIP (Fichier Français des Professionnels de l'immobilier). L'objectif de la coopération entre plusieurs agences ? Etoffer l'offre de produits proposés au client afin d'augmenter la part de marché des professionnels. Autre moyen de fidéliser les clients : leur livrer des conseils pointus tenant compte de leur situation patrimoniale. Notre nouvelle rubrique gestion de patrimoine vous livre ainsi les ficelles des dispositifs fiscaux Robien et Borloo (page 26) .

L'équipe du JDA

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

Sommaire

Actualités P04

Dossier P13
Grandes manœuvres dans le paysage immobilier français

Repères financiers P10
Le prêt à taux zéro se démocratise

Guide Marketing P20
Suivre la révolution fichier commun

Juridique P06
Prospection par E-mail : état des lieux

Baromètre SeLoger P25
Une hausse en demi-teinte

Gestion de patrimoine P26
Maîtriser les dispositifs Borloo Robien

High Tech P32
Internet : référencez votre site en tête de liste

Agenda P35
Répertoire annonceurs P36

Nos experts P36
Recrutement P38

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

Contact : info@journaldelagence.com

Directeur de la rédaction : Catherine Renner

Conception éditoriale : Bazik Press

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

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

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

Des contrôles... de plus en plus fréquents

En Ile-de-France sur 268 contrôles effectués en 2005, 426 infractions ont été relevées...

Un récent rapport d'activité de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (D.G.C.C.R.F.) conclut à «la nécessité de poursuivre et d'amplifier les contrôles dans ce secteur». En Ile-de-France sur 268 contrôles effectués en 2005, 426 infractions ont été relevées, conduisant à l'établissement de 83 procès verbaux, 106 rappels à la réglementation et 9 rapports adressés aux parquets. Les infractions le plus souvent constatées :

- Absence d'affichage d'honoraires ou insuffisance d'informations
- Des indications ambiguës ou trompeuses (surface, distance des transports, etc.)
- La publicité mensongère (attention aux books ou publicités alléchantes, que certaines agences utilisent de plus en

plus souvent pour vanter leurs «performances» 90% de réussite, N° 1 de la transaction sur, 90% des mandats vendus dans le mois). Si ils sont vérifiables, ces éléments peuvent évidemment faire l'objet d'une promotion. Attention, toutefois si vous ne pouvez en donner la preuve. Les amendes sont chères, et la carte professionnelle menacée.

- Facturation d'honoraires supérieurs aux barèmes affichés
- Indisponibilité des biens proposés
- Absence de carte professionnelle
- Des causes de nullité des mandats (par exemple mandat signé au domicile du mandant et faisant l'objet d'une publicité avant le terme de la période légale de rétractation).

Les contrôles s'amplifient dans nombre de départements. Si la grande majorité des professionnels respectent totalement la réglemen-

tation et les diverses lois qui régissent la profession, ces dérapages qui font l'objet de rappels permanents de la part des organisations syndicales ou commerciales, sont malheureusement de plus en plus nombreux. Le JDA développera dans son prochain numéro les différents aspects réglementaires, portant notamment sur la publicité, la communication des prix, et la validité des mandats. Nous nous rapprocherons des organisations et administrations compétentes – DGCCRF – BVP – Préfectures – Juristes des syndicats professionnels, afin de tenter de vous éclairer sur des réglementations, et sur l'interprétation parfois « pointilleuse » qui peut être faite par l'administration chargée de contrôler notre profession.

N'hésitez pas à nous signaler les contrôles dont vous avez fait l'objet, vous rendrez service à la profession.

Gérard BORNOT ANTOLogis
Consultant Formateur - bornotgerard@yahoo.fr

27500 visiteurs au 12ème salon de la copropriété et de la gestion de biens

Au cours de ce rendez-vous annuel, le Jury des Trophées, présidé par René Pallincourt, président de la Fnaim a décerné le prix du meilleur service de l'année à la société Asfalia pour Sérénité 24. Ce service innovant met à disposition des copropriétaires un numéro de téléphone unique et accessible 24h/24, dédié à la gestion de toutes

les pannes susceptibles de survenir dans les parties communes des immeubles. Le prix du meilleur produit de l'année a été remporté par la société Harmonie Décoration pour le Citadine HD, véritable «maisons sur roues», s'intégrant dans le paysage urbain grâce à ses dimensions qui lui permettent de se déplacer et de stationner facilement.

Solvimo se dote d'une directrice de réseau

Delphine Rouxel, 35 ans, diplômée d'une école de commerce a travaillé 13 ans au sein de la troisième franchise immobilière. Elle a au cours de cette expérience exercé différentes fonctions d'encadrement allant du développement à l'animation en passant par la communication. En septembre 2001, elle a été nommée au poste de directeur général délégué,

fonction qu'elle a assumé jusqu'à son départ en mai dernier.

Rattachée au président Olivier Alonso, elle participe à la mise en place de la stratégie et des grandes chantiers de l'entreprise. Son premier chantier ? La réorganisation du service animation afin d'aller encore plus loin dans l'accompagnement quotidien des agences Solvimo.

Une franchise immobilière pas comme les autres !

Qui est réellement SOLVIMO ?

Nouveau venu dans le paysage des franchises immobilières, ce réseau regroupe plus de 160 agences signées sur l'ensemble du territoire et son rythme d'ouverture est soutenu puisque 3 à 4 nouvelles agences ouvrent chaque mois en France.

C'est un véritable succès pour cette enseigne créée en 2001 et qui lance en mai 2003 son concept de licence de marque en redevance fixe.

Dès 2006, forte de ces résultats, l'enseigne passe en contrat de franchise et adhère à la Fédération Française de la Franchise.

loi donnera à toute interrogation, une réponse circonstanciée. De plus SOLVIMO est membre des FFIP et SIA.

Quelles sont les particularités du réseau SOLVIMO ?

L'enseigne a choisi de mettre à disposition de ses franchisés des outils de communication appropriés et novateurs : campagnes de publicité nationales (le point, paris match,...), présence significative sur les plus grands salons immobiliers, mailings, animations vitrine, opérations commerciales... La part prépondérante du web dans la communication a parfaitement été intégrée au sein du réseau SOLVIMO ; c'est pourquoi le site internet corporate www.solvimo.com ainsi que les sites propres à chaque agence bénéficient d'une ergonomie qui en facilite l'utilisation ainsi que d'un référencement de premier ordre.



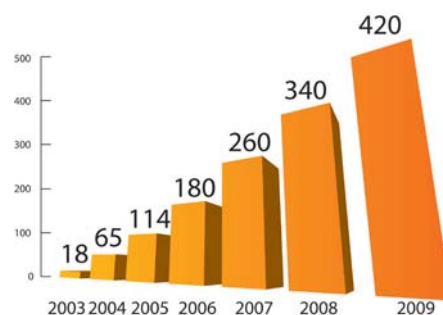
Le groupe SOLVIMO a la volonté de s'engager réellement auprès des clients vendeurs ; c'est pourquoi depuis le mois d'octobre 2006 les agences du groupe proposent à travers leur « contrat clé » (exclusivité SOLVIMO) une assurance innovante qui dédommagerait le client si... Depuis la sortie de cet engagement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

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

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

Quelles sont les perspectives de SOLVIMO ?

Compte tenu du rythme actuel des ouvertures, le groupe SOLVIMO comptera, selon toute vraisemblance, plus de 260 agences à fin 2007 et en prévoit plus de 400 à l'horizon 2009. Son ambition affichée : être parmi les 5 grandes enseignes nationales.



Quelle stratégie adopte SOLVIMO pour les agences immobilières indépendantes ?

Jusqu'à présent l'enseigne ne s'adressait qu'à des néophytes, mais face à une demande croissante d'agents immobiliers indépendants désireux de rejoindre l'enseigne, SOLVIMO vient de décider d'adapter sa franchise à cette nouvelle clientèle.

Ainsi, le groupe SOLVIMO souhaite appuyer son expansion sur des professionnels de l'immobilier déjà installés en proposant :

- une tarification spécifique agents immobiliers
- un système de redevance fixe qui n'entame pas la rentabilité de votre agence
- une exclusivité d'implantation territoriale
- de nombreuses opportunités de secteurs

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

Alors si vous vous reconnaissez et si vous souhaitez développer les résultats de votre agence par l'intermédiaire d'un réseau national dynamique,



Contactez-nous au :

N° Azur 0 810 416 402

(Coût d'un appel local)

ou sur notre site :

www.solvimo.com

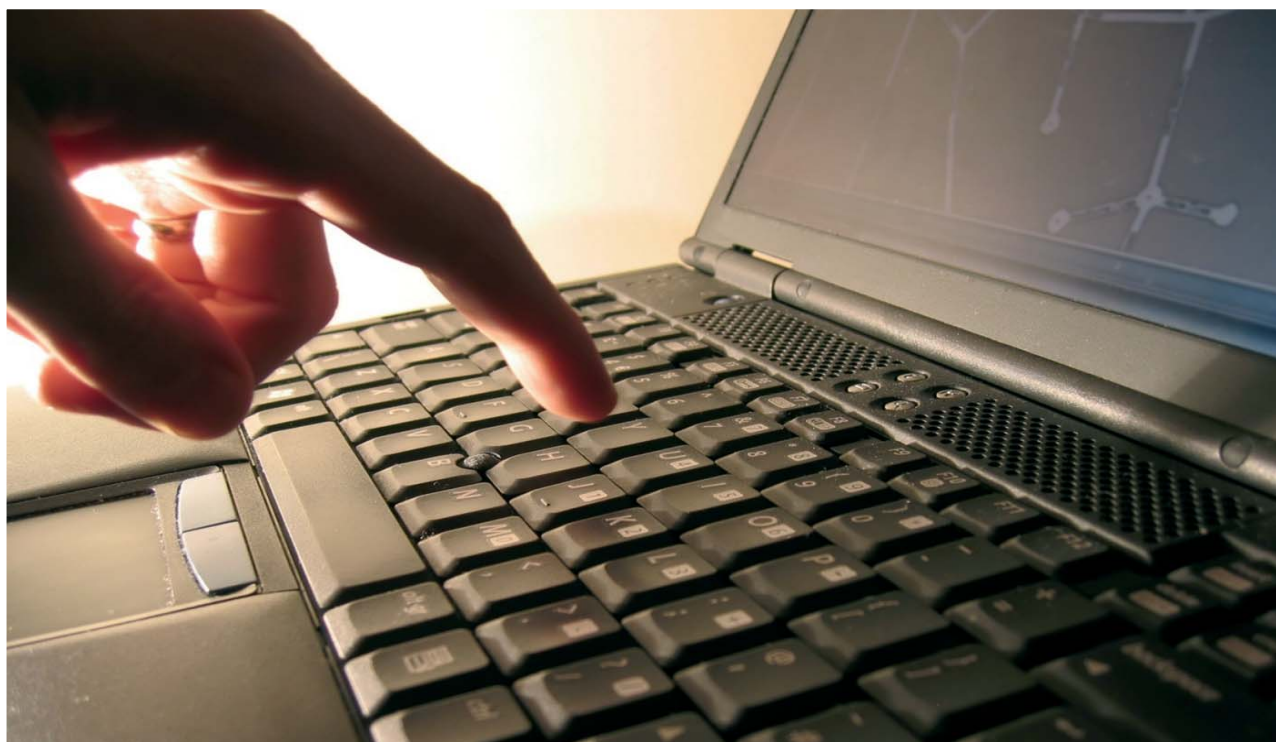
Quelle est la recette d'un tel succès ?

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

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

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

Prospection par e-mail : état des lieux



La «Loi pour la Confiance dans l'Économie Numérique» du 21 juin 2004¹, ou «LCEN», a instauré un mécanisme de consentement explicite et préalable des personnes («opt-in»)² à recevoir des prospections électroniques par e-mail, SMS ou fax³. Etienne Drouard, Avocat au Cabinet Gide Loyrette Nouel nous explique ce qu'il faut retenir.

1. Quel texte régit la collecte des données utilisées à des fins commerciales ?

L'article 22 de la LCEN régit le droit :
- pour le collecteur de coordonnées, de les utiliser pour expédier des prospections ;
- pour le destinataire potentiel d'une prospection, d'avoir accepté ou refusé d'en recevoir.

La LCEN présume que la loi «informatique et libertés» (loi «CNIL») a

été respectée par le propriétaire du fichier de prospection lors de la collecte des coordonnées. Ainsi, la loi CNIL pose les obligations suivantes :

- une notification auprès de la CNIL doit avoir été effectuée par le responsable du fichier de prospection, et ;
- lorsqu'elles ont fourni leurs coordonnées au responsable du fichier, les personnes doivent avoir été informées qu'elles seraient susceptibles de recevoir des offres de sa part ou de la part de tiers et qu'elles pourraient s'y opposer. L'information des personnes a pu prendre la forme d'une mention sur le formulaire de collecte de coordonnées ou, à défaut, d'une clause dans des conditions générales d'utilisation du produit, du service ou du site web de collecte des données.

