

Le Journal de **l'Agence**

L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

N° 14

Dossier

Les réseaux immobiliers en toute franchise

Actualités

**Crédits d'impôts
sur les intérêts
d'emprunt**

Guide

**Les atouts
de la formation
en ligne**

SeLoger

COM

ImmoStreet

COM

**Rentrez de nouvelles affaires
avec le « Centre de Contacts » !**

**50 €
OFFERTS***

**>> Pour découvrir
le « Centre de Contacts »**



Fini le temps
perdu au téléphone !

Le « Centre de Contacts », c'est :

- ✓ un nouveau canal de prospection,
- ✓ mieux que la pige et le boîtage, avec des contacts préqualifiés par nos services,
- ✓ du temps gagné tous les jours,
- ✓ la possibilité de faire des allers-retours
(chaque fiche contact est livrée avec une liste d'acquéreurs potentiels).

**N'hésitez pas à essayer le « Centre de Contacts »
VOUS AVEZ TOUT A Y GAGNER !**

>> Pour mettre en place votre « Centre de Contacts », appelez le :

0826.620.122**

Ou rendez-vous sur : **www.selogerpro.com/cdc**

édito

Bien entendu, le nouveau crédit d'impôt pour encourager l'accession ne va pas faire de la France un pays de propriétaires. Mais quoiqu'en disent les plus sceptiques, la mise en œuvre par le nouveau président de la République, des promesses du candidat Sarkozy va forcément solvabiliser une partie de la clientèle. Le dispositif se traduirait ainsi par une augmentation de 3% à 4% du pouvoir d'achat immobilier. Et d'après les calculs de Michel Mouillart, professeur d'économie à l'université de Paris X Nanterre, il devrait faire se décider 20 000 à 25 000 ménages. De quoi doper le moral des professionnels. A l'heure où le marché émet des signes de ralentissement, nombre d'entre eux prennent conscience de la nécessité d'améliorer leur image et leurs services pour augmenter leur part de marché. Certains font le choix de s'appuyer sur un réseau. D'autres caressent le rêve de céder leur affaire à un mastodonte de la finance. Le moins qu'on puisse dire, c'est que l'irruption du Crédit Agricole, de BNP Paribas ou encore du Crédit Mutuel détonne dans un secteur où les milliers d'agences immobilières de petite taille sont en majorité indépendantes. Mais la révolution ne fait que commencer. Un acteur majeur de la distribution s'intéresserait aussi à l'immobilier... Notre dossier de couverture (lire page 15) vous permettra de valider votre stratégie en connaissance de cause, et sceller le cas échéant un contrat « win-win » avec votre interlocuteur. Dans tous les cas, n'hésitez pas à nous faire part de vos préoccupations dans l'exercice de vos responsabilités. Merci d'avance pour votre réactivité.

Bonne lecture

L'équipe du Journal de l'Agence

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

www.journaldelagence.com

Magazine diffusé auprès de 26500 professionnels de l'immobilier.



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

Sommaire



Dossier

> Les réseaux immobilier en toute franchise **p15**

Actualités p4

> Crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt.

Repères financiers p11

> Maîtriser la sophistication des prêts.

Dossier p15

> Les réseaux immobiliers en toute franchise.

Ressources humaines p26

> Connaître les atouts de la formation en ligne.

Administration de biens p30

> Tout savoir sur la GRL.

High Tech p32

> Téléphonie 3G. Rencontre de la 3ème génération.

Répertoire annonceurs p37

Répertoire nos experts p38

Crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt



Les professionnels et notamment la Fnaim se félicitent de la mise en application dès cet été de la déduction fiscale annoncée par le Président de la République Nicolas Sarkozy. Les acquéreurs d'un logement à usage d'habitation principale pourront bénéficier d'un

crédit d'impôt égal à 20% des intérêts d'emprunt payés sur les futurs emprunts ou sur ceux contractés à partir de 2002. Le montant du crédit d'impôt sera plafonné chaque année à 750 euros pour un célibataire et 1500 euros pour un couple, auxquels viendront s'ajouter 100 euros par personne à charge. La Fnaim est satisfaite de ce texte qui concerne tous les acquéreurs d'une résidence principale. En effet, elle avait milité en faveur de cet élargissement soutenant qu'une mesure limitée aux seuls primo-accédants n'aurait concerné que deux acquéreurs sur cinq et aurait pu être frein à la mobilité professionnelle et à la rotation du parc locatif privé. Quant au conseil supérieur du notariat, il insiste sur le fait que « les cinq premières années de remboursement d'un emprunt sont les plus lourdes pour les familles ».

Nominations



FNAIM

René Pallincourt a été réélu, le 1er juin 2007, président de la Fnaim pour un mandat de 5 ans non renouvelable. Il souhaite apporter au pouvoirs publics l'expertise économique, juridique et pratique de la Fnaim afin de contribuer à la mise en place de mesures équilibrées et pérennes dans le domaine du logement. Représentant 11 500 professionnels de l'immobilier et 100 000 collaborateurs, la Fnaim se positionne comme la première Fédération de l'immobilier en France.

CB RICHARD ELLIS VALUATION

Antoine Bertrand est devenu directeur d'Activités chez CB Richard Ellis Valuation, la filiale d'expertise et de conseil de la société immobilière CBRE.



BNP PARIBAS

Sylvie Lemaire vient d'être nommée directrice juridique de BNP Paribas immobilier en France et à l'international.

ORPI

Eric Roumet, 43 ans prend chez Socorpi la Direction du Réseau ORPI. La diversité de ses expériences dans l'immobilier (Catherine Mamet, Century 21 France) et dans le conseil (mix RH, Steria...) devrait lui permettre d'assumer les responsabilités qui lui sont confiées au niveau de quatre départements dont il prend la charge : formation, animation des G.I.E APCM (Audit et Conseil) et ESCOM (Développement Pédagogique)



Annoncesjaunes.fr fête son arrivée sur le marché des petites annonces.

Pas de doute, le groupe PagesJaunes peut se féliciter d'avoir investi le marché des petites annonces immobilières et automobiles. Cinq mois après le lancement d'annoncesjaunes.fr, les chiffres sont très encourageants : le site comptabilise déjà 4000 clients professionnels et une audience de 624 000 visiteurs uniques par mois. Pour fêter dignement ces débuts prometteurs, la filiale du groupe PagesJaunes n'a pas hésité à réunir 250 personnes, en mai dernier, au Musée des Arts Forain.

320 000 annonces sur ParuVendu.fr

ParuVendu

Suite à la refonte de la rubrique Immobilier de ParuVendu.fr en février dernier, le nombre d'annonces mises à jour quotidiennement sur le site est passé de 220 000 à 320 000. L'« espace professionnel » renforcé permet de gérer les annonces (valider, modifier, suspendre, rediffuser ses annonces en temps réel), et d'accéder à un contenu éditorial dédié. Il offre par ailleurs la possibilité de contacter directement les internautes en recherche active de biens. *Erratum : une erreur s'est glissée sur le JDA N°13, le tarif affiché est annuel et non mensuel.*

Avec L'ADRESSE, faites grandir vos projets dans l'immobilier.

L'ADRESSE, c'est le choix :

- Du plus jeune des grands réseaux
- De l'image et des services de la FNAIM
- D'un réseau coopératif : tous les services à prix coûtant !
- D'un marketing exclusif (Bilan Technique Immobilier®, Excel'ADRESSE®, Valoris'ADRESSE®) et d'une communication puissante
- D'une équipe de vrais professionnels de l'immobilier à vos côtés : conseil, assistance, etc.
- De tous les métiers de l'immobilier : transaction, location, gestion, immobilier professionnel, syndic, défiscalisation et expertise



- D'une philosophie de travail : Efficacité et Humanisme
- D'un réseau de plus de 360 agences de proximité en France

Candidat à la création d'une agence, bénéficiez du **Plan FACIL'ADRESSE**, un programme complet pour la réussite de votre projet d'entreprise.


L'ADRESSE
— Un Conseil Immobilier à vos Côtés —

Renseignements au **01 64 53 83 83**
➤ Service Expansion
ou par e-mail : expansion@ladresse.com

www.ladresse.com



Coupon-réponse à nous renvoyer à :

L'ADRESSE - 8, rue du Saule Trapu - Le Moulin - 91300 MASSY

Mme Mr

Nom Prénom

Adresse

Téléphone e-mail

Je souhaite participer à la prochaine "Journée d'Information Créateurs"

Je souhaite recevoir le **Dossier de Présentation** du réseau L'ADRESSE



Clameur s'enrichit !

Michel MOUILLART, Professeur d'Economie à l'Université de Paris X-Nanterre, et directeur scientifique de Clameur renforce cet observatoire des loyers.

Jusqu'à présent, l'observatoire CLAMEUR (Connaître les Loyers et Analyser les Marchés sur les Espaces Urbains et Ruraux) proposait un tableau de bord des marchés indiquant notamment les loyers des relocations et des locations nouvelles. La richesse des informations mises à disposition par ses partenaires et la connaissance précise des baux signés en amont de chacune des 125 000 références locatives nouvelles venant alimenter CLAMEUR chaque année (ce qui représente 1 bail nouveau sur 13 France entière, même plus de 1 bail sur 10 à Bordeaux, à Grenoble, à Lyon, à Nantes, à Paris, à Rennes, à Strasbourg ...) permet d'avancer dans la qualité de l'analyse. Désormais, CLAMEUR propose aux partenaires qui ont accepté de mettre en commun leur références locatives un outil de connaissance des références disponibles : pour chaque zone géographique actuellement identifiée par un code postal (le codage INSEE viendra enrichir la démarche dans quelques mois), par type et taille de logement, selon la nature des grands équipements disponibles dans l'immeuble, tout utilisateur du dispositif peut accéder à l'ensemble des références locatives disponibles clairement identifiées au niveau du bail. Dans une première étape, ce sont plus de 100 000 références individuelles qui sont maintenant en ligne, France entière. Le dispositif développé par Périclès représente ainsi le « niveau 4 » de CLAMEUR. www.clameur.fr

Pro-A-Part et Le Parisien renforcent leurs liens

Le site de professionnel à particulier Pro-a-part.com poursuit sa politique de développement. Ce portail immobilier, (3.000 agences partenaires, 200.000 annonces et + de 500.000 visites par mois) multiplie ses partenariats. Ses annonces immobilières sont désormais visibles sur le site du Parisien. « Notre stratégie consiste à proposer aux professionnels de l'immobilier l'opportunité de diffuser leurs annonces d'une manière très large. Les partenariats mis en place sont La vie Financière (www.lavieimmo.com), Benchmark (www.linternaute.com) et Le Parisien (www.leparisien.fr). » déclare Philippe Fontaine, Président de Pro A Part.

Ce que les réseaux pensent du rapport de la DGCCRF

L'article publié dans le dernier numéro du Journal de l'Agence sur la nécessité de maîtriser les réglementations qui s'impose à la profession, suite notamment à la multiplication des contrôles de la direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) n'a pas laissé les professionnels indifférents. Pour eux la solution, c'est l'audit.

● Jean LAVAUPOT

Directeur Exécutif ERA France



« Il y a encore trop de gens qui opèrent sans carte professionnelle, nous insistons auprès de nos franchisés pour qu'ils soient très vigilants en matière de communication et de publicité. Les journées VISA (visite individuelle service agence) nous permettent de dérouler un audit en **92 points de contrôles**, portant entre autre sur la bonne information des consommateurs, et notamment sur les affichages obligatoires dans les locaux et dans les publicités. »

● **Richard LOURDAIS** responsable de l'animation du réseau Avis Immobilier.



« C'est une bonne chose, que l'administration fasse ce type de contrôle, cela permettra aux consommateurs de distinguer les agents immobiliers qui s'efforcent de travailler proprement. Chez Avis immobilier, nous réalisons ponctuellement **un audit** dans chaque agence afin de vérifier le respect des procédures préconisées, mais également la bonne application des réglementations en matière d'affichage des prix, et de publicité. »

Pour recruter des mandats vendre ou louer un bien, ParuVendu, la clef de vos contacts 100% efficace.

ParuVendu n°1 de la Presse Gratuite d'Annonces.

Un réseau de **280 éditions locales**, 15 millions de lecteurs chaque semaine⁽¹⁾.

Le site **www.paruvendu.fr**, 52 millions de visites en 2006⁽²⁾
20 000 annonceurs professionnels de l'immobilier
plus de 1 200 000 internautes inscrits aux services ParuVendu.fr

**NOUVEAU : découvrez sur ParuVendu.fr
la nouvelle chaîne Immobilière.**



ParuVendu
www.paruvendu.fr

Contactez-nous au : **0 810 155 810**
(coût d'un appel local)

**ATTENTION
100%
EFFICACE**

Créé par Yvette BEDIN, diplômée d'études supérieures, option droit notarial, le réseau CABINET BEDIN IMMOBILIER a aujourd'hui 30 ans et se situe parmi les leaders en France en transactions immobilières.

Il se caractérise par une image forte, un concept et un positionnement haut de gamme.

