

# Journal de **l'Agence**

TOUTE L'INFORMATION PRATIQUE POUR LES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

## **DOSSIER**

**LA CONCIERGERIE,  
LA CLÉ DE LA RELATION  
CLIENT**

## **MÉTIER**

**COMMENT BIEN GÉRER  
VOTRE TEMPS**

## **JURIDIQUE**

**TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR  
SUR LES PLUS-VALUES**

**BRICE CARDI  
PRÉSIDENT DU RÉSEAU L'ADRESSE**

**RENFORCER LA MARQUE  
EMPLOYEUR**



Comme les plus sages,  
gagnez en efficacité et en mandats  
avec nos solutions pro



Rendez-vous sur  
[pro.meilleursagents.com](https://pro.meilleursagents.com)



**40** **Dossier**  
La conciergerie, la clé de la relation client.

**36**

**Grand témoin**  
Rencontre  
avec  
Brice Cardi,  
président  
du réseau  
L'Adresse.



**JDA Edition** • BP 20 - 91570 Bièvres  
• [www.journaldelagence.com](http://www.journaldelagence.com)

**Conception éditoriale et rédaction**

• MySweetProd • 10 rue de  
Penthièvre - 75008 • 06 99 84 67 89

**Rédactrice en chef** Ariane Artinian  
• [aartinian@bazikpress.com](mailto:aartinian@bazikpress.com)

**Régie Publicitaire**

• Catherine Renner • 06 64 21 56 25  
• [catherine@journaldelagence.com](mailto:catherine@journaldelagence.com)

**Ont collaboré :** Dominique

Boussuge, Bernard Cadeau, Henry  
Buzy-Cazaux, Stéphanie Coccozza,  
Olivia Delage, Caroline Dubuis-  
Talayrach, Pierre Fasquelle, Nathalie  
Gardes, Évelyne Gielin, Fabrice  
Larceneux, Vincent Le Grand,  
Laurence Liwarek, Karine Mahieux,  
Michel Mouillart, Édouard du  
Penhoat, Étienne Petit, Anne-Claude  
Poncet, Jérôme Revy, Caroline Theuil.

**Édition** • Monique van Weddingen

**Directrice artistique** • Sandrine  
Rossignol • 06 12 25 42 38

• Cédille Communication

**Crédit photo**

• Christophe Lebedinsky/MySweet  
Prod • StockAdobe • Pixabay

**Imprimerie** • Rivet Presse Edition

**N° ISSN :** 1764-2345

**N° SIREN :** 449 073 766 RCS Paris

**Tirage :** 32 000 exemplaires

**Routeage :** 31 450 exemplaires

### À L’AFFICHE

- 6 10 000 caducées Vesta d'ici la fin de l'année.
- 8 Les mesures phares du projet de la loi Nogal.
- 8 Améliorer sa relation client.
- 10 La guerre est déclarée aux logements vacants.
- 12 Les trois défis majeurs pour la profession.
- 14 Opération séduction pour le Groupe SeLoger.
- 16 Les avis clients s'imposent dans le paysage immobilier.
- 16 Bien'ici, 3<sup>e</sup> portail de recherche immobilière.
- 18 Carton plein pour la convention Nestenn !
- 20 Les pros de l'immo... en vidéo !

### TRIBUNES

- 24 2019, année des records, 2020, année des défis. Bernard Cadeau.
- 26 Impayés de loyer : la passion contre la raison. Henry Buzy-Cazaux.
- 28 Comment mieux évaluer les placements immobiliers. Fabrice Larceneux
- 76 Disrupter ou mourir. Jérôme Revy.

### CONJONCTURE

- 30 Avis de tempête. Michel Mouillart.

### GRAND TÉMOIN

- 36 Brice Cardi, président du réseau L'Adresse.

### DOSSIER

- 40 **La conciergerie, la clé de la relation client.** Formidable arme de communication, la conciergerie génère de la notoriété, du business et surtout de la recommandation.
- 44 **Ça bouge dans la garantie locative !** Après les dispositifs publics Loca-Pass, GRL, GUL et Visale, des acteurs privés investissent le marché de la garantie locative.