2. Que faire si ces présomptions n'ont pas été respectées ?

Il vous revient de vous mettre rapidement en conformité avec les règles rappelées par la LCEN et qui existent depuis 1978 en France. Régularisez rapidement vos formulaires de collecte de coordonnées et/ou vos conditions générales de vente de produits et/ou services ou d'utilisation de vos sites. Les sanctions encourues sont de 5 ans d'emprisonnement et 1 500 000 euros d'amende (article 226-15 du Code pénal)...

3. Que peuvent faire les propriétaires de fichiers d'adresses e-mail ?

La LCEN distingue deux hypothèses d'e-mailing, mais les médias ont largement insisté sur la première hypothèse concernant

CONTACTS GARANTIS AVEC

explorimmocom

L'IMMOBILIER SUR INTERNET



DE VISIBILITÉ



DE CONTACTS QUALIFIÉS



DE RENTABILITÉ.

Diffusez vos annonces sur explorimmocom et ses sites partenaires exclusifs :

LEFIGARO.fr

LEXPRESS.fr

l'Étudiant

Libération.fr

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

LExpansion.com

côtéMaison.fr

l'«opt-in» (l'autorisation préalable). Certes, l'«opt-in» représente une règle nouvelle. Cependant, l'autre solution (l'«opt-out»), qui concerne pourtant de très nombreuses entreprises, a été presque oubliée.

En résumé :

(a) L'envoi d'une prospection électronique est soumis à l'accord préalable du destinataire uniquement si la prospection porte sur des produits ou services qui ne sont pas fournis par la société qui avait initialement collecté ses coordonnées.

Ainsi, lorsqu'une entreprise collecte (ou a collecté) des coordonnées dans la perspective éventuelle de les louer, de les vendre ou de les transmettre gratuitement à un tiers, il lui faut (ou il lui fallait), lors du recueil des coordonnées, solliciter l'accord des personnes. C'est une contrainte importante, certes. Mais cette contrainte ne concerne pas toutes les entreprises. Elle ne concerne réellement que les loueurs/vendeurs/prêteurs de fichiers d'adresses e-mail.

(b) Dans les autres cas, l'envoi d'une prospection n'est pas soumis à l'accord du destinataire.

L'entreprise qui n'a pas obtenu le consentement des personnes inscrites dans son fichier à recevoir des offres concernant des produits ou services fournis par des tiers, peut continuer à exploiter son fichier pour elle-même. Elle peut continuer à envoyer des prospections pour ses propres produits et services, comme auparavant. Elle est seulement tenue de permettre au destinataire, dans chaque message de prospection, de «se désinscrire», c'est à dire d'indiquer, en exerçant son droit d'opposition (opt-out), qu'il ne souhaite plus recevoir de prospections électroniques.

En conclusion, continuez à prospecter vos clients et vos prospects



Etienne Drouard, Avocat
Cabinet Gide Loyrette Nouel
drouard@gide.com

Avocat depuis 1999, Etienne Drouard exerce depuis février 2001 au sein du département Propriété Intellectuelle, Technologies & Communications Electroniques du cabinet Gide Loyrette Nouel. Etienne Drouard a travaillé de 1996 à 1999 au sein de la direction juridique de la CNIL, la Commission nationale de l'Informatique et des Libertés. En 1997, il a rédigé le cha-

Curriculum Vitae

pitre consacré à la protection des données personnelles du rapport du Conseil d'Etat «Internet et les réseaux numériques». Depuis 1998, il assiste la Commission européenne sur les transferts de données personnelles. Durant l'année 1999, il a assisté le sous-Secrétaire d'Etat américain au commerce pendant les négociations de l'accord du «Safe Harbor». Il a également rédigé de décembre 1999 à février 2001 un rapport mondial pour la Commission européenne sur le marketing électronique. En janvier 2001, il a présenté devant le Parlement européen un rapport sur la protection de la vie privée sur Internet. En décembre 2001, il a assisté le Congrès américain dans le cadre d'un projet de loi fédérale relatif à la protection de la vie privée sur Internet. Il est un spécialiste reconnu en Europe et aux Etats-Unis des questions de gestion des données personnelles.

qui vous ont fourni leurs coordonnées ! Tant que vos prospections portent sur vos produits ou services, et que vous restez seul utilisateur des coordonnées que vous avez collectées, la règle de l'opt-in ne vous est pas applicable. Il vous faut seulement indiquer un moyen de désinscription dans chacun de vos messages.

4. Quelles sont les sanctions en cas de violation des règles posées par la LCEN ?

Si la règle de l'«opt-in» vous est applicable, le fait d'envoyer une prospection sans l'accord préalable du destinataire peut être sanc-

tionné par l'article 226-18 du code pénal, qui prévoit des peines pouvant aller jusqu'à 5 ans de prison et 300.000 euros d'amende pour le représentant légal de l'entreprise. Par ailleurs, le montant maximal de l'amende peut atteindre 1.500.000 euros si l'entreprise est sanctionnée. En outre, tout message de prospection électronique envoyé dans des conditions illégales est passible des peines applicables aux contraventions dites «de la 4ème classe», correspondant à une amende maximale de 750 euros par message (article R. 10-1 du Code des Postes et des Communications Electroniques).

Nul n'est censé ignorer la loi...

¹ Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la Confiance en l'Économie Numérique, J.O n° 143 du 22 juin 2004 page 11168 texte n° 2.

² La notion de « consentement » utilisée par la LCEN et par la directive 2002/58 renvoie à la définition donnée par l'article 2 de la Directive 95/46 du 24 octobre 1995. Il s'agit de « toute manifestation de volonté, libre, spécifique et informée par laquelle la personne concernée accepte que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement ».

³ Article L. 33-4-1 du code des postes et des communications électroniques et article L.121-20-5 du code de la consommation.

CAPIM

Créateur de
solutions nouvelles

*Courtage d'Assurances des
Professions Immobilières*

www.capim.fr

**DEVENEZ
PARTENAIRE**

Nous avons développé pour vous une gamme complète de produits d'assurance afin de répondre à tous vos besoins :

- **LOYERS IMPAYES** : des garanties complètes à des taux très compétitifs
- **CARENCE DE MULTIRISQUE HABITATION** : un contrat innovant et exclusif visant à couvrir la responsabilité des locataires non assurés
- **GARANTIE REVENTE** : la solution pour prémunir les acquéreurs contre les moins values immobilières
- **MULTIRISQUE BUREAU** : un contrat sur mesure pour l'activité d'agent immobilier
- **MULTIRISQUE IMMEUBLE** : en partenariat avec le cabinet **DE CLARENS**
- **DOMMAGES OUVRAGE SYNDIC** : en partenariat avec le cabinet **DE CLARENS**
- **RESPONSABILITE CIVILE PROFESSIONNELLE** : en partenariat avec le cabinet **DE CLARENS**

► **N°Azur** 081 081 30 30

(Prix d'un appel local)



Pour tout renseignement contacter :

CAPIM SA - 39 rue Fessart
92772 Boulogne Billancourt cedex.

Fax : 01 41 86 06 10

E-mail : info@capim.fr

Le prêt à taux zéro se démocratise



Bien plus qu'un outil social, le prêt à 0% est devenu un élément important du financement de l'acquisition de son logement.

Le Prêt à Taux Zéro (PTZ) proposé par l'état depuis 1995, est de loin le plus intéressant des prêts aidés. Encore fallait-il pouvoir en bénéficier... Réservé à la primo accession du logement principal dans l'acquisition de logement neufs ou anciens avec d'importants travaux, ce prêt a connu une certaine usure dans sa formule d'origine, de moins en moins d'accédants pouvant y prétendre, pour des questions de revenus ou de coût, notamment en région Parisienne. Cette forme de prêt aidé tardait à s'imposer, et peinait donc à prouver une accessibilité significative. La part du PTZ dans les plans de financement diminuait fortement, passant de 140 000 bénéficiaires en 1996 à 100 000 en 2003.

Qu'a permis la réforme ?

La réforme du PTZ en février 2005 a permis de faire rebondir le nombre de demandes en étendant le prêt à l'accession dans l'ancien, sans aucune condition de travaux, et en complétant son attractivité par l'augmentation des plafonds de ressources et par des conditions de remboursement plus favorables aux ménages. En amont, la modification des zones urbaines du 02/12/2004 (aménagement des zones A,B,C) a affiné les secteurs géographiques d'investissement. Le montant du prêt 0 % est majoré de 50 % en zone urbaine franche et en Z.U.S. Le nombre de dossiers est, en conséquence, repassé de 100 000 à presque 200 000 en 2005. Pour répondre aux besoins de la région parisienne, le plafond de la Zone A, a été revalorisé à la hausse au 1er Février 2006. A compter du 1er janvier 2007 jusqu'au 31 décembre 2010 (effets

de la loi ENL du 30/06/06 parue le 13/07/06), le montant du prêt est majoré selon la zone géographique jusqu'à 15 000€. Cette majoration est réservée à l'accession sociale dans le neuf. Les ressources du ou des primo accédants ne doivent pas excéder les plafonds « PLUS » pris en compte pour l'attribution des logements sociaux. En parallèle, des aides territoriales se sont multipliées depuis plusieurs mois dans le sillage du PTZ. Ainsi la Ville de Paris (PPL depuis 2004, et dernière révision en septembre 2006) de même que les agglomérations de Toulouse, Nantes, Marseille, ou encore également le département des Hauts de Seine, offrent des possibilités de complément au PTZ, tout en respectant leurs propres critères d'éligibilité. Cette disposition devrait permettre, selon le Ministère de la Cohésion Sociale, de faire bénéficier le PTZ à 20 000 ménages supplémentaires chaque année.

A titre d'exemple, un investissement de 180 000€ sur la Ville de Paris, pour un ménage sans enfant, ayant des revenus de 24 000€/an, bénéficiant du maximum d'avantages du 0% soit 22 500€, plus la nouvelle disposition des 15 000€ au maximum (à condition de respecter les plafonds de ressources PLUS et sous réserve de la publication des barèmes découlant de la Loi ENL), et majoré et d'une aide territoriale Ville de Paris 39 600€ (selon les plafonds), obtiendrait 77 100€ financés sans aucun intérêt. Au final, et sur la base d'un taux fixe comparatif de crédit bancaire à 4% sur 20 ans, ce sont 35 000€ d'intérêts économisés sur l'ensemble de la période de remboursement !

N'oublions pas enfin les prêts bancaires d'accompagnement du PTZ. Tous

les réseaux bancaires ne disposent pas forcément d'un produit spécifique, mais les groupes Banques Populaires, Crédit Mutuel-CIC, CIF, Crédit Foncier et Caisses d'Epargne, proposent des enveloppes de prêts au nom évocateur (Double zéro, Complémentaire 0%...) et à des conditions financières avantageuses : taux réduits, durées adaptées au PTZ, montages avec des lissages pour caler avec les échéances des autres prêts...

Autant dire que le jeune primo-accédant, ne disposant que de revenus modestes et sans apport personnel important et qui, il faut bien l'avouer, ne déchaînait pas la sollicitude du banquier, est devenu désormais un client potentiel courtisé.

Quel est l'enjeu des banques ?

Il est de taille, avec 20 000 dossiers de plus attendus chaque année. Et comme l'Etat veut faire de l'accès au logement une priorité absolue (500 000 mises en chantier envisagées sur 5 ans, création du concept des maisons à 100 000€ cession à prix minorés de parcelles foncières publiques pour l'aménagement du territoire...).... Attention toutefois aux dérives possibles d'un tel emballement, qui par ailleurs ne profitera pas à tout le monde. Ainsi le milieu professionnel du négoce immobilier peut s'inquiéter de voir un marché direct lui échapper, même s'il y aura des retombées aussi sur le marché secondaire, mais dans de moindres mesures.

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



L'immobilier est votre métier! Et le Crédit ?

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

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

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



Pour recevoir une documentation,
contactez-nous :

Téléphone : 01 34 57 20 05

Email : contact@inandfi.fr



www.inandfi.com

Péridès.net

3000
AGENCES
ÉQUIPÉES

LA RÉFÉRENCE DES LOGICIELS EN TRANSACTION IMMOBILIÈRE

SÉLECTIONNÉ
PAR DE
NOMBREUX
GROUPES &
RESEAUX



Partager toute l'information
en temps réel
avec vos partenaires
d'aujourd'hui et de demain

Travail en mode multisite, Inter-cabinets, fichiers communs MLS*

Péridès.net : l'alliance d'une expertise métier unique et des plus récentes technologies

 **N°Azur 0810 0810 00**

PRIX D'APPEL LOCAL

Péridès
www.pericles.fr

L'informatique au service de l'immobilier.

* Multiple Listing Service

Grandes manoeuvres dans le paysage immobilier français

Promoteurs, grands réseaux d'agences, de cabinets d'administration de biens, banques, presse... jamais l'échiquier immobilier n'avait connu de telles manoeuvres. A tel point qu'il devient difficile de dire qui possède quoi. Et ce grand chambardement est loin d'être terminé. Etat des lieux.