De par sa structure, il peut se comparer aux plus grands réseaux de Franchise : la direction se compose d'un juriste de formation droit notarial, un service développement et animation, de deux ingénieurs informaticiens qui améliorent, jour après jour, le logiciel interne, un ingénieur qualitatif qui contrôle toute l'application des procédures, un responsable de la communication qui rédige - en outre - un journal interne, un gestionnaire de ressources humaines, un infographiste spécialiste de l'image, une assistante commerciale pour l'accueil de la clientèle anglaise.

LES 6 PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DIFFÉRENCIANTS

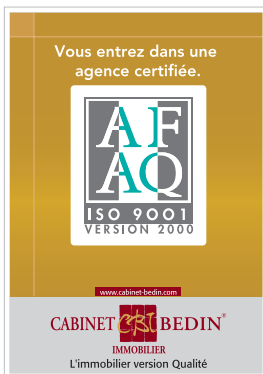
LE SAVOIR-FAIRE DU DÉVELOPPEMENT EN SUCCURSALES



Depuis trente ans, le réseau CABINET BEDIN IMMOBILIER s'est développé en succursales et a prouvé son leadership avec ses 43 agences en Aquitaine (2ème réseau français).

Le développement est désormais national et c'est à Courbevoie (92), considéré comme le « 21ème arrondissement » de Paris - de par la proximité du quartier d'affaires de la

Défense- que le réseau CABINET BEDIN IMMOBILIER a décidé d'implanter sa première agence succursaliste (44ème du réseau) en région parisienne. Située dans le centre de la ville et à l'immédiate proximité de La Garenne Colombes, elle est la « tête de pont » du développement en Ile de France.



LA DÉMARCHÉ QUALITÉ AVEC LA CERTIFICATION ISO 9001

A ce jour, le CABINET BEDIN IMMOBILIER est le premier réseau d'agences immobilières (activité transaction) à être certifié ISO 9001 Version 2000 par l'AFAQ (norme internationale) sur 35 sites en Aquitaine. Avant fin 2007, l'ensemble des agences du réseau devrait être certifié ainsi que le service Administration de Biens. La démarche qualité, relative à la relation « franchiséur-franchisé », est en projet avancé.

UN SITE INTERNET www.cabinet-bedin.com

Dynamique, convivial, en constante évolution, avec une visibilité et un référencement optimisés, de nombreux outils disponibles (recherches multi-critères, alerte mail, cartographie, visites virtuelles). La fréquentation du site génère de plus en plus de contacts : + 22 000 visiteurs / mois.

L'UNIVERSITÉ D'ENTREPRISE



L'Université d'Entreprise CABINET BEDIN IMMOBILIER, est une première dans le secteur de l'Immobilier : c'est le transfert du savoir qui passe par les négociateurs de l'entreprise, capital humain le plus précieux puisqu'il est sa valeur ajoutée.

A ce jour, seuls de grands groupes, dans des secteurs d'activité tels que la grande distribution, le BTP, l'informatique, etc., ont réellement développé leur Université d'Entreprise.

Le réseau CABINET BEDIN IMMOBILIER est donc totalement « pionnier » dans ce domaine puisque pratiquement aucune PME a mis en place ce concept au plan national.

UN RÉEL FICHER COMMUN GRÂCE AU LOGICIEL INTERNE

Un logiciel informatique « spécifique transaction » a été développé par Yvette BEDIN assistée de deux ingénieurs informaticiens. Ce logiciel interne (comportant plusieurs centaines de programmes) est un « coussin » pour tout agent immobilier. En effet, chaque négociateur, avec un code qui lui est propre, accède à l'ensemble de ses activités ainsi qu'à tout le suivi commercial de ses actions. Le dirigeant de l'agence possède de véritables tableaux de bord de management et de suivi d'activité. Le client - vendeur ou acquéreur- peut, grâce à un code d'accès extranet, suivre en temps réel la « vie » de son bien (publicité, visites, enquête de satisfaction, etc) ainsi que le suivi de son dossier jusqu'à la signature.

UNE COMMUNICATION INNOVANTE ET DE QUALITÉ

Un Guide édité deux fois par an, composé de 192 pages, présentant une sélection de nos meilleures affaires. Une stratégie de Communication avec les plus grands supports nationaux ainsi qu'un partenariat avec les plus grands portails de l'immobilier.



QUELQUES TÉMOIGNAGES DE NOTRE UNIVERSITÉ D'ENTREPRISE



Pierre ROBIN, formateur : « J'ai formé plusieurs groupes d'anciens et de nouveaux négociateurs sur les thèmes de la prospection et de la gestion portefeuille clients. Les formations fonctionnent dans le cadre d'un échange constant et permanent avec les participants. Au plan personnel, c'est une expérience très enrichissante ».



Bouchra DULUX, formateur : « Je fais de la formation phoning depuis près de trois ans et également « la visite efficace » dont le but est d'apprendre à conclure avec le client suite à une visite. Je vis ces formations comme un échange formidable; ce qui est très gratifiant, c'est que les nouveaux m'appellent dès qu'ils ont eu leur premier rendez-vous en phoning. Tout cela m'apporte de la force, une meilleure connaissance de moi et des autres ».



Liliane PEREIRA, formateur. Témoignage d'une négociatrice « je me suis rendue compte de ma «faiblesse» en rentrée de mandats exclusifs. J'ai donc décidé de suivre une formation adéquate avec Liliane Pereira; j'ai réalisé quatre mandats exclusifs rapidement. Cette formation m'a permis de lever les verrous que l'on s'impose quand on n'est pas convaincue du bien-fondé des choses. Quelle que soit la formation choisie, elle vous apporte une autre vision des choses, des échanges et du dialogue. D'une faiblesse, on peut faire une force »

BEDIN IMMOBILIER ?

AFFICHE SA DIFFERENCE

LE RESEAU CABINET BEDIN IMMOBILIER ET LA FRANCHISE

Le réseau CABINET BEDIN IMMOBILIER, fort d'un savoir-faire de 30 ans - en tant qu'agent immobilier ayant développé le concept du succursalisme - propose aux candidats à la franchise de rejoindre son enseigne.

L'enseigne apporte une expérience et des outils particulièrement innovants pour le monde des agences immobilières.



Nos méthodes qui donnent des résultats assez impressionnants ont pu bénéficier la première franchisée du réseau, Sophie BOURTAYRE, à Soustons,

dans les Landes. En appliquant notre savoir-faire, notre franchisée s'est très vite positionnée parmi les leaders sur son marché.

Le réseau **CABINET BEDIN IMMOBILIER** est fier d'avoir une première franchisée avec un tel talent !

INTERVIEW d'Yvette BEDIN,

par Yves SASSI
fondateur de l'Observatoire de la Franchise
www.observatoiredefracnchise.fr

Yves SASSI : Qu'apportez-vous à des franchisés, sur ce marché de l'immobilier qui compte déjà de nombreux réseaux, dont certains sont très fortement implantés ?



Yvette BEDIN : Le principal élément différenciant est notre démarche Qualité. Nous avons 35 agences certifiées et l'ensemble du réseau le sera fin 2007. Mais ce qui est aussi important, c'est de leur faire bénéficier de notre expérience de succursaliste et de leur permettre ainsi de devenir de véritables chefs d'entreprise en ouvrant des succursales, comme nous l'avons fait nous-même.

Y.S. : Pourquoi avez-vous lancé cette procédure de certification ? Quel est son intérêt ?

Y.B. : Je me suis rendue compte que notre savoir-faire était surtout oral. Les techniques que nous avons adoptées pour dynamiser nos agences me semblaient claires, mais lors de discussions avec nos collaborateurs, je me rendais compte qu'il était nécessaire de mieux formaliser nos méthodes, afin qu'elles soient non seulement pleinement acceptées, mais aussi appliquées. En m'entretenant avec un ingénieur Qualité, il m'a expliqué qu'il était nécessaire de décrire le savoir faire pour qu'il soit respecté.

La formalisation est très intéressante à réaliser. A chaque étape, il faut se demander pourquoi telle ou telle procédure est mise en place et des progrès sont faits tout au long de ce travail.

Depuis, des outils informatiques très performants ont été mis en place. Ils permettent de tracer toutes les opérations réalisées, depuis le premier contact du client, jusqu'à la finalisation de la vente. Nous pouvons

ainsi, à tout moment suivre les opérations et éventuellement déceler une erreur ou un manque de suivi. Et surtout, expliquer pourquoi les résultats d'une agence ne sont pas satisfaisants.

Tout ceci nous a demandé environ un an et demi de travail, pour remettre à plat toutes les étapes de notre travail.

Y.S. : Avez-vous constaté, depuis cette mise en place, des résultats concrets ?

Y.B. : C'est très clair. Toutes les agences certifiées ont obtenu une augmentation de leur chiffre d'affaires, allant jusqu'à 42 %. D'autre part, les collaborateurs ont une meilleure vision de l'ensemble de l'entreprise et ont parfaitement accepté, puis intégré les procédures, parce que cela leur a été expliqué. Ils ont participé à sa mise en place et ont parfaitement compris l'intérêt de la chose.

Lors du travail de mise en place, on explique à chacun les méthodes, les moyens mis en œuvres, les objectifs et les délais pour les obtenir. Cette prise en charge fait partie du processus et je vous assure que tous les salariés de l'entreprise sont motivés pour le respect des procédures.

Les procédures mises en place montrent de façon très claire les raisons des échecs. Souvent, lors d'un échec, ou de mauvais résultats, les personnes mettent en cause le marché, l'environnement ou tout élément impondérable. En fait, l'analyse montre que c'est, en réalité, le non respect d'une procédure qui est en cause. Aujourd'hui, toute l'équipe est concernée et les résultats parlent d'eux même.

J'ajoute que cette rigueur, dans un métier qui paraît facile, porte ses fruits. Tout ceci a été mis en place pour l'entreprise, mais également dans le but d'apporter des outils de premier ordre à nos franchisés. C'est à mon sens, un atout exceptionnel, pour un franchisé, d'entrer dans un réseau qui a, à ce point, formalisé son savoir-faire et les procédures d'exploitation.

Vous savez, trop de personnes estiment que réussir est fondé essentiellement sur le talent. La profession serait donc réservée à des hommes ou des femmes d'exception ! Je suis convaincue qu'avec ces méthodes, nous donnons la possibilité à des personnes motivées de très bien réussir.

Y.S. : Une fois la certification obtenue, que se passe-t-il ?

Y.B. : Chaque année, des auditeurs AFAQ viennent faire un audit. J'avoue qu'ils ne plaisaient pas... nous avons tous très peur de ces contrôles, parce que tout manquement risque de nous faire perdre la certification. Pour que tout se passe bien et que les procédures soient respectées, nous avons engagé un ingénieur qualité et une assistante qualité.

Je voudrais également ajouter que ce travail nous a apporté énormément, notamment une réelle culture d'entreprise.

Y.S. : Vous avez également mis en place une « Université ». Expliquez nous en quoi cela consiste

Y.B. : Depuis plusieurs années, nous utilisons les prestations de sociétés extérieures pour former et accompagner nos collaborateurs. Mais ces derniers trouvaient que les stages ne répondaient pas à leurs attentes et considéraient que leurs formateurs ne connaissaient pas le terrain et par conséquent que leurs pré-

conisations n'étaient pas toujours applicables.

En septembre 2004, nous avons créé notre Université d'entreprise, cela nous a demandé un important travail de préparation.

Trois pôles ont été mis en place :

- Evaluation à 360°
- Formation
- Recherche et développement

Concernant l'Evaluation à 360°, il s'agit, dans un premier temps d'évaluer chaque collaborateur. Des questionnaires ont été constitués sur chaque fonction, auxquelles chacun doit répondre le plus sincèrement possible. Par exemple dans celui concernant les assistantes, il y a une question qui est : « Suis-je souriante ? ». Chacun répond donc à ces questions, puis les fiches sont transmises aux autres collaborateurs qui valident ou non les réponses. Même principe pour les managers, naturellement. Cela conduit à réaliser une évaluation de l'ensemble du groupe et chaque point faible doit donner lieu à un engagement pour son amélioration. Naturellement nous devons avoir l'accord de tous les participants ! Mais après avoir expliqué les méthodes, les objectifs, tous les collaborateurs ont joué le jeu.

Pour ce qui est du deuxième pôle, la Formation, l'expérience des formateurs extérieurs étant un échec, j'ai demandé aux négociateurs de se transformer, en formateurs. Ils ont donc été formés à leur tour pour accomplir cette tâche. Et imaginez bien que pour faire travailler 150 commerciaux sur le sujet, il faut une réelle adhésion. C'est ce que nous avons obtenu et je dois dire, après quelques mois de mise en œuvre, que nos résultats sont à la hauteur de nos espérances. Les négociateurs sont ravis, puisque leur travail rend leurs équipes plus performantes et donc, la cohésion des équipes et les résultats sont très positifs.