### GUIDE

- 50 **Juridique** Tout ce qu'il faut savoir sur les plus-values.
- 54 **Du fond de la cour** Vérifiez la solvabilité de votre acquéreur !
- 56 **Juridique** Condition suspensive de prêt et renonciation.
- 60 **Juridique** Achat à deux ou plus, tontine or not tontine.
- 64 **Urbanisme** Usage et destination d'une construction.
- 68 **Marketing** Contourner la vente entre particuliers.
- 72 **Marketing** Faire atterrir le vendeur sur le prix.
- 78 **Marketing** Les 5 erreurs à éviter sur Facebook.
- 82 **Juridique** Lettre recommandée électronique, l'an 1.
- 86 **Métier** Les clés pour bien gérer votre temps.
- 88 **Pratique** Quel est votre « Avenir professionnel » ?
- 90 **Expertise** Distinguer les différentes fissures.
- 94 **Savoir Être** Comment approcher un client conservateur.

# 10 000 CADUCÉES VESTA D’ICI LA FIN DE L’ANNÉE

**L’insigne de la profession rencontre un véritable succès ! Les commandes affluent. Alors, comment vous le procurer ?**

**R**appelez-vous, les 25 et 26 novembre 2019, la Fédération nationale de l’immobilier (Fnaim) présentait, lors de son congrès au Carrousel du Louvre, à Paris, le nouveau symbole des professionnels de l’immobilier qui exercent les métiers réglementés d’agent immobilier, de syndic ou d’administrateur de biens. Le caducée avait été très bien accueilli...

### **Vesta : signe distinctif des titulaires de la carte professionnelle**

Quelques mois plus tard, l’engouement pour Vesta, déesse du foyer, choisie pour être l’insigne de la profession destiné à clarifier les aptitudes des différents acteurs de l’immobilier et à protéger au mieux les consommateurs, ne faiblit pas. Déjà 5 000 professionnels ont commandé le caducée. La moitié d’entre eux ont opté pour l’enseigne drapeau, l’autre moitié pour l’écusson mural. Et, d’ici la fin de l’année, 10 000 professionnels afficheront leur professionnalisme en façade ou en vitrine.

« Le caducée n’est pas une marque ni une enseigne commerciale et, pourtant, il rencontre un véritable succès, se réjouit Jean-Marc Torrollion, président de la Fnaim. Cela démontre bien que, dans cette pro-

fession, il y a une profonde aspiration à afficher son professionnalisme, son excellence, la réglementation... C’est vraiment un insigne de qualification et c’est comme cela qu’il est perçu, puisqu’il est indifféremment commandé par des réseaux, des agents indépendants, des groupes, appartenant ou pas à la Fnaim. Il fédère l’ensemble des professionnels. »

### **Marche à suivre**

Vous avez plusieurs façons de vous procurer le caducée. Vous pouvez le faire sur les sites [fnaim.fr](http://fnaim.fr) ou [vitrinemedia.com](http://vitrinemedia.com). Pour passer commande via le site de la Fnaim, il suffit de cliquer sur l’onglet « Caducée Vesta », en haut à droite de la page d’accueil, et ensuite sur « Commander ». Vous serez alors redirigé automatiquement sur le site de [vitrinemedia.com](http://vitrinemedia.com).

Attention, vous devrez justifier d’une carte professionnelle et également signer électroniquement la charte d’engagement. Et si, vous devez remplir une demande d’autorisation préalable pour une enseigne drapeau, la Fnaim a tout prévu : vous trouverez l’ensemble des documents en ligne. Après avoir passé commande, vous recevrez l’insigne dans un délai de trois mois maximum. Bref commander Vesta ne



Jean-Marc Torrollion, président de la Fnaim

prend que dix minutes !