An'en pas douter, 2006 restera gravé dans les annales, comme l'année du changement de donne dans l'immobilier, jamais le secteur n'avait exercé un tel pouvoir de séduction. Jamais il n'avait atteint une telle puissance. Le boom du marché y est évidemment pour beaucoup, faisant prospérer ses nombreux acteurs au rythme de l'engouement des français pour le logement. Internet est également passé par là, révolution-

nant l'ensemble des métiers de l'immobilier, obligeant à plus de professionnalisme et donc de formation, à plus d'information et de transparence. Et puis, la mondialisation continue de produire ses effets. Concurrence oblige, dans l'immobilier comme ailleurs, on cherche à prendre des parts de marché pour continuer d'exister. En France bien sûr. Mais pas seulement. Les pays de la communauté européenne deviennent également

le terrain de jeu des grands groupes français. C'est une évidence, pour assurer son développement, devenir un acteur incontournable du marché, il faut s'en donner les moyens et chercher, coûte que coûte, des alliances avec d'autres partenaires stratégiques. D'où des introductions en bourse massives et plutôt réussies de grands acteurs, des regroupements spectaculaires...

A ce jour, aucun segment du marché n'est épargné, qu'il s'agisse de la promotion, de la transaction, de l'administration de biens, de la banque, des éditeurs de logiciels professionnels ou encore de la presse spécialisée. Autre phénomène, l'arrivée remarquée de groupes étrangers, attirés par les performances des grands groupes immobilier français et par une fiscalité qui leur est favorable. Parmi ceux-ci, des sociétés espagnoles. Et selon les observateurs, le mouvement est loin d'être terminé. D'ici quelques années, le paysage immobilier français n'aura plus grand-chose à voir avec celui qu'on connaissait jusqu'à maintenant.

Grandes manœuvres dans la transaction

Avec l'annonce de sa prise de participation majoritaire dans les Réseaux Guy Hoquet puis Century 21 au printemps dernier, Nexity a véritablement fait le « scoop » de l'année, créant ainsi le premier opérateur de franchise immobilière en France. « L'alliance avec Nexity est une opportunité de développement pour l'ensemble de nos franchisés qui pourront avoir accès à une nouvelle gamme de produits et de clientèles et seront dotés

Guy Hoquet, PDG du réseau.



L'alliance avec Nexity est une opportunité de développement pour l'ensemble de nos franchisés qui pourront avoir accès à une nouvelle gamme de produits et de clientèles et seront dotés de moyens permettant de poursuivre leur croissance

de moyens permettant de poursuivre leur croissance, déclarait Guy Hoquet, le PDG du réseau, à l'occasion de la signature de cette alliance. Pour un réseau tel que Guy Hoquet l'Immobilier, ce partenariat constitue à la fois une reconnaissance de nos potentialités de développement et de notre savoir-faire ». Même analyse du côté

de Century 21. « L'alliance avec Nexity constitue une réelle opportunité de renforcer notre position de leader de la profession, tout en préservant notre identité et la qualité des services qui ont fait notre réputation. Il s'agit de construire un véritable projet industriel que je soutiens en restant un actionnaire de référence », indiquait pour sa part Frank Cluck, le patron du réseau. Quant à Nexity, l'émergence d'un tel opérateur constitue un nouveau canal de distribution et offre, bien entendu, de nouvelles perspectives de développement. « L'ensemble de nos clients pourra disposer de l'offre la plus large, à la fois composée de logements neufs et de logements anciens, dans

les principales villes françaises, affirmait de son côté Alain Dinin, le PDG de Nexity. Ce projet va nous permettre d'accélérer le déploiement de notre offre et de créer un accès privilégié à nos produits pour les franchisés. Il est également un challenge, celui de dégager de nouvelles synergies métier ».

Bref, tout le monde y trouve son compte : tout en conservant son autonomie et son identité, chacun a désormais accès à de nouveaux produits immobiliers, bénéficie de la mutualisation des systèmes d'information, notamment en matière de recherche foncière, et peut offrir une palette plus large de services... La réorganisation toute récente du pôle services de Nexity y contribuera. Sous l'enseigne Nexity Saggel Property Management, ce pôle exerce son activité pour moitié en immobilier d'entreprise et pour l'autre en résidentiel, aussi bien en région parisienne

comme en régions. « La concurrence étant très rude, cette alliance va nous permettre de vendre du neuf, de l'ancien, des terrains, etc. de générer du chiffre d'affaires, de séduire des prospects franchisés, explique Guy Hoquet. Je me sentais seul, je ne suis plus seul et au bout de six mois,

Alain Dinin, PDG de Nexity



L'ensemble de nos clients pourra disposer de l'offre la plus large, à la fois composée de logements neufs et de logements anciens, dans les principales villes françaises

je suis pleinement satisfait de cette alliance car tout est proposé, rien n'est imposé ».

Ces grandes manœuvres ne sont pas les seules à mettre en émoi dans le landerneau de la transaction. Outre la promotion privée, les banques font également les yeux doux aux agences. Elles aussi ont décidé de développer et de diversifier leurs activités. Attirer de nouvelles clientèles, leur proposer des crédits immobiliers, à la consommation, leur vendre des produits financiers est un souci constant dans un monde bancaire plus concurrentiel que jamais. De ce point de vue, l'immobilier constitue une manne importante. L'entrée tonitruante du Crédit Agricole en régions en est un bel exemple. La banque a, en effet, récemment entrepris la création d'un réseau d'agences immobilières par le biais de ses caisses régionales, et rachète en pagaille des enseignes rebaptisées pour l'occasion Square Habitat. Son ambition ? Peser 10 % de parts de marché à moyen terme et se positionner parmi les leaders du marché de la transaction. La banque verte n'est pas pionnière en la matière. Bien avant elles, le Crédit Mutuel (réseau Avis) et le groupe BNP-Paribas se sont intéressés à la question. En immobilier résidentiel, BNP-Paribas possède Les Espaces Immobiliers dédiés à la vente de logements anciens et neufs pour le compte de nombreux promoteurs dont Meunier Habitat qui fait également partie du groupe. S'ils ont été parmi les premiers à dégainer, ils semblent aujourd'hui plus prudents quant au développement de cette activité.

Il est vrai que le marché immobilier est bel et bien en phase de ralentissement. « Le maître mot est la consolidation et le développement du chiffre d'affaires sur nos bases géographiques actuelles, indique Jean-Claude Szaleniec, le Pdg des Espaces Immobiliers, notre maillage est suffisant et le déploiement des Relais Espaces Immobiliers suffit à répondre aux demandes des clients de BNP Paribas. Nos 25 agences nous permettent de bien connaître le métier ancien diffus, le marché et faire partie intégrante de l'environnement professionnel. Cette taille permet aussi de garder un contrôle complet de l'activité dans le cadre de la loi Hoguet ». En revanche, le groupe poursuit le développement de ses points de vente en bureaux pour l'immobilier neuf de placement et de défiscalisation.



Concentration dans l'administration de bien

Autre banque qui fait les gros titres des journaux : les groupes Caisse d'Epargne et Banque Populaire qui

se sont alliés pour créer Natixis, un nouveau poids lourd dans le monde bancaire puisque l'établissement devrait ainsi se placer en deuxième position des banques françaises et en troisième position à l'échelon mondial. Cette fusion pourrait toutefois avoir pour conséquence la

cession de Gestrim Lamy, le pôle administration de biens du Groupe Caisse d'Epargne. Et c'est le groupe Icade (Caisse des Dépôts) qui devrait en hériter d'ici à la fin de l'année. « Avec Gestrim Lamy, nous pourrions constituer un pôle administration de biens aussi important que Foncia, le leader du secteur », s'exclame Rémi Lemay, responsable de la communication financière et externe d'Icade. Rappelons en effet que Gestrim détient 120 000 lots en gérance et 500 000

lots en syndic. Lamy en recense 25 000 en gérance et 160 000 en syndic. Mais si la Caisse d'Epargne se sépare

d'un acteur majeur dans le domaine de l'administration de biens, elle n'a cependant pas dit son dernier mot dans ce domaine. Elle projette en effet une alliance avec

Nous croyons aux regroupements professionnels, dans le respect de l'indépendance des agents immobiliers et la préservation de l'identité des agences

Michel Choukroun, Fondateur du réseau Arthur l'Optimiste

le réseau Arthur l'Optimiste. « Il y a un protocole d'accord en discussion qui pourrait conduire le groupe Caisse d'Epargne à prendre une participation minoritaire dans le réseau Arthur », nous dit-on à la Caisse d'Epargne. Même prudence du côté de chez Arthur. « La réponse des Caisse d'Epargne traduit l'état d'avancement des négociations et nous ne pouvons rien dire de plus dans l'immédiat, indique Michel Choukroun, fondateur avec Christine Poirier, du réseau il y a 11

ERIC MEY GROUPE



REJOIGNEZ UN RÉSEAU NATIONAL tout en gardant votre enseigne actuelle !

Oui c'est possible, vous avez bien lu !

Vous gérez (ou faites gérer...) une agence immobilière indépendante ?

Vous aimeriez :

Entre autres...

- bénéficier des moyens importants d'un groupe national ?
- profiter d'un vrai fichier commun des affaires à vendre, à jour en temps réel ?
- avoir un logiciel efficace pour gérer au quotidien vos affaires et vos clients ?
- payer moins cher vos publicités sur tous les supports que vous utilisez ?
- pouvoir faire former vos négociateurs qui le souhaitent, à volonté ?
- disposer d'une hotline juridique gratuite et réactive en cas de besoin ? ...

De vrais avantages concurrentiels, et aucune contraintes ! J'ADHÈRE !

Vous ne voulez surtout pas :

Entre autres...

- Subir un mode de redevance imposé !
- Devoir changer le nom de votre agence alors que vous avez communiqué dessus depuis bientôt 5 ans !
- Être obligé de limiter votre secteur de prospection à tel ou tel carré de rues !
- Devoir abandonner vos méthodes de travail pour de soit disant meilleures !
- Vous voir imposer des contraintes d'une quelconque façon que ce soit !
- Devoir changer votre enseigne ou la couleur de votre mobilier ! ...

STOP ! Des contraintes et des restrictions, où est votre intérêt ?!

L'union fait la force alors n'attendez-plus !

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

www.eric-mey.com/marqueblanche

ans. «Je tiens juste à dire que notre réseau a une vraie spécificité : il est une alternative à la franchise, nous croyons au regroupement pro-

fessionnel, dans le respect de l'indépendance des agents immobilier et la préservation de l'identité des agences. Cette philosophie

nous a permis de devenir un grand réseau de 450 agences ». Autre banque qui pourrait bien voir du changement d'ici peu : le Crédit Immobilier de France (CIF). «Certaines activités pourraient bien devoir être cédées par le CIF, notamment les cabinets qui exercent sous l'enseigne Immo de France après le recentrage législatif des SACI sur la mission d'accès sociale à la propriété», commente un observateur du secteur. Un acteur de premier plan de l'administration de biens s'intéresse de près au sujet. Ces exemples montrent à quel point le secteur de l'administration de biens subit, lui aussi, les convoitises des grands groupes qui oeuvrent dans le secteur. Et toutes ces fusions, tous ces regroupements devraient se poursuivre et vraisemblablement s'accélérer au cours des mois et des années à venir. On peut parier que les dix grands groupes actuels ne seront plus que cinq d'ici trois ou quatre ans. Quels seront alors les acteurs qui domineront le marché ? « La Caisse des Dépôts, le Crédit Agricole, Natixis, des entreprises cotées en bourse... résume encore Henry Buzy Cazaux. Il restera aussi quelques entreprises à actionnariat familial qui auront gardé leur indépendance. De ce point de vue, Tagerim a une force considérable du fait de ses activités de promotion sur lesquelles elle peut s'appuyer pour rester durablement indépendante, en tout cas pour les dix prochaines années... ». Son excellent gearing (ratio dettes sur fonds propres) constitue également une force. Pour autant, assiste-t-on à la mort programmée des petits cabinets ? «Pas du tout, rétorque Henry-Buzy-Cazaux, même si les deux tiers du marché sont détenus par de grands groupes, un tiers du marché reste à partager entre les petites structures.



Même si les deux tiers du marché sont détenus par de grands groupes, un tiers du marché reste à partager entre les petites structures.

Henry Buzy Cazaux, Vice président de Tagerim.

Le développement est l'ennemi de la proximité, croître et rester proche du client, c'est très difficile. Nous avons une technicité que les petits cabinets

n'ont pas, nos équipes sont souvent plus performantes, mais, cette réserve émise, ils ont des qualités, notamment une

bonne connaissance de leur marché, des gens... ». Un sentiment partagé par Serge Ivars, le président de la Cnab. « Les rapprochements font évoluer la profession vers une démarche plus industrielle mais petits et gros cabinets ont leur place et pour notre part, nous continuerons à veiller au respect de l'éthique ».