Enfin, la troisième partie concerne la Recherche et Développement. Il s'agit de déterminer les points faibles de l'entreprise et de trouver des solutions pour y remédier. Ce sont les salariés qui forment des groupes de réflexion (appelés « commissions » et animées par un référent) sur un thème déterminé. Plusieurs sujets ont déjà été abordés : « Etre plus performant, Promotion du Mandat exclusif, Recoupement Acquéreur, Communiquer autrement, Notre système qualité au service de la performance commerciale, Clientèle anglaise - etc. ».

Des solutions sont ensuite suggérées et appliquées sur le terrain.

La « R&D » est vraiment un des outils du changement et de l'innovation de l'entreprise.

Fort de notre savoir-faire, nous pensons pouvoir apporter à tout candidat à la Franchise, tous les moyens pour réussir.

REJOIGNEZ LE RESEAU CABINET BEDIN IMMOBILIER !

Contacts Franchise

Fabien DONNAT
Développeur

Maria CANARIAS
Assistante Commerciale

Tél.: 05 56 47 47 16

Tél.: 05 56 47 40 41



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



Maîtriser la sophistication des prêts

Pour mieux couvrir l'ensemble besoins des emprunteurs, les crédits immobiliers deviennent des produits de plus en plus techniques. Ce qu'il faut savoir pour maîtriser la donne.

La toute dernière hausse du principal taux directeur de la Banque Centrale Européenne, porté à 4%, en dehors de toute polémique sur la justification de ce resserrement monétaire, va encore accentuer la concurrence entre les principaux acteurs du marché des crédits. La situation actuelle d'inversion de la courbe des taux confèrait déjà une souplesse supplémentaire, mais temporaire, aux établissements de crédits. Cette nécessité d'originalité et de créativité dans les produits de crédit n'est pas nouvelle mais connaît une intensification vitale pour les prêteurs non adossés à des réseaux de collecte d'épargne.

La spécificité du taux fixe en France

C'est une véritable originalité dans le milieu financier. En effet, plus de 80% des crédits immobiliers pour l'accession à la résidence principale sont encore contractés avec des taux fixes, et près de 60% de l'ensemble des crédits immobiliers (financement des investissements locatifs compris) également. Ces chiffres sont à comparer aux crédits long terme consentis aux entreprises qui sont très majoritairement (notamment dans les volumes auprès des moyennes et grandes entreprises) indexés sur des conditions de marché,

ou encore sur les crédits dits court terme (découverts, crédits permanents...) tous liés aux variations des taux de marché. De la sorte, la France semble avoir conservé des mécanismes de protection du crédit habituellement rencontrés dans les pays en voie de libéralisation, ou dans ceux qui mettent en place un système bancaire organisé. Or, notre système bancaire et financier passe pour l'un des plus sûrs, si ce n'est le plus sûr, et notre pays ne présente pas, à mon modeste avis, les signes d'un pays qui sort du tiers-mondisme économique. D'où peut donc provenir cette persistance de l'usage du taux fixe, abandonné depuis longtemps par nos voisins européens et par les anglo-saxons ?

Tout d'abord, les français ont vécu des décennies avec un retrait naturel, voire une frilosité face au crédit. Dans ces conditions, les Banques, pour s'assurer une fidélité ou pour conquérir une clientèle visée, ont consenties sans cesse des offres alliant à la fois agressivité commerciale et assurance. L'explosion récente, sous le joug d'une nouvelle génération de consommateurs plus dynamique dans le recours à l'endettement, de la part des crédits dans le revenus des ménages (entre 60 et 62% selon les cabinets spécialisés, contre moins de 48% il y a encore cinq ans), la baisse du taux d'épargne, passé de presque 17% à moins de 14% en 2006, et la flambée des prix de l'immobilier, sont des facteurs qui obligent à modifier les comportements

globaux face au crédit.

Une autre raison réside dans une concurrence entre les banques certes présente depuis longtemps, mais pas aussi exacerbée que ces derniers mois. Les enjeux de part de marché, les rapprochements entre établissements financiers mais aussi la naissance par croissance externe de mastodontes financiers, le retour timide mais certain, de banques étrangères, et surtout la course à la rentabilité, font changer l'attitude des banques également.

Enfin, et dans le même esprit, les différences de traitement par les Pouvoirs Publics entre établissements s'est presque complètement estompée. Il n'y a pas si longtemps encore, les organes de tutelle ou l'Etat, lors des nationalisations, puis des privatisations partielles par exemple, intervenaient sans dissimulation dans la gestion des établissements financiers. La Caisse des Dépôts, sous couvert de participer à la construction sociale, se voyait allouer un traitement accommodant quant à l'analyse de sa rentabilité sur les crédits consentis et sur ses encours. On a créé des structures de defaillance pour soulager des établissements comptablement en banqueroute, et pour leur permettre de revenir dans le marché. On a permis, quand on n'a pas favorisé, le rapprochement d'établissements modestes entre eux ou au sein de groupes importants, en fermant les yeux sur des encours contentieux ou sur des campagnes commerciales en situation

avérée de dumping. Même Jean-Claude Trichet, actuel patron de la Banque centrale Européenne, avait, du temps où il occupait les fonctions de Gouverneur de la banque de France, émis une circulaire générale auprès des banquiers pour leur demander de ne pas vendre à perte leurs enveloppes de crédits. Qui s'en souvient encore, hormis les banquiers eux-mêmes, qui doivent bien rire de cette tentative d'ingérence de leur autorité de tutelle ? Ne parlons pas de l'inéquité dans la distribution du livret A en contrepartie du soutien du réseau des Caisses d'Epargne, de la permissivité dans la distribution de prêts complémentaires aux crédits épargne logement à la Poste, d'une plus grande sévérité des contrôles auprès d'établissements, mutualistes par exemple, qui, du fait de leur statut, ne permettaient pas un dictat de leur ligne de conduite, de la grande souplesse d'esprit à l'égard du Crédit Lyonnais dans la gestion de sa crise et des offres commerciales présentées pour tenter de récupérer une clientèle en plein envol, des caisses de Crédit Municipal en totale déconfiture... Non, décidément, toutes les Banques n'étaient pas, et ne sont quelquefois pas encore, traitées de la même façon. Mais les choses changent, sous l'avènement des concentrations financières internationales, et sous l'emprise de nouvelles règles prudentielles.

Quel avenir pour le produit « prêt immobilier » ?

Tout d'abord, comme nous l'avons déjà expliqué, et comme tout un chacun se rend compte, le poids des emprunts immobiliers dans l'endettement global des ménages, du fait de la cisaille prix du foncier / plafonnement des revenus conjugué à une inflation quasi constante, ne permet plus d'emprunter sur des durées connues jusque ces dernières années. La durée moyenne des crédits immobiliers contractés est passée de 14 à 17 ans en cinq ans, et sur les dernières statistiques, ressort à près de 21 ans, avec presque 20% des prêts consentis en 2006 sur 25 ou 30 ans. L'arrivée de produits sur 35 ans (UCB), voire 40 ans (Crédit Foncier, Crédit Immobilier de France), ou encore 50 ans (Kutxa Banque sous certaines conditions, notamment d'âge en fin de crédit), ne permet plus de traiter ces demandes sur des taux fixes. Par ailleurs, la réglementation internationale bancaire, dite circulaire Bâle II, oblige les banquiers à provisionner leur risque de transformation, c'est à dire la différence entre le taux fixe vendu aux clients, et le risque supporté par le niveau de taux des marchés financiers. Le réseau BNP Paribas qui a consenti au cours du 2ème semestre 2006 des taux à 30 ans à des

conditions tirées, porte depuis le début de l'année 2007 des encours de crédits qui lui coûtent, avec la hausse constatée des taux depuis, chaque jour de l'argent. Certes, les établissements concernés peuvent se targuer de disposer de ressources non rémunérées du fait des dépôts de leurs clients, n'empêche que les encours plombent les bilans bancaires et qu'il va bien falloir un jour que ça ressorte ! Toujours au travers de cette directive, les banques ont désormais obligation de coter chacun de leurs clients. Il s'agit d'une note d'appréciation du risque en fonction de nombreux critères (antériorité, flux confiés, patrimoine global, confié ou disponible, incidents de fonctionnement, ponctualité des remboursements...). Cette cote va définir la marge de négociation commerciale que la banque définira dans sa stratégie de tarification, et surtout dans les crédits consentis. Bons profils, bons payeurs = bonnes conditions !

A ce jour, les banques bénéficient d'un sursis car l'inversion constatée de la courbe des taux permet des refinancements, ou des achats de contreparties, sur d'autres indices que les taux du marché monétaire, tout en réalisant au passage des profits. En effet, les taux du marché obligataire sont chahutés aussi depuis quelques semaines, mais malgré tout moins que l'Euribor qui se cale sur les taux directeurs de la BCE. Du coup, les banques poursuivent leur action de conquête auprès d'une nouvelle clientèle en se donnant des marges de négociation commerciale larges. Ce n'est pas du tout le cas des organismes financiers spécialisés qui encaissent de plein fouet la hausse du marché. Le Crédit Foncier, le CIF et sa filiale BPI, UCB, les filiales spécialisées des groupes BNP (BNP Invest Immo), Crédit Mutuel (BPE) et Caisses d'Epargne (Banque Palatine) se tirent les cheveux pour essayer de rester compétitifs malgré des taux révisables identiques voire parfois



supérieurs aux taux fixes des Banques de réseau. Cette situation d'inversion ne devrait pas se pérenniser. D'une part parce qu'elle est économiquement une aberration; d'autre part parce qu'elle ne traduit pas la confiance générale dans la santé économique et sociale de l'Europe. L'avenir devrait donc être aux taux de marché, variables ou révisables, modulables, conditionnables, optionnables... Bref, l'allongement de la dette dans la vie des ménages, son poids plus important, le recours quasi incontournable au crédit, devrait s'accompagner d'une prise en main de la gestion de leurs dettes par les emprunteurs.

La créativité va devenir incontournable

L'emprunteur va devoir gérer sa dette sur une bonne partie de sa vie. Cela signifie que le poids de sa dette va nécessiter de sa part une vraie gestion. Sans aller jusqu'au crédit « interest only » anglo-saxons (sorte de découvert permanent), il est évident que la souplesse sera le maître mot des offres à venir. Les crédits devront permettre le changement de bien immobilier (revente pour mutation professionnelle, divorce, ou pour achat d'un autre bien), l'aménagement des remboursements en fonction des accidents de la vie (perte ou changement d'emploi, modification du type de rémunération, baisse du revenu global du foyer, affectation à d'autres investissements...), ou au contraire des évolutions de carrière (remboursements anticipés partiels). Déjà les options de modulation existent et sont proposées par certaines banques, mais elles sont encadrées et ne permettent que des options annuelles progressives. La gestion du coût, donc du taux, sera aussi une donnée fondamentale puisque les encours porteront sur des durées de 40 à 50 ans, comme le permet la réforme sur les sûretés réelles, et seront en taux révisables. Là aussi, des banques, à ce jour exclusivement étrangères, proposent de figer les conditions par périodes de 5 ans (GE Money Bank, Kutxa banque, Micos Banca), sans, comme c'est le cas pour les banques nationales, n'avoir cette option qu'une seule fois et transformer le taux révisable en taux fixe. Car si les taux remontent depuis un peu plus d'un an, rien ne permet de juger ce qu'ils seront dans 50 ans. Qui aurait parié sur des taux à 2,50% comme ceux connus fin 2005 tandis que nous étions dans les années 80 ? Le crédit va enfin devenir un service de notre vie quotidienne et non plus un acte réservé à un investissement important.

Bruno Rouleau, directeur de la formation et des partenariat In&Fi

visiteONLINE.FR

N°1 DE L'IMMOBILIER EN VIDÉO

présente

l'intégrale vidéo, la solution vidéo pour tous vos biens.

VideoLive,
réalisez vos vidéos
d'appartement à volonté



4 vidéos réalisées
par des
professionnels



6 vidéos visibles sur les
principaux portails
immobiliers

+ de **18** portails
+ de **2.000.000**
de visites (Médiamétrie 2006)

= 99€_{HT}/mois

www.video-live.fr,
bon pour 1 mois d'essai gratuit

Nom _____

Prénom _____

Nom de l'agence _____

Téléphone _____

Email _____

Ou en téléphonant au :  N° Azur **0 805 965 792**

5j/7 de 10h à 18h



Ne pas affranchir

Explosite
Libre réponse 78057
75533 Paris Cedex 11

VisiteOnline est partenaire de :



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

Les réseaux immobiliers en toute franchise

La tendance est à la concentration dans le paysage immobilier français. Les banques et leurs réseaux rachètent à grande échelle des agences tandis que se créent de nouvelles enseignes de commercialisation de biens. Résultat : les offres de franchise, de licence de marque et de réseaux corporatistes se multiplient. Ce qu'il faut savoir pour tirer son épingle du jeu dans ce contexte.

Rester indépendant ou céder aux sirènes en vendant son agence, telle est la question cruciale que se posent de plus en plus de professionnels. Pour la grande majorité de ceux que nous avons interrogés, le choix ne relève pas seulement d'une décision objective. Si les critères financiers, techniques, juridiques ou commerciaux de chacune des solutions entrent évidemment en ligne de compte, la décision repose pour une grande part sur l'adéquation entre le mode de fonctionnement choisi et la personnalité du manager.