### **Vers une reconnaissance réglementaire**

« Julien Denormandie nous a soutenu dans ce projet et nous soutient encore, reprend Jean-Marc Torrollion. Nous sommes en train de discuter avec lui les bases réglementaires pour mettre en place ce caducée. Plus les professionnels seront nombreux à afficher cet insigne en façade de leur agence,

plus cela aura de poids, et plus le gouvernement sera enclin à légiférer pour faire de Vesta, à côté de la carte professionnelle, l’insigne réglementaire de notre profession ! »

La plaque murale coûte 250 euros et l’enseigne drapeau 500 euros. Les enseignes ou plaques se fixent simplement et peuvent même être installées sans professionnel dédié. ■

Olivia Delage

# LES MESURES PHARES DU PROJET DE LOI NOGAL

La proposition de loi du député LREM, Mickaël Nogal, visant à réconcilier les locataires et les propriétaires, s’appuie sur trois mesures phares.

### Rétablir la confiance autour du dépôt de garantie

**Le constat :** 65 % des litiges entre propriétaires et locataires portent sur la non-restitution du dépôt de garantie.

**La solution :** Le locataire devra confier son dépôt de garantie à un professionnel de l’immobilier, qui consignera ces fonds et les restituera à la fin du bail.

### Autoriser le recours à un seul garant

**Le constat :** Nombre de

propriétaires demande plusieurs garants aux locataires, dont la solvabilité est pourtant prouvée par les documents demandés.

**La solution :** Les propriétaires ne pourront plus exiger plus d’un garant à leurs locataires. Cette mesure vise à limiter son utilisation au profit de nouvelles solutions plus justes et plus fiables pour les locataires comme pour les propriétaires.

### Sécuriser les propriétaires contre d’éventuels impayés ou dégradations

**Le constat :** La crainte de l’impayé engendre des comportements irrationnels voire illégaux. Deux propriétaires sur trois préfèrent gérer leur location de parti-



culiers à particuliers.

**La solution :** Pour apaiser les relations, les propriétaires pourront percevoir leurs loyers tous les mois, quoiqu’il arrive du côté du locataire. Cette sécurisation totale sera rendue possible grâce à la création d’un nouveau mandat de

gestion qui sera proposé par les administrateurs de biens. Ce mandat intégrera la prise en charge d’éventuelles dégradations ou de frais de procédure. Les professionnels apporteront ainsi une véritable valeur ajoutée aux locataires et aux propriétaires. ■ A. J.

## AMÉLIORER SA RELATION CLIENT

Century 21, filiale du groupe Nexity, est classé numéro 1 de la relation client pour la cinquième année consécutive par le cabinet Human Consulting Group. Voici les conseils de Laurent Vimont, son président, pour améliorer votre relation client.

### Répondez en temps et en heure aux demandes

Le manque de réactivité des agences est l’un des premiers griefs des consommateurs. On entend souvent dire : « L’agence ne m’a pas rappelé ou a mis trop de temps

à me recontacter ». Il est donc important de rappeler en temps et en heure un client qui a laissé un message téléphonique ou envoyé un mail.

### Évaluez en permanence la prestation de l’agence

Une bonne qualité de service passe par un travail d’évaluation. Comment savoir autrement si le client est satisfait ? Chez Century 21, un dispositif baptisé « Qualitelis » évalue la prestation de l’agence à chaque étape d’une transaction (de l’estimation à l’acte défini-

tif, en passant par la prise de mandat et la signature du compromis de vente). Un questionnaire est adressé au client pour noter le service rendu par l’agence.

### Observez vos collaborateurs travailler

Il faut que chaque patron d’agence comprenne que, même s’il a le sentiment que ses collaborateurs font bien leur métier, il vaut mieux qu’il s’en assure sur le terrain ! Pour aider vos collaborateurs à progresser, accompagnez-les de temps en temps en



porte-à-porte ou en rendez-vous pour voir comment ils travaillent, ils font une estimation, ils rentrent un mandat... Demandez ensuite ses impressions au client. Évidemment pas devant le collaborateur ! ■

*Olivia Delage*

# LA GUERRE EST DÉCLARÉE AUX LOGEMENTS VACANTS

Inciter les propriétaires de logements vides à les remettre sur le marché, c’est l’objectif du plan national lancé par le gouvernement.