Développement des fichiers communs

Parallèlement, internet a fait son œuvre. La plupart des agences comme des cabinets d'administration s'y sont mis et permettent désormais aux internautes d'accéder à leur offre en quelques clics, d'obtenir des informations précises sur les biens qui les intéressent, de les visualiser par des photos... Mais, ces nouvelles technologies n'ont pas vraiment permis aux professionnels de la transaction de mieux pénétrer le marché des particuliers. Depuis des années, le taux de pénétration des agents immobiliers plafonne autour de 45 %, alors que dans les pays européens comme aux Etats-Unis, celle-ci atteint 80 à 90 %. Et pourtant, selon un sondage Ifop, 80 % des acquéreurs et/ou des vendeurs poussent la porte d'une agence. En moyenne, un vendeur confie un mandat simple à 8 agences et son taux de réussite n'atteint pas plus de 15 % pour un mandat simple contre 80 % pour un mandat exclusif. Les acquéreurs, eux, consultent en moyenne 10 agences lorsqu'ils sont en recherche d'un bien. Et il n'est pas rare que plusieurs agences proposent le même bien. Autant de dysfonctionnements auxquels il est urgent de remédier. D'où l'apparition des fichiers communs, pratique courante dans les autres pays, qui font incontestable-

Point de vue

L'avis de René Pallincourt, président de la Fnaim



René Pallincourt

Le SIA et le FFIP ont une démarche identique et fonctionnent sur le même principe. Mais, pour les adhérents FNAIM, l'adhésion au fichier commun est gratuite tandis que le FFIP est un concept commercial payant. Je pense que la collaboration entre agences immobilières est l'avenir de la profession et je suis favorable au rapprochement des deux concepts d'autant qu'aujourd'hui, certaines agences adhèrent aux deux. Nous sommes pour le développement de la mise en commun des fichiers des agences pour proposer aux clients une offre immobilière la plus large possible. Il y a quelques années, on faisait visiter quelques biens puis on faisait signer la promesse et tout se passait ensuite chez le notaire. L'agent immobilier avait une action limitée. Aujourd'hui, la réglementation est de plus en plus complexe avec notamment le cumul des diagnostics, et le rôle des professionnels s'est accru. Les consommateurs sont mieux informés et le conseil que doivent apporter les agents immobiliers sur le marché et sur les aspects financiers, juridiques, est primordial. Les exigences des particuliers ont évolué. Les professionnels ont donc intérêt à ne pas rester seuls et à toujours mieux appréhender leur marché. Je suis cependant plein d'espoir pour l'avenir de la profession et sa capacité à prendre des parts de marché. Son credo doit être l'éthique, la compétence et la réactivité.

“ **Le fichier commun est un outil intéressant mais il ne faudrait pas que cela devienne une supra-marque.** ”

Patrick-Michel Khider et Bernard de Crémiers, Co-présidents fondateurs du réseau Laforêt Immobilier.

ment gagner du temps. Au rang desquels les SIA (Services inter agences) de la Fnaim et le FFIP (fichier français immobilier des professionnels) qui est l'émanation – après des années de discussions - d'organisations professionnelles (Century 21, Orpi, Guy Hoquet, Era, Cimm Immobilier, Laforêt, Solvimo, Avis, Cnab et SNPI). La Fnaim n'y participe pas puisqu'elle dispose de ses SIA. Mais, les deux démarches sont quasi identiques. Les SIA comptent aujourd'hui, au plan national, quelque 1 500 entreprises adhérentes et non adhérentes de la Fédération pourvu qu'elles soient intéressées par la démarche et qu'elles jouent le jeu de la mise en commun

des mandats exclusifs. Au FFIP, dont les premiers groupements ont vu le jour en juillet 2005, les associations locales sont déjà au nombre de 131 sur 53 départements et regroupent 1 300 agences adhérentes aux réseaux mais aussi indépendantes. « Nous avons reçu un accueil très favorable, bien au-delà de nos espérances, raconte Hervé Bléry, le vice-président du FFIP et directeur général de Century 21 France, nous pensons pouvoir atteindre 3 000 agences en 2007 et 5 000 en 2008 si le mouvement se poursuit au même rythme ». Avantage du fichier commun ? Pour les vendeurs, l'assurance que le bien sera proposé par dix ou quinze autres agences en même temps et qu'il multipliera forcément les possibilités de trouver un acquéreur. De la même façon, les candidats à l'achat n'ont plus à courir toutes les agences puisqu'en un seul lieu, ils peuvent connaître l'offre de toutes les agences adhérentes du secteur. « C'est un système déjà éprouvé aux Etats-Unis et qui fonctionne très bien, explique Hervé

Bléry, cela permet aux concurrents de ne plus se regarder comme des ennemis et cela simplifie la vie de nos clients, l'objectif étant de faire gagner des parts de marché aux agents immobiliers ». Les réseaux partie prenantes dans le FFIP sont évidemment convaincus de l'intérêt des fichiers communs. « Cette mise en commun évite le sempiternel parcours du combattant aux acquéreurs, c'est un outil intéressant dont nous sommes les chauds partisans, mais il ne faudrait pas que cela deviennent une supra-marque », notent Patrick Michel Khider et Bernard de Crémiers, les patrons du réseau Laforêt. Malgré tout, la prolifération d'agences indépendantes ou de nouveaux réseaux peut réduire l'intérêt d'une telle démarche. A moins qu'ils n'adhèrent eux-mêmes très vite aux fichiers.



La Bourse comme tremplin

Depuis quelques années, la Bourse est également devenu un moyen pour les professionnels de l'immobilier (promoteurs, les administrateurs de biens...) de lever des capitaux pour

Groupe Guy Hoquet l'Immobilier



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

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

pagner au quotidien. Réflexion, formation, ouverture et succès de votre agence GUY HOQUET, nous sommes **présents à vos côtés** dans toutes vos démarches. Notre **certification ISO 9001** prouve une fois de plus notre attachement à la qualité de notre relation franchiseur-franchisés. **Rejoignez-nous, la réussite vous va si bien !**

www.guy-hoquet.com



GUY HOQUET
L'IMMOBILIER
RESEAU NATIONAL D'AGENCES PARTENAIRES

SA Guy Hoquet l'Immobilier

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

N° Azur 0811 740 024

• Prix d'un appel local •

permettre leur développement. Les cas de Nexity, de Kaufman & Broad, de Fadesa (ex Financière Rive Gauche) ou encore de Foncia en sont de belles illustrations. Un succès qui en a encouragé bien d'autres à se porter candidat. Et l'année 2006 a encore été riche d'événements dans ce domaine. Pour preuve, Icade dont l'introduction en bourse s'est faite en avril 2006 avec un grand succès. « 700 millions d'euros ont été levés et la demande institutionnelle était 124 fois supérieure à l'offre, explique Remi Lemay, responsable de la communication financière et externe d'Icade. Dès le premier jour, l'action valait 18 % de plus que sa valeur d'introduction et certains observateurs affirment qu'il s'agit la plus belle introduction en bourse en 2006 ». Il est vrai que l'action vaut aujourd'hui 47 euros, soit une progression de 70 % en six mois ! La raison du succès ? Sans doute le fait qu'Icade appartient à la Caisse des Dépôts et qu'elle présente un modèle original de développeur immobilier intégré très apprécié des investisseurs. La société est en effet un promoteur de logements et de bureaux majeurs en France et détient trois foncières, Icade Patrimoine (45 000 logements en région parisienne sur une surface de 600 ha), Icade EMGP (400 000m² de bureaux et d'entrepôts sur 76 ha aux portes de Paris) et Icade Foncière des Pimonts (10 immeubles de bureaux à Paris et la Défense), dont la valeur d'expertise est évaluée à 3,5 milliards d'euros au 30 juin 2006. Icade entretient également des partenariats avec les instances publiques, notamment dans le domaine de la santé. Et d'ici quelques mois, Icade pourrait renforcer son pôle service par l'acquisition de Gestrim Lamy. « Nous intervenons ainsi à tous les niveaux de la chaîne de l'immobilier, raconte Remi Lemay, c'est ce qui fait notre succès. En six mois, nous avons bouclé notre plan d'investissement de 1,8 milliard d'euros alors qu'à l'origine ce plan était annoncé pour trois ans ». Icade a racheté un portefeuille de bureaux et de terrains en Allemagne auprès de Daimler Chrysler (160 000m² et 82 ha de réserve foncière) et devrait ne pas en rester là en Europe. Aujourd'hui, se sont les Nouveaux Constructeurs qui viennent

de réussir leur introduction en bourse. Un processus qui permet au promoteur de financer son développement par une augmentation de capital. A n'en pas douter, d'autres suivront. Tagerim a abordé le sujet. « J'ai participé activement à l'introduction en bourse de Foncia qui s'est faite avec succès mais je sais pertinemment que l'on ne se présente pas devant les investisseurs sans une organisation sans faille. Nous avons donc encore à mûrir mais c'est une perspective tout à fait imaginable, explique Henry Buzy Cazaux. Il n'y a pas lieu d'aller en bourse tant que le besoin n'existe pas. On se présente en bourse quand on a besoin de développement. Or, pour son développement, Tagerim a des moyens suffisants pour le moment. Mais si demain nous voulons aller à l'international, il faudra sans doute en appeler à l'épargne publique, nous y pensons mais cela ne nous empêche pas de dormir ». D'ailleurs, la société qui est à la fois promoteur et administrateur de biens continue à être active dans le rachat de cabinets (Immo-gest, Parfimm, Satrag à Paris, Serici à Saint-Maur...). Autre groupe qui lorgne la Bourse : le groupe Proméo qui est à la fois promoteur, exploitant de sites de vacances en plein air et opérateur en immobilier de bureaux et d'activités.



Les sites internet vont aussi en bourse

A commencer par SeLogger.com, premier portail immobilier français, qui vient de s'introduire en bourse. « L'objectif est de donner une grande visibilité à SeLogger.com, indique Amal Amar, fondateur et président du conseil de surveillance, les sociétés cotées sont médiatiques et avec les capitaux levés, nous allons pouvoir continuer à nous développer et attirer de nouveaux clients ». Ils sont 10 000 aujourd'hui. A l'heure actuelle, SeLogger.com propose plus de 600 000 annonces immobilières sur le net ainsi que de nombreux services et informations pour accompagner les internautes dans leurs différentes problématiques logement. Avec ImmoStreet entrée dans son giron depuis quelque temps déjà, le groupe compte



L'alliance avec Périclès, permet d'aller plus loin dans la gestion des clients acheteurs ou vendeurs



Amal Amar, fondateur et président du conseil de surveillance de SeLogger.com

Point de vue

L'avis de Yves Macé Directeur Général de Périclès SA



Dès la naissance d'Internet, Périclès s'est placé en pionnier en offrant dans ses services la possibilité de publier ses annonces automatiquement vers le Web. La multi-diffusion perçue alors comme une fonction gadget s'inscrit aujourd'hui comme un des services les plus critiques de nos logiciels. Cette nouvelle donne nous conduit à investir dans ce domaine sur de nouveaux développements et de nouvelles ressources. Notre application en ligne : Périclès.net nous permettra d'offrir prochainement la deuxième génération de transferts multi diffusion pour mieux servir l'intérêt des agences et travailler étroitement avec les portails. Le rapprochement entre Seloger.com et Périclès s'est presque imposé naturellement ; nos entreprises constituant une référence sur leur marché respectif. Pour autant chaque entité continue d'évoluer avec sa propre stratégie et une volonté d'ouverture envers les autres partenaires du marché. Au-delà de l'évidence technique d'un tel rapprochement, nos entreprises sont restées à l'échelle humaine et partagent une culture et des valeurs communes. En mutualisant nos savoir-faire, nous construirons dès demain, des services à fortes valeur ajoutées pour les professionnels de l'immobilier.

plus de 6 millions de visiteurs et 100 millions de pages vues par mois (source médiamétrie-eStat). Il vient en outre de s'allier avec le leader incontesté des logiciels de transaction à destination des agents immobiliers : Périclès (lire encadré). Un événement dans la profession, car il renforce encore la position des deux groupes. « Cette convergence va permettre à nos clients les professionnels de l'immobilier, d'aller encore plus loin dans la gestion des clients acheteurs ou vendeurs », note Amal Amar. SeLogger.com apporte ainsi une assise financière à Périclès pour développer de nouveaux logiciels. « Nous travaillons dans un domaine très mouvant qui demande une réactivité très forte » précise encore Amal Amar. Autre mouvement qui ne tient pas à la bourse, celui-ci : le groupe H2I-Krier constitué de deux sociétés ayant pour activité l'édition de logiciels informatiques à destination des professionnels de l'immobilier (administrateurs de biens et agents immobiliers) et rebaptisées DP Logiciels, vient d'être racheté par Ciclad, un fonds de capital investissement indépendant spécialisé dans les opérations de transmission et de développement de taille moyenne. Il a repris le groupe en association avec Patrice Silvére, professionnel expéri-

menté dans le domaine de l'informatique et de la banque qui a pris la présidence et la direction opérationnelle du nouveau groupe. Autre mouvement, le rapprochement des groupes Spir Communication et S3G qui confortent ainsi leurs positions respectives, tant dans la presse gratuite que la distribution d'imprimés. SE2I filiale informatique de Foncia fusionne avec Citra. Preuve que dans le domaine des logiciels informatiques, les choses bougent considérablement. D'ici peu, il ne devrait rester que deux à trois groupes dans cet univers

impitoyable. Des journaux comme « A Vendre A louer » sont en vente. Assurément, le paysage immobilier français se transforme. Et de l'avis de tous les professionnels, ces grandes manœuvres ne font que commencer. Comme dans tous les domaines d'activité, l'avenir appartient à ceux qui sauront unir leurs forces et se diversifier. D'autant que l'activité immobilière ralentit et qu'une nouvelle crise n'est pas à écarter, même si les besoins en logements restent très importants.

Colette Sabarly.