Peut-on encore travailler de façon isolée ?

Sur les 33800 agences recensées par l'INSEE (Les services en France, édition 2006) seulement 15% appartiennent à un réseau et réalisent un quart des transactions du secteur. La grande majorité farouchement attachée à son indépendance et à son autonomie fonctionne en solo et emploie moins de 3 personnes.

« L'activité immobilière reste un marché de proximité qui fonctionne à l'échelle

d'un quartier. Peu importe que l'agence soit filiale d'une banque, adhérente à un réseau de franchise ou pas », estime Alain Duffoux, président du syndicat national des professionnels de l'immobilier (SNPI). Ce qui compte pour les professionnels que nous avons rencontré, c'est l'impact positif de leur notoriété auprès des clients de l'agence – acheteurs ou vendeurs. Or, disent-ils, la notoriété d'un réseau repose sur celle de ses membres. « Si on est utopiste, on imagine que toutes les personnes qui adhèrent à un réseau vont respecter les règles. Or, ce n'est pas le cas. On peut gagner ou perdre à partager son image », estime Francis Pereira de Brisac Immobilier dans les Yvelines.

Un second argument souvent invoqué est l'aspect relationnel et la nécessité d'un travail de fond pour fidéliser les clients. « Le premier fond de commerce est constitué par des clients qui ont acheté une propriété et qui nous adressent leurs amis. Nous privilégions les démarches de qualité et la dimension relationnelle. Ce qui n'est pas toujours compatible avec l'important turn over des collaborateurs des réseaux », affirme Jean-Claude Darnis, directeur d'un réseau d'agences dans la région de Saint Tropez.

D'autre part, la plupart des agents qui se sont établis en indépendants n'en sont souvent pas à leur première expérience,

ils ont souvent eu une pratique antérieure du management.

Dans tous les cas l'indépendance ne signifie pas amateurisme. « Le négociateur doit avoir des notions d'urbanisme, de droit et de fiscalité. C'est au parton d'imprimer une volonté et d'être le conseil reconnu », insiste Jean-Claude Darnis. Nombre d'agents indépendants se reposent sur les offres de la FNAIM pour former leurs collaborateurs. Pour Francis Pereira, la FNAIM, est un label précieux pour ses outils remis à jour en permanence en fonction de l'évolution de la législation.

Faut-il rejoindre un réseau pour passer à la vitesse supérieure ?

L'adhésion est souvent motivée par l'appropriation du savoir-faire du franchiseur. En effet, les agents qui fonctionnent en réseau ont le sentiment d'appartenir à une même communauté, à une équipe confrontée aux mêmes objectifs et aux mêmes difficultés. La mise en commun permet à chacun de bénéficier de l'expérience de tous. La question du

savoir-faire est particulièrement sensible pour les personnes qui débutent dans la profession. « Le franchiseur s'engage à nous faire profiter de tout ce qui existe sur le territoire et qui est pertinent. Il concentre le savoir faire local et le partage comme au sein d'une grande famille, » se félicite Jean-François Granier, agent Century 21, qui a décidé de rejoindre le réseau en 1993 après 13 ans d'exercice du métier en indépendant.

Pour les agents qui choisissent cette option, le franchiseur apparaît comme le détenteur d'un savoir commun notamment en terme de formation capable aussi d'améliorer leur situation financière. La question de la formation fait appel au même type d'attente. Pour Jean-François Granier, « le franchiseur maintient des ressources, des consultants dédiés, au service du franchisé : en stratégie, en formation, en management des hommes – ils se déplacent en agence ou assurent un support téléphonique. Les professionnels apprécient également les conventions où on se retrouve, au niveau régional, ou national – des ateliers de formation pour les managers et pour les conseillers. » Un gain d'énergie qui permet au franchisé de se concentrer sur son métier. Grâce aux réseaux je vais ouvrir une seconde et une troisième agence rapidement, s'enthousiasme Philippe Uzan.

Les franchisés apprécient de pouvoir s'appuyer sur les outils juridiques, financiers et techniques mis à leur disposition. « Nous avons accès à des services précieux. Et nous bénéficions d'accords cadres à des prix avantageux auxquels nous n'aurions pas accès en tant qu'indépendant », précise l'un d'entre eux. Très appréciées notamment les stratégies de référencement internet qui permettent d'arriver en tête de liste lorsque les clients sont en recherche d'appartement.

Autre aspect important de l'approche du métier par le biais du réseau et de la franchise, la synergie. « Je n'ai pas du tout le sentiment d'être le numéro 672 d'une structure dans laquelle il n'y a pas d'écoute, précise Laurent Monnet. Je me félicite d'appartenir à un réseau qui se densifie. Le maillage est de plus en plus important et je conclus une vente sur quatre avec un confrère Solvimo.»

Pour cet agent installé dans la région sud, le réseau crée une dynamique commerciale qui amortit les coûts liés à la franchise. « Une vente par mois me rapporte 8000 € HT de commission, assure t-il, et couvre dix fois le coût de mon franchiseur. »

C'est sans doute dans cette promesse que réside la force des réseaux de franchise.

Pascal Kinsbourg

Ce qu'ils ont dit



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

La franchise est un mode de relations, de réflexion et d'échange, idéal pour ceux qui veulent réussir. Le franchisé apporte son envie de développer sa propre affaire, le franchiseur apporte son expérience, son savoir faire, et sa logistique... A tout moment, le franchisé peut se faire épauler par notre structure technique, commerciale et juridique.



Gilles Chapeleau,
directeur de l'enseigne Avis Immobilier.

Nous venons de renforcer nos structures de dialogue fortes. Dans chaque grandes régions de France, un à deux franchisés élus sur des critères de compétences et de disponibilité vont travailler avec un animateur régional. Elu pour trois ans, ce Conseil National se prononce désormais sur les orientations relatives au marketing, à la formation, aux achats, à la nouvelle technologie...



Bernard Cadeau,
réseau coopératif Orpi.

Aujourd'hui pour continuer à vivre, les agences n'ont guère le choix. Elles doivent réunir leurs forces. A l'avenir, il faut augmenter la taille moyenne des agences et proposer une offre structurée. Le maillage complet du territoire et le partage de fichiers constituent la meilleure réponse pour séduire les particuliers qui réalisent eux-mêmes 50% des ventes.



Charles-Marie Jottras,
président du directoire de Co-Dauchez.

Il y aura toujours de la place pour des indépendants locaux. Dans la haute de gamme évidemment mais cela est vrai aussi pour des réseaux spécifiques tels que la vente des maisons de campagne, de résidences secondaires aux étrangers ou de lofts. En définitive, ces métiers sont peu compatibles avec le processus industriel des banques.

Leur lieu de rencontre...

Le salon de la Franchise qui s'est déroulé du 23 au 26 mars dernier à Paris Porte de Versailles est le rendez vous annuel du commerce en franchise . Lors de cette 25ème édition le salon a accueilli plus de 30050 visiteurs futurs franchisés . Le salon comptait cette année 18 exposants en franchise immobilière (contre 7 en 2005 !) ce secteur d'activité est toujours très prisé des visiteurs, il se place dans le tiercé de tête après les secteurs de l'habillement et de l'hôtellerie .



Swixim®

Réseau immobilier



**Prenez
la bonne décision !**

Affiliez, Créez votre agence immobilière

Vous bénéficierez de :

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

L'enseigne **Swixim®**, **votre marque de qualité.**



En Suisse et en France, plus de 100 Agents et Courtiers Swixim® ont déjà pris la bonne décision.

Vous aussi, contactez :

Swixim® France
21, Av G. Pompidou - 69486 Lyon Cedex 3
accueil@swixim.ch

N°Azur 0 810 800 100

PRIX APPEL LOCAL

www.Swixim.com

Swixim® Réseau d'Agents et Courtiers Affiliés
Chaque entreprise est juridiquement et financièrement indépendante
+ L'immobilier gagne en assurance®

Bien évaluer une agence



La valeur d'un fond de commerce tient compte de la composition du chiffre d'affaires, des conditions économiques et des modalités de transfert du fonds de commerce. Les conseils de Bernard Le Merdy du cabinet Viou et Gouron.

Avoir une approche juridique

Outre une approche financière, les techniques d'évaluation de titres sociaux ou de fonds de commerce doivent être complétées par une approche juridique. Un audit réalisé par des conseils spécialisés dans le secteur de l'immobilier dans le cadre d'une acquisition de fonds de commerce ou de titres de propriétés d'administration de biens et d'agences immobilières devra permettre de :

- ✓ Fixer ou affiner l'évaluation du fonds ou des titres (en fonction : de la composition et de la nature du parc immobilier géré, de la durée moyenne et de l'ancienneté des mandats).
- ✓ Evaluer les méthodes et la politique de tarification du cabinet,
- ✓ Evaluer les compétences du personnel technique repris,
- ✓ Chiffrer les synergies et les économies d'échelles à réaliser
- ✓ Mettre en évidence certaines clauses à insérer dans le protocole (durée de présence du cédant garantie de chiffres d'affaires, prélèvement des honoraires, travaux, garantie de passif...).

Recourir à l'audit

Un audit d'acquisition est souvent complété par l'établissement d'un compte de résultat prévisionnel afin d'évaluer la capacité d'autofinancement dégagée par la société permettant de rembourser un emprunt.

Cette étape doit conforter le chef d'entreprise (et son banquier dans sa décision d'investissement) : ceux qui n'y ont pas recours et le regrettent fortement dès l'apparition du premier litige. En effet, les méthodes de comptabilisation des produits à recevoir (compromis ou promesses ou acte authentique pour l'agent immobilier) les insuffisances de représentation de fonds mandants (séquestre ou gestion) et l'absence de fiabilité des comptes présentés sont souvent à l'origine de contestations.



Bernard Le Merdy

S'entourer d'un médiateur


Pour réussir une transaction, une méthodologie spécifique et rigoureuse doit être respectée. D'où la nécessité d'opter pour un médiateur expert en transmission d'entreprises à la fois négociateur et de «facilitateur d'affaire». Le médiateur peut sélectionner des affaires à vendre correspondant au mandat de recherche signé. Il s'engage par ailleurs à prendre en toute confidentialité les contacts sélectionnées, à diagnostiquer le cabinet à reprendre et procéder à son évaluation, et à accompagner avec les conseils habituels de l'investisseur les négociations jusqu'à la signature du protocole d'accord.

“ Pour réussir une transaction, une méthodologie spécifique et rigoureuse doit être respectée. ! ”




Les mauvais réflexes


Je n'ai besoin de personne

 Un œil expérimenté est une aide précieuse pour définir sa recherche.


Je contacte directement les dirigeants

 Cette attitude peut entraîner des désillusions, de la perte de temps, des projets mal ficelés ou inaboutis.


Je m'intéresse à tous vos dossiers et je veux tous les voir

 Les médiateurs ne proposent qu'une sélection d'affaires ciblée.

Je ne veux reprendre qu'une affaire très près de chez moi

 Il faut garder à l'esprit qu'il est difficile, voire utopique de trouver la perle rare proche de chez soi dans un délai record.

J'ai fait le tour de tous les intermédiaires

 Attention à ne pas se disperser en multipliant les contacts. Celui qui court plusieurs lièvres à la fois, risque de n'en attraper aucun.

OFFREZ

LE MEILLEUR DE LA GESTION IMMOBILIÈRE

À VOS CLIENTS

1) Fidélisez vos clients

2) Externalisez votre

GESTION IMMOBILIÈRE

3) Percevez des honoraires permanents

4) Augmentez votre chiffre d'affaires



AGENCE

+ DE 500 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 621 373
Caution de garantie FNAIM - 89, rue de la Boétie 75008 Paris
CP Gestion n° 422 délivré par la préfecture de la Haute-Garonne



LA SOLUTION GESTION

Fiches signalétiques réseaux d'agences

Agences en franchise

Réseaux	Date de création	Nombre d'Agences opérationnelles*	Départements couverts	Actionnariat (total ou partiel)
Century21 France	1987	900	95	Nexity
Laforêt Immobilier	1991	751	93	
Guy Hoquet	1994	568	80	Nexity
ERA France	1994	361	76	privé
AVIS Immobilier	1957	201	46	Crédit Mutuel
CIMM	1979	130	31	privé
LE TUC immo Groupe Eric Mey	1981	118	66	privé
SOLVIMO	2003	95	42	privé
KEOPS	1988	66	33	Perexia (Groupe C.F.C.E)
TO2I	2001	50	30	privé
FONCIA*	2007	35	Non communiqué	
Coldwell Banker	2001	29	13	privé
Anne Carole	1992	17	3	privé
Davril	1985	11	3	privé

* FONCIA développe depuis janvier un réseau de franchise, plus particulièrement tourné vers la transaction, 53 Contrats sont signés à ce jour dont 6 créations, ces agences seront toutes opérationnelles dans les prochains mois. Les cabinets Foncia du réseau intégré ne sont pas pris en compte dans cet article, (plus de 400)

Agences en contrat de licence de marque

Réseaux	Date de création	Nombre d'Agences opérationnelles*	Départements couverts	Actionnariat (total ou partiel)
Arthur	1995	453	88	Groupe Caisse d'Épargne (33 %)
4% Immobilier	2001	120	49	privé
Imogroup	1997	82	35	privé
Norman Parker	2006	65	23	privé
Equuleus	2002	35	5	privé
AB Immobilier	2000	25	11	privé
Swixim	2004	21	7	privé
Elyse Avenue	2006	23		privé
Futur transactions	2005	10	2	privé

Réseaux coopératifs

Réseaux	Date de création	Nombre d'Agences opérationnelles*	Départements couverts
ORPI	1965	1400	95
L'Adresse	1999	360	61

Les grands groupes d'administration de biens

Les grands noms de l'administration de biens convoitent également le marché de la transaction, FONCIA qui vient d'être repris par les Banques Populaires, crée son réseau de franchise, les deux groupes Gestrim (Crédit foncier) et LAMY qui viennent de se rapprocher, développent également leurs activités en négociations et une politique d'ouvertures d'agences, il en est de même de SERGIC et d'URBANIA, pour ne citer que les plus importants. Nous consacrerons un prochain article aux Grandes enseignes de l'administration de biens.