La ministre de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, Jacqueline Gourault, et le ministre chargé de la Ville et du Logement, Julien Denormandie, lancent un appel aux propriétaires des logements non occupés pour mobiliser les différentes solutions qui s’offrent à eux. Le Plan national de lutte contre les logements et locaux vacants propose également aux maires de les aider à construire des stratégies de lutte contre ce fléau.

### 200 000 logements concernés

Selon les chiffres du gouvernement, pas moins de 200 000 logements du parc privé sont structurellement vacants dans les territoires considérés comme tendus. Constructions neuves, réhabilitation du parc existant, remise sur le marché des logements vacants, le plan conjugue plusieurs leviers pour loger les Français.



Le dispositif va se dérouler en trois phases. La première consiste à cartographier la vacance et d’en comprendre les causes grâce à des données jusqu’alors inexploitées. La deuxième prévoit d’inciter à la location en s’intéressant aux raisons qui conduisent les propriétaires à garder les logements vides. « Certains peuvent avoir besoin d’aides à la rénovation si le bien est trop dégradé, c’est pour cela que nous avons

développé la plateforme [Facilhabitat.gouv.fr](http://Facilhabitat.gouv.fr) sur laquelle les propriétaires pourront trouver toutes les informations utiles pour remettre leur(s) bien(s) sur le marché, précise le communiqué du gouvernement. D’autres ont peur des impayés ou des dégradations. La garantie Visale est là pour cela. Gratuite, elle a déjà permis de sécuriser 200 000 propriétaires. »

Enfin, la troisième phase du plan vise à réquisition-

ner les logements vacants, notamment dans les zones tendues où les démarches d’incitation auprès des propriétaires, en particulier les personnes morales (banques, assurances, financiers), auraient échoué.

### Des outils pour repérer les logements vacants

Pour sa mise en œuvre, le plan s’appuiera sur des territoires d’accélération. Les collectivités seront accompagnées et disposeront de nouveaux outils pour repérer les logements vacants, caractériser le profil des propriétaires et adapter leur communication. Après les élections municipales, une dizaine de territoires volontaires seront identifiés pour construire avec les élus et leurs équipes une stratégie territoriale de lutte contre la vacance. ■ E.J.

« C’est inacceptable que notre pays compte autant de logements vacants alors que des solutions existent. Il faut que les propriétaires de ces biens s’en saisissent, c’est le cœur du plan que nous lançons aujourd’hui : identifier, inciter, réquisitionner. »

Julien Denormandie, ministre chargé de la Ville et du Logement.



# LES TROIS DÉFIS MAJEURS POUR LA PROFESSION

**Digitalisation, baisse des honoraires et transparence cristallisent les attentes des Français envers les agents immobiliers.**

La part de marché des agents immobiliers, qui progressait régulièrement depuis 1945, a cessé d’augmenter depuis une dizaine d’années. La profession doit donc se mettre en question et ce, d’autant plus, que de nouveaux modèles arrivent sur le marché.

Meilleurs Agents, en partenariat avec OpinionWay\*, a justement réalisé une étude sur ce qu’attendent réellement les Français des agents immobiliers. Cette étude, qui confronte le point de vue des particuliers et celui des professionnels sur la digitalisation du secteur, est plutôt rassurante : les agents immobiliers ont une bien meilleure image auprès des Français (55 %) qu’ils ne le pensent (32 %), et la majorité des particuliers ne souhaite pas leur disparition. Toutefois, elle met aussi en évidence les attentes des particuliers.



### Mieux s’appropriier le digital

Deux tiers des personnes interrogées trouvent que les agents ne sont pas assez innovants. Et si l’avenir de la profession passait par le digital ? Et si celui-ci était une véritable opportunité d’évolution, facilitant

le travail au quotidien des agents tout en apportant plus de confiance et de valeur ajoutée pour les particuliers ? Car, qu’attendent les Français ? Plus d’accompagnement pour un meilleur service .