Les réseaux en chiffres

Groupe	Date de création	Nbe d'agences	Caractéristiques
Orpi	1965	1300	réseau coopératif
Century 21	1987	870	franchise
Laforêt Immobilier	1991	730	franchise
Guy Hoquet	1990	515	franchise
Arthur l'Optimist	1995	450	licence de marque
Era Immobilier	1971	350	franchise
L'Adresse	1999	300	réseau coopératif
Avis Immobilier	1957	200	franchise
Bourse de l'Immobilier	1980	200	réseau succursaliste
Solvimo	2003	150	franchise
4% Immobilier	2001	90	franchise
TO2I	2001	64	franchise

Partez gagnant



Pour connaître tous les avantages que procure le 1^{er} réseau européen d'agences immobilières, contactez :

ERA France

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



www.erafrance.com

Suivre la révolution fichier commun

Nous vous présentons le second volet de notre enquête exclusive consacrée au S.I.A. et au F.F.I.P. Adhérer à l'un de ces fichiers communs, voire aux deux peut vous permettre de gagner des parts de marché.

S.I.A

Gilles Ricour de Bourgies,
Président National
des S.I.A.



« La progression du nombre d'adhésions aux SIA atteste du véritable succès du «SERVICE INTER AGENCES». Les professionnels ont compris qu'il fallait réagir en trouvant une nouvelle réponse aux attentes du marché. Attention toutefois aux difficultés : apprendre à signer des mandats exclusifs est une chose, partager des mandats exclusifs avec des confrères en est une autre. L'obligation de former tous les collaborateurs des agences membres devient une nécessité absolue si nous voulons réellement pérenniser le travail en fichier partagé »

F.F.I.P.

Bernard Grech,
Président du FFIP
national



« Le F.F.I.P. doit permettre l'accomplissement d'un vieux rêve d'agent immobilier. A la conquête de notre marché par la satisfaction de nos clients, grâce à l'union des professionnels et la constitution d'une offre globale, au-delà de nos choix d'organisation et d'appartenance pour chacune de nos agences. Les résultats obtenus aujourd'hui en matière de développement sont conformes à nos espérances, l'adhésion de la grande majorité des dirigeants des grands réseaux confirme l'intérêt que tous les professionnels portent à notre démarche. »

Qu'en est-il aujourd'hui du développement des fichiers communs ? Quels sont les moyens mis en œuvre par les deux organisations ? Quelles sont les appréciations que portent les utilisateurs ? Quels sont les résultats obtenus ? À toutes ces questions que vous vous posez, nous espérons que cet article apporte un début de réponse. Vous faites parti des professionnels qui hésitent à se rapprocher de ces organisations ? Nous vous indiquons tous les éléments utiles pour envisager sereinement votre adhésion en connaissance de cause. Les chiffres qui nous ont été communiqués et que nous vous dévoilons dans ce numéro vous permettront de mesurer l'ampleur de ce développement et l'intérêt grandissant que les professionnels portent à ces organisations.

Une évolution fulgurante

Le premier S.I.A. a été initié à Nice en 2002, et c'est à partir de 2003 que d'autres S.I.A. voient le jour, le véritable développement s'organisant à partir de 2005.

Le premier FFIP voit le jour le 15 Janvier 2005, à Marseille sous l'impulsion d'Alain Lieutaud Président de la commission transaction de la CNAB

Les développements constatés à ce jour sont probants, avec un nombre légèrement plus important pour les fichiers communs SIA. Les réseaux FFIP avec un démarrage plus tardif, (création du F.F.I.P. national en 2004) rattrapent peu à peu leur retard. Dans les deux organisations les as-

sociations sont organisées en bassins de vie, ou zones homogènes de marché, au sein desquels une coopération s'organise entre les agences adhérentes.

Les opérateurs Nationaux F.F.I.P. national et la société Imminence pour le S.I.A. mettent à la disposition des adhérents les outils et schéma d'organisation permettant de :

- Fédérer les associations locales (un département peut compter jusqu'à 20 associations ou sections).
- Définir les règles cadre des fichiers communs locaux, de coordonner les actions locales ou départementales.
- Garantir le respect du règlement intérieur et de la charte de communication.

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

**On trouvera aussi facilement
vos offres sur annoncesjaunes.fr**

Offrez-vous la plus belle des vitrines.

Le groupe PagesJaunes lance annoncesjaunes.fr, le moteur de recherche de petites annonces. C'est pour vous une occasion unique de dynamiser votre activité. Renseignez-vous vite !

Service Client Pro :

 **0 810 136 136**
PRIX APPEL LOCAL

E-mail :
servicepro@annoncesjaunes.fr

annoncesjaunes.fr

Le moteur de recherche de petites annonces du groupe PagesJaunes



Parole d'expert



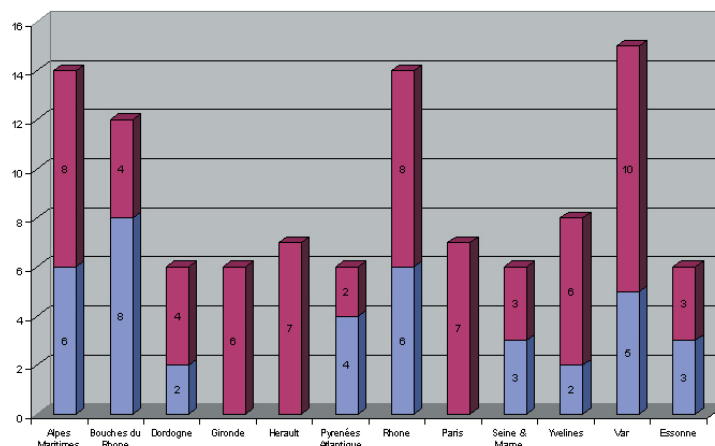
J'exerce l'activité transactions sur l'agence de MON-TADY, avec une équipe de deux négociateurs. Lorsque le SIA a été initié sur le secteur, j'étais assez fermé à cette idée, sans doute par manque de conviction (il convient de souligner que notre production en mandats exclusifs était quasiment inexistante avec 2 % des mandats). En revanche, j'étais partisan d'une ouverture vers les autres agences, considérant que la collaboration entre les professionnels est indispensable si nous voulons faire face au marché de particulier à particulier. Aujourd'hui notre production de mandats exclusifs est passée à 45% et ces mandats exclusifs représentent plus de 70% de notre chiffre d'affaires. Notre adhésion au SIA, nous permet de constater en 2005 une évolution de 30% de notre chiffre d'affaires, cette évolution devrait être encore plus importante en 2006, malgré un léger fléchissement du marché local. Deuxième point positif, la collaboration entre les agences d'une même zone d'influence, nous permet d'être mieux armés pour lutter contre la seule vraie concurrence, le marché de particulier à particulier.



J.M. ALEMANY, agent F.N.A.I.M dans les environs de Béziers depuis 20 ans, adhérent S.I.A.

Positionnement géographique

Les agents immobilier de la région Paca sont les champions du partage



Nombre d'associations locales (appellation F.F.I.P.) ou sections locales (appellation S.I.A.)

Un constat s'impose, les départements les plus couverts sont les départements où la densité d'agences immobilières est très importante. Ce sont aussi ceux où les réseaux commerciaux d'agences immobilières sont le mieux implantés : PACA, Ile de France, Rhône Alpes, Aquitaine, Languedoc Roussillon.

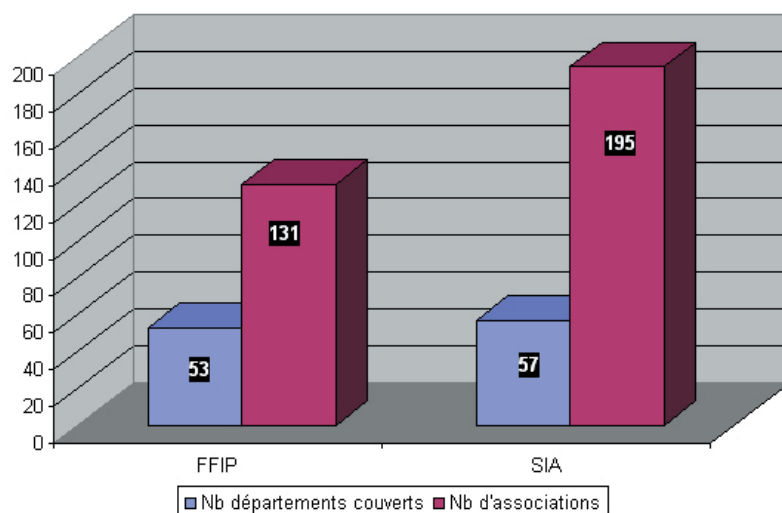
En toute logique, les initiateurs des réseaux réussissent et s'imposent dans leur propre département. Bernard Grech Président de l'association Nationale FFIP et agent

immobilier Orpi dans le Var (Bernard Grech fut Président du réseau ORPI jusqu'en 2005).

Alain Lieutaud Président de la commission transaction de la CNAB, et agent Immobilier dans les Bouches du Rhône. Jean Marie Lepeu Directeur General d'Imminence, Opérateur National des Associations SIA et ex dirigeant d'agences immobilières à Nice, dans le département des Alpes Maritimes ou le SIA 06 est passé de 50 agences en 2002 à 255 aujourd'hui.

Développements comparés des deux réseaux

Malgré un départ plus tardif, les associations adhérentes du FFIP (131 agences) rattrapent leur retard sur le SIA (195 agences) et couvrent 53 départements pour le FFIP et 57 pour le SIA.



Les réseaux ont un faible pour le FFIP et... les agents indépendants pour le SIA

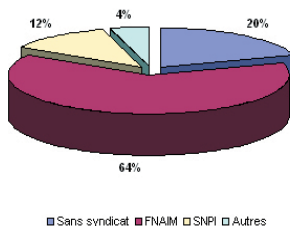
Les agences affiliées SIA sont syndiquées FNAIM pour 64% d'entre elles, seulement 35% adhérents à un réseau commercial.

Les adhérents FFIP proviennent pour 81% des réseaux commerciaux, les plus nombreux étant les agents ORPI ou Century 21.

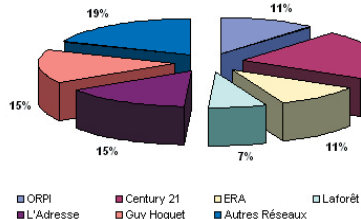
La majeure partie est syndiquée - 65% exactement, contre 32% adhérents à la FNAIM

Les bourses S.I.A.

SIA : répartition des adhérents par syndicat

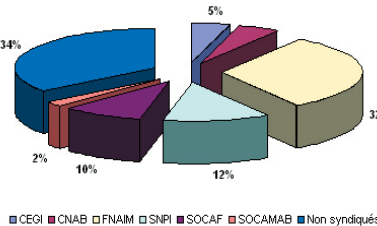


SIA : répartition des enseignes

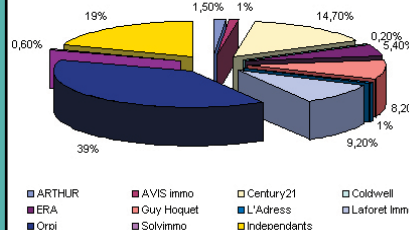


Les associations FFIP

FFIP : Répartition des appartenances syndicales



FFIP : Répartition des enseignes



Région parisienne,
un mandat à déléguer ?

Consultez nous ...

Chères consœurs, chers confrères

97 inter-cabinets réalisés à ce jour
en 2006 par nos soins.



34, rue La Condamine - 75017 PARIS

Tél. : 01 44 90 03 94



www.agencedesbatignolles.com

AGENCE DES BATIGNOLLES



Parole d'expert



Après plus d'un an de coopération avec 35 confrères locaux, je ne peux qu'être satisfait des résultats obtenus. Sur les 7 premiers mois 2006, les agences adhérentes - agences en réseau ou non - produisent 32% de mandats exclusifs, 110 ventes ont été réalisées en collaboration. La majorité des agences du F.F.I.P. local constate une progression de leur chiffre d'affaire. Les clients des agences, vendeurs et acheteurs apprécient la rapidité et l'efficacité du service. La collaboration active qui s'est instaurée entre des professionnels autrefois concurrents, nous permet de mieux nous connaître entre professionnels, de nous apprécier, et d'améliorer les services que nous proposons à la clientèle.



Jean Dominique MONE, agent immobilier à Capbreton ORPI. Adhérent FFIP

Les deux réseaux mènent le même combat : reprendre les parts de marché qui échappent à la profession.

Le FFIP réunit la majorité des grandes enseignes, déjà imprégnées d'une culture réseaux et de méthodes susceptibles « d'attirer les mandats exclusifs » et deux syndicats la C.N.A.B. et le S.N.P.I. Le SIA, marque déposée FNAIM, propose des outils, afin de transmettre un savoir faire en matière de Mandat exclusif. Et bien entendu, vous pouvez adhérer aux deux réseaux.

Gérard BORNOT ANTOlogis
Consultant Formateur - bornotgerard@yahoo.fr

Combien ça coûte ?