Réseaux succursalistes

Réseaux	Date de création	Nombre d'Agences opérationnelles*	Départements couverts	Actionnariat (total ou partiel)
La Bourse de l'Immobilier	1980	203	26	privé
Transaxia	199-	88	9	privé
Bedin Immobilier*	1977	45	3	privé
Gill Immobilier	1982	37	3	privé
Connexion	1991	34	4	privé
Initia	1982	22	5	privé
CPH Immobilier	197-	23	5	privé

*dont une agence en franchise

Réseaux créés par des banques ou des groupes financiers

Réseaux	Date de création	Nombre d'Agences opérationnelles*	Départements couverts	Actionnariat (total ou partiel)
Square Habitat	2005	181*	30	Crédit Agricole
Immo de France	2001	114	43	(SACI) Crédit Immobilier de France
Espaces Immobilier	2001	25	16	BNP Parisbas

*Les agences rachetées par les Caisses Régionales de Crédit Agricole, opèrent pour une bonne partie d'entre elles sous l'enseigne Square Habitat, d'autres conservent l'enseigne de l'agence reprise, et souvent le dirigeant qui devient salarié du groupe. Si l'on compte les agences dans lesquelles le Crédit Agricole prend des participations, dans le Nord IMMORD, ARCADIM, et dans d'autres départements, où des discussions sont en cours, Loire Atlantique, la Haute Vienne, c'est probablement près de 400 agences qui seront rattachées directement ou indirectement aux Caisses Régionales de Crédit Agricole

Les SACI, sociétés anonymes de crédit immobilier, qui interviennent déjà dans le neuf collectif ou individuel, développent depuis plus de 5 ans un réseau d'agences fédérées autour de la marque Immo de France, certains SACI disposant bien avant d'un réseau important d'agences, communiquent plus sous leur propre bannière - 4807, CIS Immobilier, en Savoie et Haute Savoie. Les Agences Immobilières Espaces Immobiliers du groupe BNP Paris bas sont moins nombreuses et surtout implantées dans les grandes métropoles régionales.

Dernière minute

Des rapprochements sont opérés entre Foncia et deux autres réseaux, dont les agences opéreront sous la marque Foncia qui ambitionne d'avoir près de 200 agences en fin d'année.

REMAX réseau international arrive en France, l'agence pilote est opérationnelle à Cagnes sur Mer, les discussions sont en cours avec les premiers franchisés.

Franchise, coopérative, licence de marque...

Comment s'y retrouver ?

Pour l'agent immobilier, adhérer à un réseau signifie bénéficier de la notoriété d'une enseigne, de son savoir-faire, de son expérience, de ses services... Mais, tous les réseaux ne fonctionnent pas de la même façon. Il y a les franchises, les coopératives, les licences de marque, les concessionnaires, les réseaux issus de grandes banques...

La Franchise

Le franchiseur doit en principe avoir mis au point et exploité avec succès son concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote avant le lancement du réseau. Tout en restant le patron de son affaire, le franchisé qui adhère à un réseau de franchise se soumet aux décisions du franchiseur avec lequel il signe un contrat l'obligeant à respecter certaines contraintes : versement de droits d'entrée, d'une redevance souvent proportionnelle au chif-

fre d'affaires annuel, d'une participation au budget publicitaire, aux investissements... Il doit aussi accepter les contrôles, jouer la transparence sur ses comptes, s'impliquer dans les commissions.... De son côté, le franchiseur se doit d'apporter au franchisé un réel savoir-faire et le transmettre à travers une formation initiale et une assistance commerciale et technique pendant toute la durée du contrat. En outre, le franchisé bénéficie le plus souvent d'un territoire d'exclusivité.

La coopérative

Le réseau coopératif est la formule la plus ancienne. Elle est aussi plus souple que la franchise. Adhérer à un réseau coopératif signifie acheter une part de capital et participer à l'élection du conseil d'administration, élu chaque année. Chaque agence qui adhère dispose d'une voix. Pour le reste, la coopérative fournit les mêmes services qu'une franchise : assistance, information, formation...

Licence de marque et concession

La licence de marque et la concession, pour leur part, sont plus souples puisqu'il s'agit ni plus ni moins d'acheter l'autorisation de développer son activité sous une certaine enseigne. La licence est un contrat par lequel le titulaire d'une marque confère à un tiers le droit d'apposer la marque dans son agence. Elle peut être accordée moyennant le versement forfaitaire d'une somme, soit en contrepartie de redevances, généralement proportionnelles au chiffre d'affaires. Généralement, le contrat de licence prévoit une clause d'exclusivité territoriale. La concession est parfois plus contraignante.

Les réseaux de banques

Ce sont le plus souvent des agences rachetées ou créées par les banques qui opèrent sous un enseigne précise, par exemple Square Habitat pour le Crédit Agricole, Immo de France pour le Crédit Immobilier de France, Les Espaces Immobiliers pour BNP-Paribas.

Les arcanes d'une transaction réussie



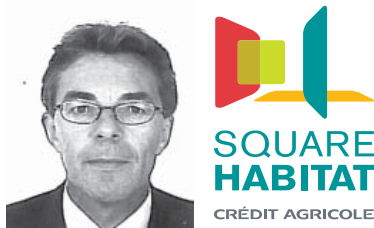
L'arrivée des établissements bancaires dans le monde de l'immobilier inquiète beaucoup de professionnels. Rencontre avec Serge Badouard, directeur général de Bretagne Habitat, filiale de la Caisse Régionale du Crédit Agricole de Bretagne, reprenneur des Agences du Groupe Allanic Immobilier et Philippe Alglave ex PDG de son groupe, et aujourd'hui directeur des Agences Square Habitat Allanic Immobilier.

Le Journal de l'agence :

Quel est l'historique d'Allanic Immobilier ?

Philippe Alglave : Les premières agences Allanic ont vu le jour en 1966, j'ai rejoint l'entreprise en 1981, et racheté les agences à Monsieur Allanic en 1993. Le groupe compte aujourd'hui 7 agences et intervient dans tous les secteurs de l'immobilier, la transaction, la location saisonnière, la gestion locative et le syndic de copropriétés.

A quand remonte l'intérêt du Crédit Agricole de Bretagne pour Allanic Immobilier ?



Serge Badouard : Il convient de préciser qu'il s'agit avant tout d'un projet national. Le Crédit Agricole considère qu'il est important de couvrir l'ensemble des besoins des particuliers en matière

de logement. La décision stratégique prise au niveau national, entre 2000 et 2002, doit permettre à nos caisses régionales de renforcer leur fonds de commerce - Banque - Assurance, en apportant à leurs clients les services supplémentaires au niveau de la vente, de l'acquisition, de la recherche de location, ou de la gestion locative.

Les caisses régionales se lancent toutes dans l'immobilier ?

Serge Badouard : Non. Certaines n'opèrent pas encore dans le secteur des agences immobilières. Pour ce qui est du projet breton, quatre caisses départementales Ile et Vilaine, Finistère, Morbihan et Cote d'Armor se sont associées dans une structure commune pilotée de Quimper. Dans chaque département nous commençons par rechercher une tête de pont, à partir de laquelle va se construire Square Habitat. Dans le Morbihan, nos collaborateurs ont naturellement guidé nos démarches vers Philippe Alglave et le Groupe ALLANIC qui jouissaient d'une réputation et d'une notoriété indiscutables, d'une bonne assise financière, d'une bonne couverture géographique, et d'un professionnalisme reconnu. Nous avons procédé et nous procéderons de la même façon dans

les autres départements bretons. Les développements futurs s'organiseront par la suite autour de ces « têtes de pont », par rachat d'agences ou créations de nouveaux points de ventes.

Dans ce mariage entre vos deux enseignes qui a fait le premier pas ?

Philippe Alglave : C'est le Crédit Agricole.

Désormais salarié d'un groupe bancaire, vous dirigez une agence dont vous n'êtes plus actionnaire. Qu'attendez-vous de ce rapprochement avec le Crédit Agricole ?

Philippe Alglave : Il est très difficile quand on est seul de développer son propre réseau. Je pensais avoir atteint la taille critique. Depuis mon intégration dans le réseau Square Habitat, je découvre un nouveau challenge, une âme de pionnier en charge de véhiculer une nouvelle enseigne porteuse d'ambitions très fortes, en matière de développement. Quant aux idées nouvelles de mes nouveaux « collègues », elles enrichissent mon expérience.

Comment vos collaborateurs vivent-ils cette « intégration » ?



Philippe Alglave : Il y a eu trois phases. D'abord, celle de la rumeur qui court, avec les craintes notamment de voir partir le patron. Une fois l'annonce faite, ce fût l'inquiétude sur les statuts ou les conventions collectives par exemple. Après trois mois d'exercice sous la nouvelle enseigne (le mariage d'Allanic Immobilier et de Square Habitat) les inquiétudes se sont effacées et d'excellentes relations se sont liées entre les collaborateurs des agences et les collaborateurs des guichets du Crédit Agricole

Quelles ont été les réactions des clients ?

Philippe Alglave : Il n'y a eu aucune réaction négative de la part de nos clients mandants en transactions. Le crédit agricole ne nous impose aucune méthodologie dans les propositions à faire aux clients en matière de copropriété et en gestion locative.

Nous insistons par ailleurs sur la notion de relation de proximité, c'est ce qui nous rapproche du crédit agricole qui véhicule les mêmes valeurs.

Comment avez-vous intégré les réticences des agents immobilier face à l'arrivée des banques sur leur marché ?

Serge Badouard : Nous avons fait le choix de construire ce réseau par rachat d'agences existantes, car nous souhaitons faire ce métier d'agents immobiliers avec des agents immobiliers. L'agence Allanic garde son identité juridique et son autonomie. Adhérente F.NA.I.M, elle reste FNAIM. Nous sommes donc bien sur un projet de développement pas seulement pour le crédit agricole, mais également pour les partenaires qui ont choisi de nous rejoindre. Depuis son intégration Allanic immobilier vient de racheter un portefeuille de syndic.

Depuis près de vingt ans les dirigeants de réseaux ambitionnent de regagner la confiance de particuliers, afin de récupérer les 40 à 45% de parts de marché qui échappent à la profession. Pensez vous que les réseaux d'agences adossées à des groupes bancaires soient mieux armés pour réconcilier les particuliers avec les agents ?

Serge Badouard : Les banques peuvent contribuer à cette reintermédiation. La relation de proximité que nous cultivons favorise une bonne image. En recommandant une agence immobilière, le Crédit-Agricole donne une sorte de caution morale qui renforce la prescription et oblige à offrir le meilleur service possible. Nos engagements portent sur la proximité territoriale et humaine, la facilité, la transparence, le suivi et l'accompagnement. La communication de qualité et les synergies croisées que nous mettons en place, doivent favoriser une augmentation du chiffre d'affaires des agences et des guichets bancaires, en simplifiant les démarches de leurs clients et leur apportant un niveau de conseil fiscal juridique, immobilier et financier élevé.

Quelles sont les ambitions du Crédit Agricole de Bretagne en matière de développement ?

Serge Badouard : Notre réseau compte aujourd'hui 35 Agences, pour 11 Sociétés, et 158 collaborateurs, toutes portent ou porteront dans les prochains mois l'enseigne Square Habitat avec le nom qui a fait leur notoriété. Notre ambition à 5 ans est d'avoir 100 agences, 400 collaborateurs et de détenir 10% de parts de marché en gestion locative, et 15% de parts de marché en transaction.



Agents immobiliers, rejoignez le premier réseau européen d'agences immobilières

Renseignez-vous :

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



www.erafrance.com

www.annoncesjaunes.fr

Moi j'y suis... Et vous ?



Offre de bienvenue

- 3 mois offerts*
- Vos annonces en nombre illimité**

Service Client

du lundi au vendredi de 9h à 18h

 **N°Azur 0 810 136 136**

PRIX APPEL LOCAL

servicepro@annoncesjaunes.fr

la clé de votre réussite



annoncesjaunes.fr

Les petites annonces deviennent **GRANDES**

Les réseaux immobiliers en toute franchise

Pourquoi rejoindre un groupe bancaire ?

Au cours des 10 dernières années, les réseaux ont fait une formidable percée dans l'immobilier. Qu'est ce qui incite donc les professionnels à sortir de leur isolement ?



Mieux communiquer

Même si la plupart des intéressés restent fermement attachés à leur autonomie, ils reconnaissent cependant la nécessité de se regrouper pour affirmer leur notoriété sur un marché de plus en plus concurrentiel. De plus en plus exigeants et de mieux en mieux informés, les clients se dirigent en priorité vers les enseignes présentes sur les grands médias créateurs d'image indispensable à toute stratégie de conquête. L'accès à la télévision ou à la radio est impensable pour l'agent isolé, seule une mutualisation des moyens permet d'y accéder.

Améliorer le service

Une bonne publicité n'a jamais fait vendre un mauvais produit ou un mauvais service. Les bons professionnels s'accordent à dire que l'avenir appartient à ceux qui se sont capables d'apporter des réponses juridiques, fiscales ou financière.

Une offre commerciale à forte valeur ajoutée passe par du recrutement, de la formation et du management de qualité. Il est bien certain que l'agent immobilier « lambda » travaillant avec un ou deux collaborateurs n'en a bien souvent ni les moyens, ni les compétences. Les réseaux d'agences, pour certains d'entre eux, disposent d'équipes capables d'apporter ces soutiens nécessaires aux professionnels désireux d'attirer les meilleurs négociateurs ou gestionnaires et les former dans les meilleures conditions.

Développer son propre réseau

De nombreux professionnels admettent avoir trouvé dans leur réseau, un savoir faire formalisé permettant de dupliquer la réussite, et de multiplier leurs points de vente. C'est la possibilité pour eux d'étendre leur notoriété sur un secteur géographique plus étendu et de garder leurs meilleurs collaborateurs, en leur proposant un véritable plan de carrière. Ce qui est impossible dans une petite agence.

L'agent immobilier indépendant n'en est pas pour autant condamné

Il est prévisible d'imaginer que les groupes bancaires seront à même de mettre en place des services complets de qualité, susceptibles d'attirer de plus en plus de clients. La richesse de leurs fichiers, leurs aptitudes à communiquer, les moyens financiers et informatiques dont ils disposent sont énormes. Seules les concentrations d'agences ou les syndicats puissants auront les moyens de lutter à armes égales. Trop souvent, malheureusement, les agents évacuent leur devoir de conseil en matière de financement. C'est une erreur stratégique et une faute professionnelle. Les agents devront de plus en plus organiser des partenariats avec des établissements financiers spécialisés afin de s'imposer sur un marché immobilier où les banques seront de plus en plus présentes.

Gérard Bornot,
consultant en développement.

Connaître les atouts de la formation en ligne

La formation professionnelle continue dans l'immobilier connaît un nouvel essor grâce à Internet. Ce qu'il faut savoir pour entretenir, mettre à jour, ou élargir ses connaissances et celles de ses salariés « on line » grâce à l'e-learning.

Depuis quelques années, la majorité des professionnels de l'immobilier a pris conscience de la nécessité d'intégrer la formation en accompagnement du processus de développement de leur cabinet. Cette réaction, bien qu'elle tarda à s'imposer, fut facilitée à la fois par la conjonction de plusieurs facteurs.

Une offre de plus en plus riche

Tout d'abord, l'offre de service s'est rapidement développée. Les principaux organismes de formation, spécialisés ou non, proposent en effet un choix plus diversifié, mais aussi plus adapté aux besoins des professionnels. Avec la concentration au sein des groupes immobilier, le recrutement de personnel qualifié est devenu un enjeu majeur, notamment pour recruter et fidéliser les collaborateurs. De plus en plus, les candidats sont attirés par une offre alliant formation et activité « de terrain ». En toute logique, les principaux syndicats professionnels ont accompagné ce mouvement. Le plus important d'entre eux n'a pas hésité à créer son propre centre de formation et une école supérieure de l'immobilier. Quant à la commission nationale paritaire pour l'emploi et la formation dans l'immobilier, en accord avec AGEFOS

PME, elle offre aux petites structures (moins de 10 salariés), la possibilité d'accéder à des stages de qualité pour un coût dérisoire. Cette évolution a aussi été guidée, incontestablement par les évolutions des métiers : les nombreuses modifications législatives et réglementaires qui foisonnent sans relâche depuis plus de 10 ans, le fort développement du nombre d'agences immobilières, la nécessité de répondre à une clientèle de plus en plus exigeante.

Un challenge économique et managérial

Il est désormais bien ancré dans l'esprit des dirigeants que la formation continue n'est pas une dépense ou une charge supplémentaire, mais un investissement, un atout pour l'avenir, un véritable outil de management.





Parallèlement, les organisations syndicales et le pouvoir politique ont, près de 35 ans après la première loi de 1971, clairement marqué –en 2004 et 2005- leur volonté de poursuivre le développement de la formation professionnelle, jetant les bases d'une formation accompagnant le salarié tout au long de sa vie professionnelle, lui permettant de s'adapter aux mutations, à la mobilité, et surtout de ne pas rester au bord du chemin pendant que la société avance. Ceci s'est traduit par une augmentation

de la contribution obligatoire des entreprises, l'instauration du DIF –Droit Individuel à la Formation- et l'obligation d'entretiens d'évaluation réguliers avec les salariés portant sur leurs besoins de formation, l'adéquation avec les objectifs de l'entreprise et les réponses apportées dans les plans de formation élaborés.

Les entreprises sont donc confrontées à un nouveau défi auquel elles ne sont que peu préparées. Comment aborder les entretiens individuels de formation sans déborder sur des revendications

salariales ? Comment faire face à la demande croissante des salariés pour leur formation ? Comment proposer plus avec un budget qui n'est pas indéfiniment extensible (l'application du DIF est susceptible de multiplier par 2,5 les budgets actuellement consacrés à la formation continue)?

Un choix pertinent pour les salariés et pour l'entreprise

Ce type de formation, qui a mis plusieurs années à s'imposer, offre plusieurs avantages, tant pour l'entreprise que pour le salarié. Elle est, de plus, parfaitement adaptée à de nombreuses formations dans l'immobilier. Ce qui apparaissait comme étant une contrainte technique va devenir un avantage pour le salarié et l'entreprise.

Cette technique se révèle comme le moyen le plus performant d'individualiser un parcours de formation. Il offre un accès autonome à des ressources pédagogiques permettant de s'évaluer, d'acquérir des connaissances et de s'entraîner sur des cas concrets sous forme d'exercices pratiques. Autre avantage de la formule de e-learning, elle ouvre l'accès à la formation sans

Groupe Guy Hoquet l'Immobilier



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



Avec plus de **550 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 accompagnent 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. Encore de nombreuses opportunités de secteurs s'offrent à vous.

Rejoignez-nous, la réussite vous va si bien !

www.guy-hoquet.com

A la une...

TROPHEE DE L'EXCELLENCE 2007
de « la meilleure information donnée »
décerné par un collège d'experts de la FFF



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

Adhérent **fff**

N° Azur 0811 740 024

• Prix d'un appel local •



contrainte de distance et de disponibilité tout en faisant baisser les coûts.

Le contact humain, associé à la technique favorise le guidage à distance et permet d'assurer un suivi et un contrôle de la phase de formation et de la gestion des compétences.

Si une personne peut participer à une formation de plusieurs heures, voire de plusieurs jours dans le cadre d'une action traditionnelle, en présentielle et en groupe, il est impossible de rester plusieurs heures l'œil rivé à son écran d'ordinateur.

En conséquence, les modules de formation en ligne sont des séquences « courtes », variées et interactives. Elles portent sur des sujets et des thèmes bien « ciblés ». Par exemple : les mutations en copropriété, les nouveaux documents de synthèse comptable des copropriété et leur présentation

en assemblée générale, les ASL et AFUL, les charges récupérables en gestion locative, la convocation de l'assemblée générale, les informations indispensables à un négociateur pour la vente d'un lot de copropriété, les états des lieux, la fiscalité des revenus fonciers, des SCI...

Une solution adaptée pour les petites structures

Autre atout de la formation en ligne, elle répond souvent aux réticences traditionnellement exprimées par les petites et moyennes structures envers les programmes de formation classique. Nombre de petites structures

redoutent en effet que l'absence d'un salarié induise la désorganisation du service. Avec la formation en ligne, le salarié peut se former sur son lieu de travail ou à son domicile, selon des horaires libres ou convenus avec l'employeur, et à son rythme. Autre frein fréquemment évoqué : le coût de la formation. Généralement, 40 à 60% des dépenses de formation concerne les déplacements, l'hébergement, la logistique, la rémunération des salariés ! Avec la formation en ligne, il n'y a pas de frais supplémentaires, l'entreprise ne supporte que le seul coût pédagogique.

Une souplesse appréciable pour les collaborateurs

Coté souplesse, la solution e-learning permet de concilier au mieux la formation avec la vie professionnelle et familiale. Nombre de salariés soumis à des contraintes familiales hésitent en effet à suivre des formations qui les éloignent de leur domicile. Ils reproche aussi souvent le contenu des programmes. Formatés pour couvrir l'ensemble des thèmes professionnels abordés, ils comprennent souvent des parties déjà connues du salarié, d'où une réticence à s'inscrire dans une formation abordant des sujets déjà maîtrisés. Avec la formation en ligne, le découpage des thèmes en séquences courtes permet au salarié de ne choisir que les sujets dans lesquels il ressent un véritable besoin, s'inscrivant ainsi dans un parcours professionnel individualisé. Histoire de ne pas perdre de temps !

Des programmes sur mesure

L'offre proposée en formation présentielle ne distingue pas les besoins des petites entreprises des groupes plus importants dont les méthodes de fonctionnement sont souvent très différentes. Avec la formation en ligne, le choix des programmes permet de faire évoluer les salariés dans de véritables parcours personnalisés, parfaitement adaptés aux besoins, réalisés au rythme de chaque entreprise ou organisation. La formation en ligne s'avère donc efficace, adaptable et économique. Elle est de nature à satisfaire à la fois les besoins d'évolution des compétences des salariés avec les objectifs des entreprises qui souhaitent offrir un service performant à leur clientèle tout en fidélisant leurs équipes.

Bernard CHARLUET

Consultant-Formateur
bcharluet@ascendimmo.fr

Solvimo immobilier au 2ème trimestre 2007

Qui est réellement SOLVIMO ?

Nouveau venu dans le paysage des franchises immobilières, ce réseau regroupe plus de 195 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 son concept 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



Olivier Alonso
Président fondateur

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°.

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



Quelles sont les particularités du réseau SOLVIMO ?

L'enseigne a choisi de mettre à la disposition de ses franchisés des outils de communication appropriés et novateurs : campagnes de publicité nationales

(au premier semestre 2007, un spot publicitaire Solvimo sera diffusé dans plus de 200 salles de cinéma proches de ses agences sur toute la France), 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. De plus, afin de rester à la pointe de la technologie et du design, Solvimo lancera en septembre 2007 son nouveau site Internet.



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.

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 à Hammamet dans un hôtel **** du 24 au 27 mai 2007) et surtout elles se réunissent en comité d'experts afin de débattre des grands projets pour l'enseigne. La force de ce réseau est donc sa capacité à consulter et écouter ses adhérents.

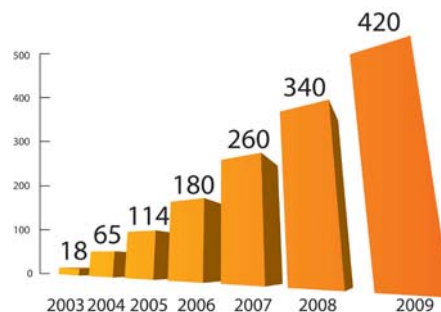
Des produits neufs ?

Dans le cadre de son développement Solvimo a tissé des liens étroits avec de gros promoteurs immobiliers afin que les acquéreurs du réseau puissent en bénéficier.

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.



Pourquoi les agences immobilières indépendantes veulent-elles rejoindre SOLVIMO ?

En premier lieu pour ne pas rester seules face aux autres enseignes. Ensuite afin d'accéder à la palette de services mis à leur disposition et ainsi être plus performants dans leur quotidien. Enfin ils ont été séduits par l'état d'esprit et la convivialité du réseau Solvimo.

Combien cela coûte-t-il ?

Une redevance de **710 € HT mensuelle + 350 € HT par mois** pour le fond commun de communication. En effet, Solvimo a choisi un système de redevances fixes qui permet aux agents immobiliers indépendants de bénéficier d'un vrai réseau efficace sans grever leur rentabilité !

Le droit d'entrée et de formation est de **11 000 € HT** (des aménagements spécifiques sont prévus pour ceux qui ont plus de 3 agences).