- Adhérer au SIA :

Droit d'entrée : 500€ HT
Abonnement annuel : 400€ HT + redevances sur les mandats de saisis (25€ HT/mandats, min 75€ HT/trimestre et max 375€/trimestre). Tarifs Associations : 150 à 300 € de droit d'entrée, et 150 à 300 € d'abonnement annuel.

- Adhérer au FFIP

Cotisation annuelle HT : 1035€ par agence, 460€ par succursale en cas d'adhésion au FFIP National. Droit d'entrée HT à l'association Nationale : 200€ par agence et 100€ par succursale. En cas de non adhésion au FFIP National, cotisation annuelle HT de 1800 euros pour les agence et 900 euros par succursale.

	S.I.A.	F.F.I.P.
INITIATEURS	La F.N.A.I.M.	Century 21 et Orpi C.N.A.B. et S.N.P.I.
Présidence nationale	Gilles Ricour de Bourgies	Bernard Grech
Opérateur National	Société Imminence	Association Nationale FFIP
Coordonnées	Imminence 92, boulevard du Cimiez 06000 Nice	FFIP National 39, rue Escudier 92100 Boulogne
Site internet	www.siafrance.org	www.ffip.fr

FFIP

LE MEILLEUR DE LA GESTION IMMOBILIÈRE

À VOS CLIENTS

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

Gestion immobilière

La Solution Gestion

+ DE 400 AGENCES PARTENAIRES

Centre de gestion immobilière

N°Azur 0 810 38 95 24

(Prix d'un appel local)

SARL au Capital de 20.000 € - RC Toulouse B404 821 373
Caisse de garantie FNAIM - 80, rue de la Boétie 75008 Paris
CP Gestion n° 422 délivré par la préfecture de la Haute-Garonne

Une hausse en demi-teinte

Dans certaines villes ou dans quelques quartiers, les biens de mauvaise qualité, ou proposés à des prix trop élevés ne se vendent plus et restent en agence de plus en plus longtemps. Mais les autres trouvent toujours preneur à des prix moyens en hausse de 4,5% sur un an.

Paris et sa région Petits mouvements de hausse

Après une période d'accalmie de la progression des prix, on note un frémissement à la hausse des prix (+4,7% sur un an). Dans la capitale, la stabilité domine dans 15 arrondissements, dont les très peuplés 18ème, 13ème et 12ème. Ainsi, les prix du 13ème sont passés de 6 137 euros le m2 à 6 219 euros. Mieux, dans le 12ème, les prix ont fait un bond de 89 euros par m2. A noter cependant : la méforme des prix du 4ème qui perdent 207 euros pour s'établir à 8 116 euros contre 8 323 au mois de septembre. Sur un an, les prix du marais n'ont progressé que de 0,6%.

Quant au marché locatif, il a été marqué par une demande soutenue de location dans les beaux quartiers de Paris. D'où une tension à la hausse des loyers dans les 5ème, 4ème, 6ème et dans une moindre mesure dans les 8ème et 4ème.

Ailleurs, c'est le calme plat. En moyenne, la location d'un appartement coûte aujourd'hui à Paris 24,88 euros par mètre carré, et par mois (+3,5%)

	Loyer mensuel au m2	Prix moyen au m2
Paris	24.88	6826.91
92	19.66	4965.32
94	17.23	3998.78
78	16.71	3698.18
93	16	3056.04
77	14.99	2936.60
91	14.77	2930.66
95	13.45	2909.51

Lyon Pas de baisse de prix

	Loyer mensuel au m2	Prix moyen au m2
Lyon	10.31	2824.28

Sur les neuf arrondissements lyonnais, sept affichent des prix stables par rapport au mois septembre. Deux sont même en hausse : le 1er (3138,78 euros) qui gagne 40 euros par mètre carré et le 2ème (3754,74 euros) qui progresse d'environ 120 euros le mètre carré. A 2824,28 euros, le prix de vente moyen de l'ancien affiche une hausse annuelle de 5,7%. Les tarifs des loyers sont symboliquement repassés sous la barre des 10 euros le m2 dans le 2ème arrondissement (9,99 euros en octobre contre 10,14 en septembre). Ailleurs, beaucoup de tarifs stables ou en légère hausse comme dans le 6ème (11,22 euros contre 11,08 euros) et le 5ème (10,32 euros contre 10,14 le mois précédent).

Marseille Stagnation des prix de vente et évolution contrastée des loyers

	Loyer mensuel au m2	Prix moyen au m2
Marseille	13.26	3238.66

Les agences de 4ème et 7ème arrondissement, ont relevé significativement leurs tarifs. Dans le 7ème, les prix ont franchi le seuil des 13 euros, à 13,33 euros en octobre contre 12,91 en septembre. A l'inverse, les locatari-

res de 5ème et 12ème ont pu signer leurs baux à des tarifs inférieurs à ceux du mois de septembre : 11,54 euros par exemple contre 11,80 euros au mois de septembre dans le 12ème. Pas d'évolution notable, en revanche dans les 1er, 6ème et 8ème arrondissements.

Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Nice Stabilisation

Qu'il s'agisse de ventes ou de locations, aucune tendance ne se dessine dans les grandes villes du Sud. A la location, les prix stagnent en dessous de 11,60 euros le m2 à Bordeaux, autour de 12 euros à Toulouse, de 12,2 euros à Montpellier et de 14,58 euros à Nice. Coté vente, la stabilité est parfaite à Bordeaux et à Nice tandis que de petits mouvements non significatifs se dessinent à Toulouse (3 393 euros le m2 en octobre contre 3 383 en septembre) et à Montpellier (2 891 euros contre 2 892 euros en septembre).

	Locations	Ventes
	Loyer mensuel au m2	Prix moyen au m2
Bordeaux	11.59	2834.62
Toulouse	11.97	3393.22
Montpellier	12.19	2891.29
Nice	14.58	4031.81



Maîtriser les dispositifs Borloo Robien

L'investisseur qui souhaite acheter un logement neuf, ou rénover un logement ancien, pour le mettre en location et se constituer des revenus, a désormais le choix entre deux dispositifs fiscaux complémentaires



Depuis le 1er septembre 2006, les contribuables qui souhaitent investir dans l'immobilier pour se procurer des revenus locatifs tout en payant moins d'impôts ont le choix entre deux nouveaux dispositifs : le régime Robien Recentré et le régime Borloo populaire. Dans les deux cas, le bien doit être destiné à la location non meublée affectée à l'usage d'habitation principale du locataire, pour une durée minimum de 9 ans. L'objectif des deux formules étant de favoriser la mise en location de loyers maîtrisés, l'investisseur ne peut établir le loyer à sa guise.

Ces dispositifs s'adressent aux personnes physiques imposables, avec ou sans revenus fonciers, en direct ou au travers d'une SCI. Et concernent des achats de logements neufs acquis à compter du 1er septembre 2006 ou de logements qui ne satisfont pas aux conditions de décence et qui font l'objet de travaux de réhabilitation définis par arrêté permettant aux logements d'acquiescer des performances techniques voisines de celle des logements neufs (arrêté du 19,12,03) acquis aussi à compter du 1er septembre dernier.

Robien recentré

Une formule souple qui permet de louer sans limite de revenus de locataire

Moins avantageux que son prédécesseur, le dispositif Robien recentré permet aux investisseurs de se constituer un patrimoine tout en bénéficiant de substantielles économies d'impôt. L'acquéreur peut amortir 6% du prix d'achat pendant 7 ans, puis 4% pendant les 2 années suivantes. Au total, la déduction atteint donc 50% du mon-



**COLDWELL
BANKER**
IMMOBILIER

1^{er} réseau mondial par le chiffre d'affaires



Bénéficiez du dynamisme d'un réseau distinctement différent

Coldwell Banker recherche des agents immobiliers existants
qui veulent se développer

- Une agence Coldwell Banker réalise plus de 25% de son chiffre d'affaires grâce à une clientèle internationale*,
- Les agences Coldwell Banker bénéficient d'un audit personnalisé et complet tout au long de leur développement,
- Contactez-nous afin de bénéficier d'un audit gratuit**.

COLDWELL BANKER FRANCE FCBI
98 avenue de Villiers 75017 Paris
Tel : +33 (0)1 56 59 33 91
info@coldwellbanker.fr

www.coldwellbanker.fr

COLDWELL BANKER depuis 1906



tant de l'investissement sur 9 ans. Pour en bénéficier, il doit acquérir un logement neuf ou ancien non décent nécessitant de gros travaux de remise aux normes, et s'engager à le louer vide pendant 9 ans au moins à un locataire qui en fait sa résidence principale.

Le bien peut être loué à des descendants ou des ascendants à condition que ces personnes ne figurent pas sur l'avis d'imposition du bailleur. Quant aux loyers pratiqués, ils ne sont pas fixés librement, mais plafonnés en fonction de la zone géographique de l'investissement. Ces plafonds fixés par décret sont revalorisés tous les ans au 1er juillet.

Borloo Populaire

Une formule fiscalement très attractive à condition de bien sélectionner le locataire

Pendant les neuf premières années de l'investissement, le régime du Borloo populaire est identique à celui du Robien recentré. Il propose ensuite une réduction d'impôt annuelle de 2,5% pendant 6 ans. Au total, l'amortissement de l'investissement

peut donc aller jusqu'à 65% du prix de revient du logement. L'investisseur peut déduire de ses revenus fonciers ses charges. Il bénéficie en outre d'un abattement de 30% sur ses loyers avant imposition. En contrepartie, le bien doit être loué à des locataires disposant d'un niveau de ressource plafonné. Pour le moment, ces plafonds plutôt raisonnables, correspondent à ceux de la quasi-totalité des locataires. Ce dispositif nettement plus avantageux impose une sélection des locataires plus rigoureuse. Il est ainsi impossible de louer à un locataire dont les revenus dépassent le seuil réglementaire. Impossible aussi de louer à quelqu'un de sa famille.

A savoir : le logement doit être mis en location pendant au moins 9 ou 15 ans.

Pour en savoir plus sur les dispositifs Borloo Robien

Décret d'application du 11/08/2006. Article 40 de la loi «Engagement national pour le logement» et article 30.I du code général des impôts. Instruction fiscale 5D-4-06 publiée dans le bulletin officiel des impôts du 2 novembre 2006.

Tous les matins Votre pige complète

dès 09h00

- Ventes ou locations
- Annonces exclusivement des particuliers
- Jusqu'à 3 envois par jour, 7 jours sur 7
- Sur votre zone géographique
- Sur votre e-mail ou votre fax
- Sélectionnées sur plus de 400 supports (nationaux, régionaux, spécialisés, gratuits...)
- Indication des changements de prix
- Indication de l'adresse du vendeur (lorsque disponible)
- Fournie avec fichier intégrable dans Périclès, Gercop ou sous Excel

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

directannonces
Le spécialiste de la pige immobilière

Les plafonds de loyer et de revenus

	Robien recentré	Borloo populaire		
	Loyer au m2/mois	Loyer au m2/mois	Revenus pour un couple sans enfant	Revenus pour un couple avec 2 enfants
Zone A : Paris, petite et deuxième couronnes, Côte d'Azur, Genevois français	19.89	15.92	48.226 euros	69.440 euros
Zone B1 : agglomération de plus de 250.000 habitants, troisième couronne Ile-de-France, pourtour de la Côte d'Azur, départements d'Outre-Mer, Corse	13.82	11.06	35.198 euros	50.996 euros
Zone B2 : agglomérations de plus de 50.000 habitants, les autres zones frontalières ou littorales chères, ou à la limite de l'Ile-de-France	11.30	9.04	32.265 euros	46.747 euros
Zone C : reste du territoire	8.28	6.63	29.332 euros	42.497 euros

62% des internautes veulent visiter virtuellement le bien avant de contacter une agence*



Visites virtuelles à 360°

Nous vous équipons d'un objectif et d'un logiciel qui permet :

- 1 La prise des photos par vos Négociateurs - le matériel vous appartient.
- 2 Le téléchargement des photos sur votre ordinateur.
- 3 Et... la diffusion sur votre site web et les portails immobiliers.



*Source : Ipsos 2005

www.globalvision.fr

01 56 360 360

Comprendre les quatre chocs sociologiques du logement

La demande de logement devrait rester soutenue dans les années à venir, en raison de facteurs sociologiques structurants. Telle est la conclusion d'une récente enquête réalisée à la demande du Crédit-Foncier par l'Université Paris-Dauphine. Démonstration.

D'après une récente étude sur la demande de logement en France, un véritable choc sociologique bouleverse la demande de logement. Tout d'abord, un paradoxe. Une offre importante et améliorée mais une demande insatisfaite. Le parc immobilier s'est en effet beaucoup amélioré ces trente dernières années. La taille des logements est ainsi passée de 2,7 pièces à 4 pièces alors que le nombre de personnes par résidence principale est passé de 3,1 en 1946 à 2,31 aujourd'hui. Le taux de propriétaires, quant à lui est passé de 35 à 57%. L'offre de logement n'est cependant pas totalement adaptée, et les experts chiffrent le besoin de construction de logements à 500 000 par an. Cette forte demande de logements est sous influence de quatre changements sociologiques structurants qui transforment la demande de logements de manière très significative.