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



Contactez-les au :

N° Azur 0 810 416 402

(Coût d'un appel local)

ou sur leur site :

www.solvimo.com



Tout savoir sur la GRL

En théorie, la Garantie des Risques Locatifs (GRL) est un nouveau dispositif gagnant-gagnant pour le propriétaire et le locataire. Sur le terrain, sa mise en œuvre est loin d'être convaincante.

En ce début d'année, le milieu immobilier a été marqué par le « lancement de la GRL ». De nombreux articles sont parus expliquant de long en large ce système, sorte de garantie loyers impayés publique. Ce dispositif devrait être aujourd'hui opérationnel. Loi, décret d'application, fonds de garantie universelle des risques locatifs... tout est en place. Mais plus personne ne parle du pass GRL. Alors dans la pratique est-il possible aujourd'hui d'obtenir ce pass, comment le bailleur peut-il se renseigner sur la garantie qui lui est accordée ?

Un nouveau parcours du combattant pour le locataire

Première démarche, nous allons sur le site du service public, www.service-public.fr. Pas d'information sur l'espace logement, ce serait trop facile. Le moteur de recherche du site pour « Pass GRL » nous fait cette réponse : Nombre de réponses : zéro (sur un total de zéro). Il faut aller surfer dans la rubrique actualité pour avoir des renseignements sur ce nouveau dispositif. (En toute sincérité c'est un célèbre moteur de recherche qui nous a permis de trouver cette page car nous nous étions perdus

sur le site du service public). Dans la rubrique questions-réponses, on nous renvoie à l'Union d'Economie Sociale pour le Logement (l'UESL) ou auprès d'une agence immobilière pour obtenir notre Pass.

Sur le site de l'UESL, www.uesl.fr, dans l'espace particulier, nous trouvons l'offre de logements locatifs, l'avance LOCAPASS, la garantie LOCAPASS... mais pas d'information sur le Pass GRL. A nouveau, nous nous tournons vers le moteur de recherche interne du site : quelques documents d'archives mais rien pour obtenir son Pass. Les agents immobiliers pour leur part n'en savent rien non plus.

Acharnés et déterminés à obtenir notre Pass, le locataire futé que nous sommes surfe sur le net et après lecture de plusieurs articles découvre que la société GRL Gestion gère ce nouveau dispositif. Le site www.grlgestion.fr, trois pages Internet seulement, est en cours de construction. Il devait être complet au 31 mai 2007 mais il semble qu'il y ait un peu de retard... On nous explique le principe de la GRL, on nous précise l'organigramme et sur la page d'accueil vous avez la possibilité de télécharger votre Pass GRL ou de les contacter par courrier (site opérationnel de Bordeaux). Le Pass à télécharger est en fait un document que le locataire doit remplir et nous supposons (car ce n'est pas expliqué) que ce document doit être envoyé à GRL Gestion Bordeaux

pour être tamponné par GRL Gestion (un espace est prévu à cet effet). Quels sont les délais ? Nous ne pouvons pas répondre à votre question, car la fatigue nous ayant gagné après ces nombreuses recherches, nous n'avons pas poussé l'expérience jusqu'à son terme. En théorie, nous avons notre Pass, c'est le principal. Mission accomplie.

Des garanties floues pour le bailleur

Un des visiteurs de notre appartement se présente avec son Pass. Ravis de cette opportunité de voir le loyer garanti par l'Etat, nous décidons de nous renseigner sur le contenu de cette garantie. Même démarche que le locataire et mêmes difficultés. On nous explique sur les différents sites qu'on va nous payer le loyer en cas d'incident. Et qu'il suffit de s'adresser à un des assureurs qui a adhéré au dispositif. Sauf que l'identité de ces assureurs est secrète... Trois Compagnies auraient signées mais lesquelles ?

Nous appelons GRL Gestion : charmant accueil d'une standardiste qui nous dit de contacter SEGAP, courtier en assurance. Curieux et prudent, nous souhaiterions tout de même connaître qui a chargé SEGAP de s'occuper des futurs assurés. Après un refus de nous

renseigner, beaucoup de diplomatie et de patience de notre part, on nous indique finalement le nom de l'assureur: Brit Insurance. Qui ? Brit Insurance, un assureur anglais habilité, en tant qu'entreprise européenne à opérer en libre prestation de services sur le territoire français au 1er mai 2007. Il n'est pas assureur Loyers Impayés. De toute façon, la procédure d'expulsion française est tellement complexe que le produit doit être géré par des juristes français. Nous abandonnons nos recherches sur Brit insurance. C'est une société d'assurances solide. L'important c'est que quelqu'un paye.

Tournons nous vers SEGAP qui doit donc être gestionnaire. Le site de SEGAP traite en effet de la GRL mais SEGAP s'adresse aux professionnels et renvoie les bailleurs privés chez GRL Gestion (qui lui-même nous renvoie chez SEGAP). Faisant fi des informations trouvées sur leur site, nous téléphonons mais les commerciaux de SEGAP sont trop occupés pour nous renseigner.

Dépités mais pas vaincus, nous nous lançons dans la lecture du précieux Pass que nous a remis notre visiteur. Et là, un encadré bleu intitulé « mentions particulières » attire notre attention : « ce document n'a pas de valeur contractuelle vis-à-vis du bailleur. Il est valable pendant 3 mois sauf changement de situation du locataire dans ce délai. Il a été délivré sur la base des déclarations

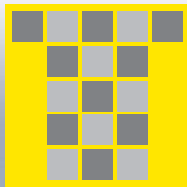
faites par le locataire ; des pièces justificatives seront à fournir aux fins de vérification par le propriétaire bailleur ou son représentant pour la signature du contrat d'assurance GRL ».

Ce Pass, qui soit-disant nous assurerait de rentrer dans le dispositif, n'a pas de valeur. Nous devons nous-même vérifier les justificatifs de revenus du locataire c'est-à-dire savoir les lire, les analyser, détecter les faux. Et si nous commettons une erreur, que se passera-t-il ? Sans compter toutes les autres questions auxquelles nous n'avons pas eu de réponse. A qui doit-on déclarer un incident de paiement ? Dans quel délai ? Quand est-on payé ? Le locataire sera-t-il expulsé ? Et si mon appartement est dégradé ?

La confiance doit être la base de ce type de dispositif. Parce que son fonctionnement dépend de la participation volontaire des propriétaires bailleurs. Aujourd'hui qui voudrait d'une garantie au contenu inconnu, dont le gestionnaire est inconnu et dont l'assureur est inconnu.

La GRL mérite sans doute d'avoir un avenir est un peu moins Opac.

Mis en point par Jean-Louis Borloo, alors ministre de l'emploi, de la cohésion sociale et du logement, la GRL doit indemniser les bailleurs en cas d'impayés d'un locataire fragile (CDD, jeune travailleur...)



LOGIQUE

LOGICIELS POUR ADMINISTRATEURS DE BIENS

NOUVEAU
PRODUIT

Gérance

Événementiel

Copropriété

Comptabilité

AG portable

Internet

Paie



LOGIQUE

Tél. : 01 55 87 69 39 - Fax : 01 55 87 69 30

www.logique.fr - E-mail : info@logique.fr

Téléphonie 3G Rencontres de troisième génération



Appréciée notamment pour ses services de visiophonie, la troisième de génération de téléphone portable s'impose en douceur. Nos conseils pour goûter tranquillement aux joies de la 3G.

La technologie 3G désigne la dernière génération de téléphones mobiles. Disponible en France depuis 2002, elle s'appuie sur la norme Universal Mobile Telecommunication Systems (UTMS) qui offre un débit nettement supérieur à la génération précédente, le GSM. L'UTMS permet en particulier de transmettre avec des délais assez courts du contenu multimédia comme les images, le son et la vidéo. Les téléphones de 3ème génération permettent d'accéder à des applications puissantes comme la visiophonie, la vidéo à la demande ou la télévision en streaming. Basée sur la technologie 3G, une offre riche de produits et d'offres d'opérateurs télécoms apparaît.

1 D'indéniables avantages pour les professionnels

Si la qualité vidéo des 3G n'est pas équivalente à celle des appareils photo numériques, un téléphone mobile 3G permet en revanche la transmission instantanée des photos et des vidéos. Le secteur immobilier est un grand consommateur de contenu et la réactivité est une qualité indispensable. Annonces, e-mails, photos des biens ou visites virtuelles circulent par millions sur Internet. Et l'agent doit rester au

plus près du contenu, à l'agence bien sûr mais aussi sur le terrain et pendant ses déplacements.

L'agent équipé d'un téléphone 3G peut filmer un appartement et transmettre en un instant sa visite virtuelle et la description du bien vers l'agence et vers le portail d'annonces. Dans l'absolu, le bien peut être consulté en ligne par les acheteurs potentiels avant même que le mandat ne soit rentré à l'agence. Parmi les autres fonctionnalités professionnelles les plus utilisées des téléphones 3G : la navigation sur Internet (WAP) et l'envoi et la réception des e-mails.

2 Abonnements et forfaits : combien ça coûte ?

SFR et Orange sont les deux principaux opérateurs du marché en France. Bouygues ne propose pas d'offre 3G actuellement sur son réseau. La couverture est à peu près équivalente pour les deux opérateurs, avec un léger avantage pour SFR.

Les propositions tarifaires sont complexes et doivent être étudiées en fonction de vos besoins.

Chez SFR, si vous avez un abonnement mobile classique, toutes les communications 3G vous seront facturées en plus de votre abonnement.

Si vous êtes un utilisateur intensif, mieux vaut souscrire une offre combinée Mobile + 3G

Chez Orange en revanche, il n'y a pas d'abonnement spécifique pour la 3G. Que vous téléphoniez ou que vous vous serviez les services 3G, c'est votre forfait qui est débité.

Le coût des forfaits Pro s'échelonne entre 45 et 225 euros pour des durées d'utilisation (communication et 3G) qui vont de 3 à 25 heures. Des remises sont proposées par les opérateurs lors d'un engagement longue durée (24 mois) ou dans le cadre de promotions.

3 Choisir en connaissance de cause

Commencez par étudier attentivement votre consommation avant de choisir un forfait et un opérateur. Simulez votre tarif en fonction de votre consommation auprès de chacun des opérateurs. Vérifiez ensuite l'impact d'une évolution de votre consommation (à la hausse ou à la baisse) : l'opérateur adapte-t-il automatiquement votre forfait ? Interrogez aussi les opérateurs sur la façon dont vous serez facturés dans le cas d'un dépassement de forfait. N'oubliez pas de vous renseigner sur les conditions de sortie de votre abonnement avant le terme = frais de

résiliation, transfert de votre numéro vers un autre opérateur, préavis, délai... Sachez que les opérateurs sont désormais tenus de vous garantir la portabilité de votre numéro. Si vous changez d'opérateur, demandez un RIO (relevé d'identité d'opérateur) que vous fournirez à votre nouveau prestataire. Et gardez à l'esprit que les opérateurs doivent autoriser gratuitement le « desimlockage » (déblocage de votre carte SIM) après 6 mois d'abonnement.

4 Sélectionner le bon produit 3G

Les modèles sur le marché sont très nombreux et les prix varient de manière importante, les appareils sont souvent vendus à des prix promotionnels avec les abonnements. Quelques modèles récents et performants tous compatibles 3G et équipés d'un capteur photo de 2 Megapixels :

Nokia N76 : quadri-bande, compatible GPRS et EDGE, mémoire MicroSD

Nokia N91 : quadri-bande, Wi-Fi, mémoire interne 8 Go

Sony Ericsson W880i : tri-bande, Memory Stick Micro

Samsung FGH F-300 : tri-bande, mémoire MicroSD

LGKE970 : tri-bande, mémoire MicroSD

Pascal Kinsbourg



La 3G en chiffres

Les opérateurs mobiles GSM comptent **2,7 milliards** de clients dans le monde. Plus de **100 millions** d'utilisateurs ont souscrit aux services 3G dans 67 pays. Chaque mois la 3G compte dans le monde **4 millions** de nouveaux abonnés. Un combiné 3G coûte en moyenne **4 fois plus cher** qu'un GSM classique. La norme UTMS actuelle permet des débits de **0,4 Mo** par seconde. La future norme HSPDA offrira des débits de **de 1 à 2 Mo** par seconde.



directannonces
Le spécialiste de la pige immobilière

Ventes ou
locations immobilières

Tous les matins,
votre pige complète
dès 09h00

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

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

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

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

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

Nouveau

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

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

Rencontre du troisième type



Marion Bonnet, chasseur d'appartement n'envisage pas d'exercer son métier sans recourir aux outils de communication mobile, tels les téléphones 3G. Rencontre.

Un téléphone 3G, pour vous c'est quoi ?

Le 3 G, c'est une façon d'être totalement autonome au quotidien et de pouvoir être très réactive lors de mes déplacements. Comme je travaille essentiellement à Paris, où la couverture est excellente, c'est extrêmement pratique. En province, en revanche, le maillage est moins précis. Il n'y a pas forcément des bornes partout. J'utilise surtout mes outils pour consulter mes e-mails. Entre deux visites mes clients anglais ou américains m'envoient un e-mail pour me donner leur avis sur des appartements dont je leur ai envoyé la photo auparavant.

Vous photographiez les biens sur place ?

Lorsque je vois un appartement intéressant, je ne manque pas de réaliser une série de clichés avec mon mobile 3G. Par la suite je les transmets à mes clients directement depuis mon téléphone en cas d'urgence mais généralement plus tard lorsque j'ai chargé mes photos sur mon Mac. Bien sûr il ne faut pas s'attendre à ce que les images soient optimales mais c'est déjà très correct pour l'utilisation que j'en fais et ça permet au client de voir l'appartement en temps réel. Je perds moins de temps en explications

et en visites inutiles. Entre deux visites je préfère utiliser mon Blackberry avec lequel je peux envoyer le descriptif détaillé par écrit.

Pourquoi le Blackberry ?

C'est pratique, petit, fonctionnel. L'utilisation est très simple, l'écran est grand et pratique, je suis avertie dès que j'ai un message. J'optimise mon temps au maximum. J'attends avec impatience un téléphone qui combinera les fonctionnalités de mon 3G et de mon Blackberry en un seul appareil.

Vous utilisez la vidéo ?

Oui, beaucoup. Récemment, j'ai filmé un appartement pour un client australien. Je lui avais envoyé des films de l'appartement, de la rue, de l'immeuble pour qu'il ait une vraie ambiance du lieu. Comme ça, il avait une vision très réaliste du bien et de son environnement. Pour les gens qui ne peuvent pas se déplacer ou qui sont à l'étranger, il y a une fonction vraiment utile c'est la visiophonie. Il peuvent visualiser le bien en direct. Je me déplace dans l'appartement afin de leur montrer la configuration, l'exposition, l'atmosphère générale qui émane des lieux et le client me guide pour la visite dans l'appartement, il me demande de revenir dans telle ou telle pièce ou sur

un détail qui a de l'importance pour lui et auquel je n'aurai pas forcément pensé. C'est plus dynamique qu'une photo ... et c'est le client qui fait son film.

D'autres utilisations ?

J'utilise également Blackberry lorsque je suis très pressée. Je peux consulter les annonces immobilières. Je vois la photo du bien et je téléphone en même temps depuis mon 3G. De ce point de vue il faut mieux avoir les deux appareils. L'idéal serait de pouvoir téléphoner et de lancer des applications comme la navigation Web en même temps sur le même appareil. Parfois, je reçois en temps réel les annonces qui viennent de paraître car je mets des alertes sur les portails et je reçois les mails directement. J'agis immédiatement. Grâce aux outils 3G, je peux être très réactive et faire immédiatement une offre sur l'appartement s'il convient au client.

Vous y consacrez un budget important ?

Oui, mais j'ai un abonnement professionnel et j'essaie de limiter le 3G aux clients étrangers et aux biens de prestige. Mais, compte tenu des avantages liés à la réactivité, le surcoût est pour moi justifié.



Quel est le portrait technologique des adhérents de la Fnaim ?

D'après une récente étude de la Fnaim Paris Ile-de-France

sur l'utilisation des outils de mobilité, trois grandes tendances ressortent.

Décryptage par Danielle Grand, Vice Présidente chargée de la commission prospective.

Des outils appréciés par l'ensemble des professionnels

Contrairement aux attentes, les métiers de la transaction ne sont pas les seuls à s'intéresser aux nouvelles technologies. Les syndics, les administrateurs de biens et les gestionnaires de patrimoine sont également préoccupés par la question. Par ailleurs, la répartition des réponses est équilibrée par zones géographiques sans concentration particulière sur Paris. Et enfin, la répartition des réponses est également équilibrée par tranche d'ancienneté de l'adhésion au réseau FNAIM.

61% des adhérents ont une flotte de téléphone mobile

Plus de six adhérents sur dix (62% exactement !) disposent d'une flotte de téléphone mobiles. 38 % d'entre eux mettent 1 à 2 mobiles à disposition de leurs collaborateurs, 38 % de 3 à 5 mobiles et 20 % plus 6 mobiles. Côté opérateur c'est Orange qui arrive en tête (57% des adhérents y ont souscrit leur offre), suivi de Bouygues (21%) et de SFR (17) Wifi.

Et 57% d'entre eux disposent d'une solution wi-fi

En terme de réseau sans fil, 57 % des adhérents ont adopté une solution Wifi pour l'agence dont 26 % déclare avoir souscrit à une offre auprès d'Orange Wanadoo. Le plus surprenant est que les professionnels interrogés limitent leur accès wi-fi aux bureaux : 72 % affirment en effet ne pas utiliser de connexion Wifi à l'extérieur de leur société. Seuls 10 % communiquent avec une connexion sans fil en dehors de la société.

L'étude réalisée en mai 2007 s'appuie sur un retour de plus de 150 formulaires concernant environ 200 agences.

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

- | | | |
|---|---|----------------------|
|  | Se Loger 0826 622 236
info-pub@pressimmo.com | 2 ^e couv. |
|  | L'Adresse 01 64 53 83 83
expansion@ladresse.com | p5 |
|  | Paru Vendu 0810 155 810 | p7 |
|  | Cabinet Bedin 05 56 47 47 13 | p8 |
|  | In&Fi Crédits 01 34 57 20 05
contact@inandfi.fr | p10 |
|  | Immo'Flash 01 41 32 38 70
contact@immo-flash.com | p14 |
|  | Visit on Line 0805 965 792
info@explisite.com | p13 |
|  | Swixim 0810 800 100
accueil@swixim.ch | p17 |
|  | MBM 0810 38 95 24
info@mbm-gestion.fr | p19 |
|  | Era Immobilier
01 39 24 69 00 developpement@erafrance.com | p23 |
|  | Pages Jaunes 0810 136 136
servicepro@annoncesjaunes.fr | p24 |
|  | Guy Hoquet l'Immobilier
0811 740 024
accueilweb@guy-hoquet.com | p27 |
|  | Logique 01 45 92 88 50
logique@wanadoo.fr | p31 |
|  | Solvimo 0810 416 402 | p29 |
|  | Direct Annonces
01 45 72 92 00
contact@directannonces.com | p33 |
|  | Webgenery Solutions
0820 309 054 - info@webgenery.com | p34 |
|  | CBI 04 90 16 94 84
benoit.troubat@cbi-troubat.com | p38 |
|  | La Régie du Salarial
04 70 32 58 94 - contact@rsimmo.fr | p38 |
|  | Eric Mey Developpement
0825 004 124
g.eymeric@eric-mey.com | p38 |
|  | Saccap 0810 813 030
info@capim.fr | 3 ^e couv. |
|  | Periclès 0810 0810 00
contact@pericles.fr | 4 ^e couv. |

Le salon de la copropriété innove sur le développement durable !

Le salon de la copropriété et de la gestion, rendez-vous bien connu des professionnels de la copropriété et de la gestion des biens, innove en créant l'espace développement durable. En 2006, 83% des visiteurs se déclaraient soucieux de la performance énergétique des bâtiments qu'ils occupent, louent ou gèrent. Cette année (du 24 au 26 octobre, à Paris Expo, porte de Versailles), ils auront à leur disposition un nouvel espace

SALON DE LA COPROPRIÉTÉ) **ET DE LA GESTION DE BIENS**

développement durable, pourront suivre un cycle de conférence et poser leurs questions aux institutionnels et prestataires de services présents. www.salondelacopropriete.com. Une invitation au salon sera jointe au prochain numéro du Journal de l'Agence.



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



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



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



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

L'immobilier à sa grande école

Créé à l'initiative des groupes Foncia, Citya Immobilier, CDSI-IMMO de France, Sagefrance, Tagerim et l'Ecole Supérieure de Commerce de Pau, le nouvel Institut international de l'immobilier à Paris accueillera à la rentrée prochaine deux formations supérieures et un pôle de recherche.



Cet institut s'inscrit dans la volonté de différents acteurs de la profession de s'appuyer sur une grande école de commerce pour « développer une véritable filière de formations dédiée aux métiers de l'immobilier et satisfaire les besoins des entreprises du secteur en formant ses cadres et ses futurs dirigeants », expliquent ses fondateurs. Il est vrai que les métiers de l'immobilier, peu connus des étudiants, ne « font

pas partie de ceux vers lesquels ils s'orientent naturellement », . Pourtant, « les perspectives d'employabilité, de carrière et de rémunération sont garanties par un secteur particulièrement dynamique qui présente un taux de croissance à 2 chiffres depuis plusieurs années ».

Cette école accueillera donc dès la rentrée prochaine deux formations supérieures et un pôle de recherche. Et ce, pour répondre aux évolutions rapides du marché. Un programme Bachelor dédié aux professions de l'immobilier : gestion de copropriété, gérance, comptabilité-mandants et transaction, d'une durée de 12 mois, est ouvert aux étudiants titulaires d'un bac +2 et +3. Le programme Master sera quant à lui dédié à l'administration de biens. D'une durée de 12 mois, il est ouvert aux étudiants titulaires d'un Bac +4 et +5. Ces diplômés évolueront vers des fonctions de direction métiers puis de direction d'agence.

**Pour en savoir plus : www.esc-pau.fr,
www.institutnationalimmobilier.fr**

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

Le Journal de
l'Agence
 L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER n°14

“ Annonceurs,
 si vous souhaitez
 participer au prochain
 Journal de l'Agence ”

veuillez contacter

Catherine à :

catherine@journaldelagence.com
 JDA Editions - 53 rue Baudin
 92593 LEVALLOIS-PERRET Cedex

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

GROUPE ERIC MEY
 Groupe immobilier national fondé en 1947

Des moyens performants

- Un fichier commun des affaires unique, fonctionnant en temps réel
- Une assistance juridique, commerciale et administrative permanente
- Une informatique performante tournée vers les nouvelles technologies
- Une formation continue des agents et une animation de réseau efficace

Des services complets

- Transaction immobilière
- Gestion locative
- Promotion immobilière
- Financement
- Assurance
- Défisicalisation
- C.H.R.
- Gestion d'officines
- Marchand de biens

CONTACT

ERIC MEY Développement
 4 rue de Tourne 84100 ORANGE

ERIC MEY Développement Paris
 1 rue François 1^{er} 75008 PARIS

ERIC MEY Développement Lyon
 23 quai Jean Moulin 69002 LYON

www.eric-mey.com

► N° Indigo 0825 004 124

RECRUTEMENTS PERMANENTS
 Contactez-nous !

Le TUC IMMO
 Réseau national d'agences immobilières
 www.letuc.com

idimmo
 L'IMMOBILIER EN DIRECT
 Réseau national d'agents indépendants
 www.idimmo.net

C.B.I

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

CBI TROUBAT
 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 les régions
 au Nord de la Loire :
 Jean Cyriaque LE GOFF
 jc.lg@cbi-troubat.com et/ou 06.99.09.48.81

A VOTRE SERVICE

GARANTIE DES LOYERS IMPAYÉS

CAPIM, l'assureur conseil des professions immobilières, filiale de **SACAPP**, le spécialiste de la gestion des Garanties de Loyers Impayés, vous présente le contrat de référence G.L.I. pour les Administrateurs De Biens :

- **des garanties étendues** : ILLIMITEES en MONTANT et en DUREE, sans franchise ou délai de carence ;
- **une gestion dédiée** : l'équipe de juristes de SACAPP, gère vos contentieux à partir du commandement de payer, jusqu'à la récupération du bien ;
- **Une tarification avantageuse** : à partir de **1,45% TTC** pour un portefeuille minimum de 100 lots assurés et sous réserve de vérification.



A RETOURNER PAR TELECOPIE AU 01 41 86 06 10

Je souhaite être contacté pour obtenir une information complète sur le contrat Garantie des Loyers Impayés.

Autre demande de documentation

Loyers impayés bailleurs individuels

P.J. Immeuble

Propriétaire Non Occupant

RCP Loi HOGUET

Multirisque Bureaux

Multirisque Immeuble

Multirisque Habitation

Garantie Financière

Carence de M.R.H.

Garantie Revente 9 ans



CAPIM SA

39 rue Fessart

92772 Boulogne-Billancourt cedex

Tél. : **01 41 86 06 26**

VOS COORDONNEES :

Agence :

Nom / Prénom :

Adresse :

C.P. : Ville :

Téléphone :

Télécopie :

E-mail :

Périclès

5500
AGENCES
ÉQUIPÉES

LA RÉFÉRENCE DES LOGICIELS EN TRANSACTION IMMOBILIÈRE



Périclès orchestre* la diffusion de vos annonces sur les plus grands médias de l'immobilier.

* Programmation de base à base sans intervention de l'utilisateur

**PARTENAIRES
RESPECTANT
LA NORME
D'INTÉGRATION
DE PÉRICLÈS**



La liste des partenaires est susceptible d'évoluer régulièrement. Vous recevrez les caractéristiques complètes du programme de multi diffusion sur simple demande.

contact@pericles.fr

N° Azur 0810 0810 00

PRIX D'APPEL LOCAL

Périclès
www.pericles.fr

L'informatique au service de l'immobilier.