1/ Des seniors de plus en plus mobiles

Alors que rester dans le logement de sa vie était par le passé la règle, les retraités développent des stratégies de mobilité multiple. Une « mobilité de confort » à leur départ en retraite, les conduit d'abord à rechercher le soleil, la proximité familiale ou à choisir une double résidence (40 000 nouveaux logements par an seront ainsi nécessaires d'ici 2020 pour répondre à la demande de double résidence des seniors). Dans un second temps, «une mobilité de précaution», à l'approche du 4ème âge en anticipation



d'une perte éventuelle d'autonomie, les conduit à rechercher des appartements plus adaptés, plus sécurisés, plus proches des centres villes ou des zones commerciales.

2/ Boom des foyers monoparentaux

L'éclatement de la cellule familiale ouvre la voie à de nouveaux modes de vie et constitue des facteurs d'accroissement du nombre de petits ménages et donc de logements. Le repli du mariage est de plus en plus prononcé (4,5 mariages pour 1000 habitants en 2004 contre 7,3 en 1954). Le nombre de divorces a beaucoup augmenté (40% en 2000 contre 9% sur la période 1945-1965), ce qui favorise le nombre de familles monoparentales

(1,6 millions). Par ailleurs, la double résidence avant la cohabitation se développe chez les jeunes et certains couples recomposés ne cohabitent pas. De fait, plus de 8,5 millions de personnes vivent seules, soit 14% de la population.

3/ Changements de paysage professionnel

Les entreprises se déplacent, les évolutions de carrières passent souvent par des changements de lieu de travail tandis que les déplacements professionnels, les projets et les missions se multiplient et que le télétravail se développe. A cela s'ajoute le choix des plus actifs de changer d'entreprise pour accélérer leur évolution personnelle.

Ce contexte se traduit par de nouvelles stratégies résidentielles qui passent par la délocalisation, l'utilisation des moyens de transports rapides, le célibat géographique et la double résidence. Le nomadisme professionnel, lui, se traduit par des locations meublées ou des séjours en hôtel.

4/ Nouveaux flux migratoires

La France est attractive pour les pays du Nord, et plus généralement pour une clientèle internationale aisée. Les non résidents étrangers qui acquièrent des logements en France tout en gardant leur activité dans leur pays d'origine, sont nombreux. Ils proviennent essentiellement des autres pays européens : Grande-Bretagne, Suisse, Italie, Allemagne et Belgique. Le montant des investissements étrangers en France s'élève ainsi à 6 milliards d'euros de transactions en 2005 contre une moyenne annuelle de 2 milliards d'euros il y a quelques années. Les futurs retraités européens se posent les mêmes questions de résidence que leurs homologues français et apprécient le climat de la France. A ces flux de plus en plus si-



gnificatifs, s'ajoutent enfin celui des étudiants dont les années d'études à l'étranger se multiplient dans le cadre des programmes européens et internationaux.

Camille Pujols.

Pour en savoir plus

« Demande de logement : la réalité du choc sociologique », crédit foncier. www.creditfoncier.fr

Zoom sur le besoin de logements ...

Evolutions démographiques :
158 000 logements entre 2005 et 2010 puis **129 000** entre 2011 et 2020

+

Besoins liés à l'immigration du sud
45 000 logements

+

Effet sur les résidences principales des nouvelles migrations du Nord et des étudiants : **30 000** logements

+

Effets sociologiques
110 000 logements

+

Résidences secondaires **15 000** achats par an par des étrangers et **40 000** par des retraités

+

Logements occasionnels à titre professionnel **10 000**

+

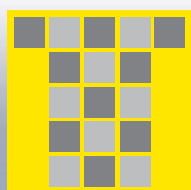
Effets de vacance liés à une mobilité plus soutenue et au développement du parc : **45 000** logements

-

Destructions et changements d'usage : **45 000** logements

=

Total : 498 000 logements par an d'ici 2010 et 469 000 par an entre 2011 et 2020.



LOGIQUE

LOGICIELS POUR ADMINISTRATEURS DE BIENS

NOUVEAUX
PRODUITS

Gérance

Événementiel

Copropriété

Comptabilité

AG portable

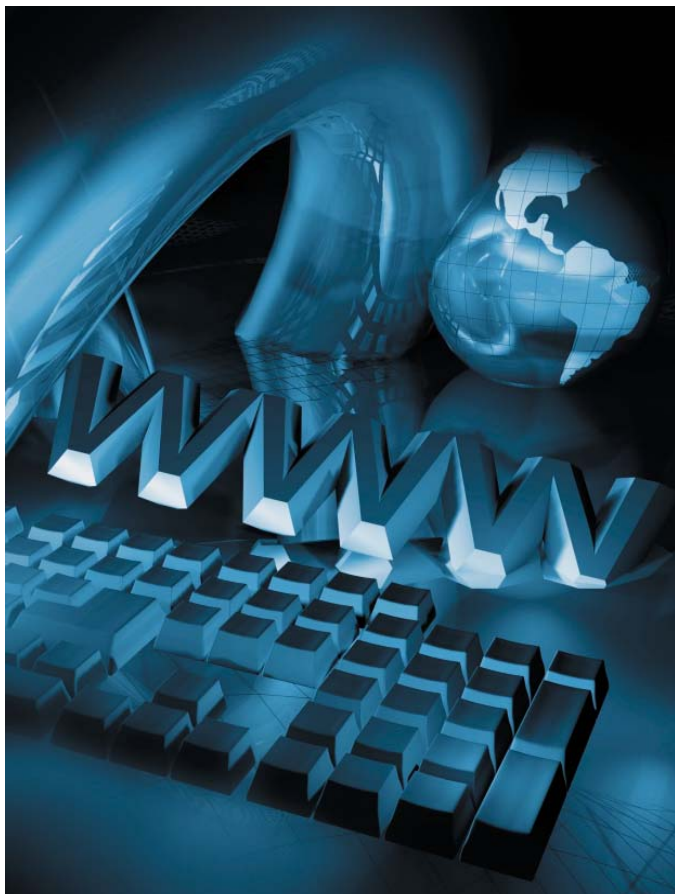
Internet

Paie



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

Internet : référencez votre site en tête de liste



Avec en France 26 millions d'utilisateurs Internet et une accélération des achats en ligne, il est indispensable de se concentrer sur la web-stratégie. Si la conception d'un site professionnel est un atout majeur pour qui veut rester dans la course, tout l'enjeu consiste ensuite à apparaître parmi les premiers sur les pages de résultats des moteurs de recherche. Comment y parvenir.

« Se faire bien voir » des moteurs de recherche pour développer ses prospects et augmenter son chiffre d'affaire

Un référencement réussi requiert de respecter des étapes précises. Il ne suffit pas en effet de se limiter à une simple inscription auprès des moteurs de recherche.

Chaque moteur a son comportement propre et si Google est en passe de devenir un des plus utilisés en France, il n'est cependant pas le seul.

Pour « se faire bien voir », il faut bien comprendre les stratégies des moteurs Internet : la même recherche effectuée sur des moteurs différents ne renvoie pas les mêmes résultats.

Règle numéro un : un site riche et structuré

Tout repose sur la qualité du contenu et la pertinence de votre site Internet. Un site riche avec un contenu complet et bien hiérarchisé avec de nombreuses pages d'informations, sera toujours mieux noté des moteurs de recherche qui prennent en compte plus de 160 facteurs pour évaluer votre site dont des critères comme le nombre d'occurrences d'un mot mais aussi la fréquence avec laquelle vos pages Web sont mises à jour et la structure de votre site.

D'autre part comme tous les professionnels d'un même secteur se servent de mêmes mots clés, choisissez ceux qui vous distinguent sur votre marché. « Immo-

bilier » bien sûr, mais localisation géographique (« région », « ville », « quartier ») et le type des transactions (« location », « vente », « charme ») peuvent vous aider à rejoindre naturellement le haut de la liste lors d'une recherche intégrant ces critères.

Echange de liens : partagez votre notoriété

Comme le classement d'un site Internet dépend aussi du nombre de liens qui pointent vers lui, plus ces liens sont nombreux, mieux vous êtes classés – et mieux vous êtes classés, plus vous êtes visité.

Le mieux est d'échanger son lien avec des sites ayant la même activité sur un autre segment de mar-

Quelques conseils pour bien choisir

- ne laissez pas « dormir » votre site, effectuez régulièrement des mises à jour, enrichissez son contenu
- soyez patient la notoriété ne s'obtient pas en un jour il faut plusieurs analyses des moteurs de recherche avant d'obtenir de bons résultats
- insérez des mots-clés pertinents dans vos pages et dans vos tags les moteurs explorent l'un et l'autre
- pensez au renouvellement de votre nom de domaine généralement l'enregistrement se fait pour un an
- un site vitrine n'a pas besoin de liens sponsorisés
- pensez à référencer votre adresse mail

Propos recueillis : Sté Webgenery, Monsieur Daviet Frédéric, directeur.

Prestataires

Les prestataires sont très nombreux. Évaluez vos besoins et comparez les services, les tarifs et la dégressivité (référencement, enregistrement de nom de domaine, hébergement).



WebGenery :
prestation complète
<http://www.webgenery.com>
0820 309 054



Netissime :
prestation complète
<http://www.netissime.com>
0826 001 002 (numéro indigo)



Frontier Software :
Hébergement et enregistrement de nom de domaine
<http://www.frontier.fr>
08 11 60 01 44 (tarif local)
01 70 71 50 00



Web Rank Info :
un site riche en information
<http://www.agentwebranking.fr/fr/>

webgenery

La créativité au service de votre image

Concepteur de Sites Internet dans l'immobilier

Nos Engagements

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

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

Référencement



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

Contactez nous !

E-mail : info@webgenery.com

N° Indigo 0 820 309 054

0.09 € HT la minute

ché ou avec des sites proposant des prestations complémentaires aux vôtres (financement, expertise, diagnostic). Selon leur popularité cependant, les sites peuvent vous faire payer cet échange.

Elargissez votre cible avec les liens sponsorisés

Si votre site est récent ou si vous n'êtes pas satisfait des résultats, une autre méthode consiste à acheter des mots clés auprès des moteurs de recherche. Dans ce cas, votre site apparaîtra lors d'une recherche sur ces mots dans les liens sponsorisés. Le prix d'achat des mots clés est très variable et dépend de leur popularité.

Nom de domaine : le « choix pertinent »

Le nom de domaine est au site Internet ce que la raison sociale est à l'entreprise. Il participe de son identité et se retrouve sur tous les supports de communication. Avec une exigence supplémentaire, c'est qu'il doit être retenu par vos clients avec exactitude. Autant dire qu'il doit être choisi avec discernement.

Les suffixes les plus utilisés sont .com, et .fr. Le suffixe .eu ayant fait son apparition l'année dernière. En général, mais ce n'est pas une règle, « .com » sera plutôt réservé aux entreprises ayant une activité internationale, « .eu » une activité au niveau européen et « .fr » une activité nationale. Si vous désirez être le seul à posséder la base de votre nom de domaine enregistrez au moins un « .com » et un « .fr » quitte à ne pas utiliser l'un d'entre eux.

Il faut veiller à la longueur d'un nom de domaine, les noms trop longs, difficiles à mémoriser ou dont la saisie est fastidieuse dissuadent les internautes habitués à la simplicité. En outre les noms complexes, composés ou contenant de la ponctuation font souvent l'objet de fautes de saisie - particulièrement auprès des utilisateurs étrangers qui confondent souvent le tiret et le soulignement.

Parole d'expert



Le temps du bricolage est révolu



Pour de petits réseaux immobiliers, il est encore possible et souhaitable d'occuper un espace équivalent à celui que peuvent obtenir de grands portails. Parce que nous sommes dans des logiques de présence et de diffusion régionale ... c'est le principe même d'Internet : pour chercher une information, on utilise des requêtes : « immobilier Malakoff » « immobilier Gentilly » ... Il suffit de



réaliser un travail précis, un travail de fond et le client dispose d'un site Internet qui lui appartient et qui occupe son propre espace. Internet obéit à des règles industrielles et normalisées ; le temps du bricolage est révolu. ... Le choix du nom de domaine en particulier peut s'avérer pertinent pour le référencement ; mais on est souvent limité par l'utilisation de la marque ... Il existe encore aujourd'hui certains noms de domaine dont on peut faire l'acquisition qui contribueraient à un meilleur référencement ... La réussite d'un projet c'est la combinaison de trois éléments – un Site Internet bien construit, normalisé et riche de contenu, un référencement naturel bien pensé pour le moyen et long terme, des liens externes et l'achat de clics pour une visibilité rapide. Le respect de ces trois règles provoque un effet boule de neige, on est dans une pure logique de marketing.

Frédéric Daviet, directeur, WebGenery, Marketing et communication

Epeler un nom de domaine long et contenant de la ponctuation avec un locuteur étranger au téléphone peut se révéler une épreuve insurmontable !

Les adresses électroniques

Normalement, l'enregistrement du nom de domaine vous permet de créer des comptes mail et des adresses électroniques du type :

prénom1.nom1@agence.fr
prénom2.nom2@agence.fr
contact@agence.fr
info@agence.fr

Chaque collaborateur peut ainsi de disposer de sa propre boîte à lettre sur le site de l'agence et sur ses cartes de visites. L'avantage

pour l'agence est que les e-mails de contact peuvent être conservés ou peuvent être redirigés en cas d'absence ou de départ d'un collaborateur. Et ces adresses peuvent servir de mot-clé pour le référencement.

Pascal Kinsbourg.

Les tarifs

En raison des nombreuses prestations les tarifs restent indicatifs et sont très variables. Certaines prestations sont incluses dans des packages et leur prix est dégressif.

- Référencement : de 100 € HT à 1000 € HT (et bien plus) par an en fonction des prestations mais surtout en fonction de votre objectif
- Nom de domaine : compter entre 10 € et 20 € HT par an pour un « .com » ou un « .fr »
- Compte mail : à partir de 3 € HT pour le pack de 10 25 € HT illimité
- Lien sponsorisé : de 0.1 € HT à 10 € HT le clic (prévoyez un budget)

Planning des salons et événements immobiliers

CONGRES PARIS

Du 11 au 12 déc. 2006
PARIS
Palais des Congrès Porte Maillot.
60ème Congrès annuel de la FNAIM

COPROPRIETE PERPIGNAN

Du 26 janv. au 28 janv. 2007
PERPIGNAN
Parc des expositions,
Salon régional de la copropriété jumelé avec le salon de l'immobilier

HABITAT EXPO TARBES

Du 16 au 18 février 2007
Parc des expositions et des loisirs
Salon de l'habitat, de la construction, de la rénovation, de la décoration, de l'énergie nouvelle et des maisons bois.

IMMOBILIER EPARGNE & PATRIMOINE LA ROCHELLE

Du 17 au 19 février 2007
Espace Encan - LA ROCHELLE
Les meilleurs professionnels dans leur domaine, comparer les offres et savoir-faire, récolter conseils et adresses pour concrétiser tous les projets ou défiscaliser.

IMMOBILIER TOULOUSE MIDI-PYRENEES

Du 06 oct. au 08 oct. 2006
Parc des Expositions - TOULOUSE
Salon régional regroupant les professionnels de l'immobilier neuf et ancien: financements conseils, investissement immobilier, achat, transactions, gestion.

HABITAT SAINT-LÔ

Du 06 oct. au 08 oct. 2006
Parc des expositions - SAINT-LÔ
Salon regroupant tous les professionnels de l'habitat, de la construction en passant par le financement, l'aménagement intérieur et extérieur, l'isolation jusqu'à la décoration.

HABITAT TOURISME ET LOISIRS MONTPELLIER

Du 8 au 11 mars 2007
Parc des Expositions - MONTPELLIER
Habitat, meubles et salons, décoration, bricolage, piscine, jardin et tourisme.

IMMOBILIER RHÔNE ALPES

Du 9 au 11 mars 2007
Palais des Congrès - Lyon
Salon régional regroupant les professionnels de l'immobilier neuf et ancien financements conseils, investissement immobilier, achat, transactions, gestion.

IMMOBILIER BIARRITZ

Du 9 au 11 mars 2007
Espace Bellevue - Biarritz
Ce salon rassemble tous les acteurs du métier afin de répondre aux attentes et aux questions des particuliers présentant un projet immobilier.

MIPIM CANNES

Du 13 au 16 mars 2007
Palais des Festivals - CANNES
Le marché international de référence des professionnels de l'immobilier.

IMMOBILIER GRENOBLE

Du 16 au 18 mars 2007
Alpexpo - GRENOBLE
Constructeurs, promoteurs, organismes de financement, agents immobiliers.

HABITAT & IMMOBILIER CHALON SUR SAÔNE

Du 16 au 19 mars 2007
Parc des Expositions de Chalon
CHALON-SUR-SAÔNE
Habitat, immobilier, aménagement de la maison, décoration, nature et artistes.

HABITAT CHARTRES

Du 17 au 19 mars 2007
Chartres Expo - CHARTRES
Immobilier, constructeurs, promoteurs, amélioration intérieure et extérieure de l'habitat, décoration intérieure, paysagistes, énergie renouvelable et établissements financiers.

IMMOBILIER PARIS

Du 22 au 25 mars 2007
Palais des Congrès Porte Maillot
PARIS
Salon regroupant les professionnels de l'immobilier neuf et ancien pour la France entière : financements conseils, investissement immobilier, achat, transactions, gestion.

IMMO D'OR DIJON

Du 23 au 25 mars 2007
Congrexpo - Parc des Expositions
DIJON
Salon de l'immobilier de la Côte d'Or.

IMMOBILIER BORDEAUX

Du 30 mars au 1 avril 2007
Parc des Expositions - BORDEAUX
Acquisition, construction maison ou appartement, logement principal ou résidence secondaire, bien neuf ou ancien, habitation ou investissement locatif.

HABITAT COGNAC

Du 30 mars au 1 avril 2007
Espace 3000 - COGNAC
Salon de l'habitat.

Répertoire Annonceurs

SE LOGER 0 826 622 236 info-pub@pressimmo.com	2ème couv.	MBM 0 810 38 95 24 info@mbm-gestion.fr	P24
SOLVIMO 0 810 416 402	P05	COLDWELL BANKER 01 56 59 33 91 info@coldwellbanker.fr	P27
EXPLORIMMO 01 76 62 31 00 information@explorimmo.com	P07	DIRECT ANNONCES 01 45 72 92 00 contact@directannonces.com	P28
SACAPP 0 810 813 030 info@capim.fr	P09	GLOBAL VISION 01 56 360 360 contact@globalvision.fr	P29
INANDFI 01 34 57 20 05 contact@inandfi.fr	P11	LOGIQUE 01 45 92 88 50 logique@wanadoo.fr	P31
PERICLES 01 41 32 57 00 contact@pericles.fr	P12	WEBGENERY SOLUTIONS 0 820 309 054 info@webgenery.com	P33
ERIC MEY DEVELOPPEMENT 0 825 004 124 g.eymeric@eric-mey.com	P15	IMMO'FLASH 01 41 32 38 70 contact@immo-flash.com	P37
GUY HOQUET L'IMMOBILIER 0 811 740 024 accueilweb@guy-hoquet.com	P17	LA REGIE DU SALARIAT 04 70 32 58 94 contact@rsimmo.fr	P38
ERA IMMOBILIER 01 39 24 69 00 developpement@erafrance.com	P19	CBI 04 90 16 94 84 benoit.troubat@cbi-troubat.com	P38
PAGES JAUNES 0 810 136 136 servicepro@annoncesjaunes.fr	P21	VISIT ON LINE 0 805 965 792 info@explisite.com	3ème Couv.
AGENCE DES BATIGNOLLES 01 44 90 03 94	P23	FNAIM 0 820 87 6000	4ème Couv.

Répertoire Nos experts



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



Etienne Drouard, Avocat
Cabinet Gide Loyrette Nouel.
01 40 75 29 41 - drouard@gide.com

#12

Vous êtes spécialiste du monde de l'immobilier ?

Vous avez envie de réagir à un article ?

De partager vos analyses ?

D'exposer votre point de vue ?

Venez donc rejoindre le club des experts du Journal de l'Agence.

Ecrivez-nous au www.journaldelagence.com

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

Votre journal personnalisé d'annonces immobilières

LES AVANTAGES

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

LES POSSIBILITÉS

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

LA PROCÉDURE

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

01 41 32 38 70

contact@immo-flash.com

www.immo-flash.com

*immo*flash

Du bien à la page

Commerciaux sédentaires

DIRECTANNONCES, société au service d'agence immobilière leader sur son secteur recherche attaché(e)s commerciaux sédentaires. Démarches téléphoniques à partir de fichiers prospects, gestion de portefeuille client. Excellente ambiance de travail. Salaire motivant fixe + commissions.

Profil : indépendant, travailleur. Bonne maîtrise de l'informatique (Word, Excel, Internet)

Envoyer CV à :

amina.walter@directannonces.com

Guy Hoquet l'Immobilier recherche Négociateur(trice)

Profil : Vous possédez une véritable âme de commercial(e), vous avez un esprit d'équipe, un tempérament autonome, de l'ambition, de la combativité et du dynamisme.

Statut : salarié

Salaire de : rémunération basée sur un pourcentage du chiffre d'affaires réalisé avec un minimum garanti. Fourchette première année entre 20.000 et 35.000 Euros brut.

Type de contrat : CDI - **Type d'emploi** : temps plein

Nous vous invitons à déposer votre candidature et consulter les offres d'emploi via notre site www.guy-hoquet.com/emploi.htm

Numéro vert Recrutement : 0 800 676 906

Chef de Publicité (H/F) en CDI à Lyon

explorimmo.com, portail Immobilier sur internet, appartenant au groupe Adenclassifieds (Keljob, Cadremploi, Explorimmo...), recherche pour accompagner son développement, un chef de publicité à Marseille, à Toulouse et à Nantes. Au sein d'un groupe tel que le nôtre, votre différence sera une richesse. Elle vous permettra de créer votre propre voie dans des équipes où bonne humeur est conjuguée avec talent commercial.

Poste : Expliquer, conseiller et vendre des annonces et autres produits visibles sur le site auprès des professionnels situés des villes de Marseille, Toulouse, Nantes et leurs régions. Pour cela, vous travaillerez en étroite collaboration avec l'ensemble de l'équipe et développerez votre portefeuille de clients.

Profil : De formation supérieure, vous êtes attiré(e) par Internet et avez fait preuve à travers une première expérience commerciale, d'un sens développé du relationnel et du service client. Interlocuteur(trice) privilégié(e) des professionnels de l'immobilier, vous optimisez votre portefeuille de clients grâce à votre approche de conseil et de fidélisation.

Votre autonomie, votre réactivité ainsi que votre connaissance du web et votre maîtrise de l'informatique sont vos meilleurs atouts.

Le permis de conduire est indispensable.

Fixe + intéressement + voiture de fonction.

Merci d'adresser votre candidature (CV + lettre de motivation) sous les références

CDP_MARSEILLE / CDP_TOULOUSE / CDP_NANTES à :

Contact : Hélène SCHAUMAN-BRION

Adresse postale :

Adresse postale : 1-3 rue Lafayette - 75009 PARIS

E-mail : helene.schauman@adenclassifieds.com

C.B.I

Benoit TROUBAT

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

CBI TROUBAT

1, Place des Carmes - 84000 AVIGNON

Tél : 04.90.16.94.84

et/ou 06.11.46.34.92

Fax : 04.32.74.15.03

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

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

Mandataire pour Paris & région parisienne et régions au Nord de Nantes à Dijon :

Jean Cyriaque LE GOFF

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

A VOTRE SERVICE

La Régie du Salariat Immobilier
RS IMMO
Entreprise de travail à temps partagé
(loi de cohésion sociale du 2 août 2005)

Leader dans la gestion des ressources humaines en immobilier

La solution pour l'embauche de vos salariés et commerciaux

- Mise à disposition de négociateurs payés à la commission •
- Gestion administrative du personnel •
- Conseils et informations en matière de législation •
- Contrats CDI •

Enfin un partenariat conforme à la loi Hoguet et au code du travail !

LA RÉGIE DU SALARIAT IMMOBILIER
10 rue du Portugal - 03200 VICHY
Tel : 04 70 32 58 94 - Fax : 04 70 32 49 46
Email : contact@rsimmo.fr • Web : www.rsimmo.fr

RSImmo
Travaillez autrement



**Professionnels de l'immobilier,
publiez vos vidéos d'appartement
à volonté sur Internet.**

VIDÉOLIVE™ TECHNOLOGY

**Pas besoin d'être un as de l'informatique,
montez vos vidéos par internet simplement en 5 mn...**

1



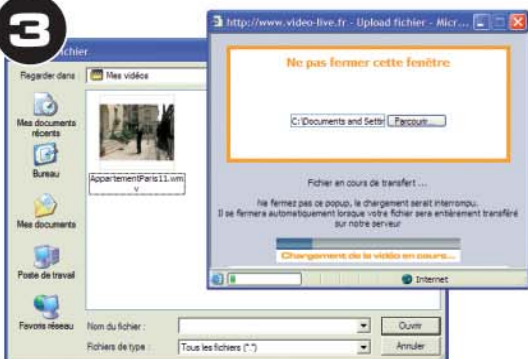
Filmez votre bien avec votre caméscope.

2



Branchez votre caméscope sur votre ordinateur.

3



Chargez votre vidéo sur VidéoLive™.

4



Récupérez le lien pour la publication sur internet.

**... et en plus vos vidéos sont visibles sur le site
leader de l'immobilier en vidéo : www.visiteOnline.fr**

Offre de lancement, 1 mois gratuit sans engagement

En retournant ce coupon à : VidéoLive Technology - Agence Expli'site - 8/10 passage Beslay - 75011 PARIS

Nom _____ Prénom _____

Nom de l'agence _____ Téléphone _____

Email _____

Ou en téléphonant au : **N° Azur 0 805 965 792** 5j/7 de 10h à 18h

Ou en vous connectant sur : **WWW.VIDEO-LIVE.FR**



GARANTIES, ASSURANCES, SERVICES

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

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

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

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



**FEDERATION NATIONALE
DE L'IMMOBILIER**



**CAISSE DE GARANTIE
DE L'IMMOBILIER**

ENTRE NOUS, L'IMMOBILIER A UN BEL AVENIR

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