Face à l’émergence de nouveaux acteurs, les

agences hybrides low-cost et les iBuyers, phénomène encore marginal, les agents immobiliers ont intérêt à enclencher la vitesse supérieure sur le digital. Évidemment, ils se sont équipés, et bien plus que ne l’ont fait d’autres professions, mais ils n’en exploitent pas encore tout le potentiel. S’ils ont pris conscience de la révolution digitale, ils ne se sont pas appropriés tous les nouveaux outils qui existent pour leur permettre de mieux répondre aux attentes des consommateurs. Par exemple, le digital, qui sert à la diffusion des annonces, pourrait aussi être utilisé pour apporter plus de transparence sur l’activité, sur la

## 3 défis pour demain

### Baisser les honoraires



72% des vendeurs jugent le montant des honoraires " excessifs "

### Innovier pour mieux accompagner



2/3 des Français trouvent que les agents ne sont pas assez innovants

### Créer de la confiance



Seul 1 vendeur sur 2 a confiance dans les agents

# OPÉRATION SÉDUCTION POUR LE GROUPE SELOGER

Le portail lance l’offre Vendeurs 360 pour augmenter la visibilité des agents immobiliers auprès des vendeurs de leur secteur.

Permettre aux professionnels de l’immobilier de devenir la référence auprès des vendeurs de leur secteur sur les deux plus gros portails immobiliers de France et partout sur le Web, c’est l’ambition de la nouvelle offre Vendeurs 360 du Groupe SeLoger. Cette offre s’appuie sur une double exposition – les portails SeLoger et Logic-Immo consultés aujourd’hui par six vendeurs sur dix dans le cadre de leurs projets. « Avec SeLoger et Logic-Immo, le Groupe SeLoger se positionne comme le leader en France en notoriété. Avec seulement 6 % de contacts en commun, l’audience entre SeLoger et Logic-Immo est hautement complémentaire », observe Jean-Briac Lorcy, Head of New Business du Groupe SeLoger.

**Une visibilité ultraciblée**  
L’offre Vendeurs 360 offre tout d’abord une visibi-



lité publicitaire ultraciblée auprès des propriétaires vendeurs sur les deux plus gros portails 100 % immobiliers de France. Le professionnel de l’immobilier bénéficie ainsi d’une forte exposition auprès des vendeurs situés dans son secteur géographique sur toutes les pages dédiées aux vendeurs (cartes des prix, estimations en ligne, biens vendus, etc.) de Se-

Loger et Logic-Immo.

**Campagne de retargeting**  
L’offre Vendeurs 360 offre par ailleurs une visibilité publicitaire ultraciblée et répétée auprès des propriétaires vendeurs sur les principaux sites français à forte audience. Grâce à son expertise data unique sur le marché, le Groupe SeLoger opère des campagnes de *retargeting*

(reciblage publicitaire) puissantes et ultraprécises sur les vendeurs potentiels tout au long de leur navigation sur le Web. La publicité du professionnel de l’immobilier est donc ensuite exposée, à plusieurs reprises, partout sur la Toile auprès de son cœur de cible.

« L’offre Vendeurs 360 du Groupe SeLoger, unique sur le marché, permet au professionnel de l’immobilier de gagner en efficacité en concentrant ses moyens sur tous les potentiels vendeurs de son secteur, conclut Jean-Briac Lorcy. Grâce à ce dispositif, il peut libérer un temps précieux pour travailler ses prospects et ainsi enrichir sa base de prospection ». ■ E.J.



“ Avec SeLoger et Logic-Immo, le Groupe SeLoger se positionne comme le leader en France en notoriété. [...] L’offre Vendeurs 360 permet au professionnel de se libérer un temps précieux pour travailler ses prospects et enrichir sa base de prospection. ”

Jean-Briac Lorcy, Head of New Business du Groupe SeLoger

# LES AVIS CLIENTS S’IMPOSENT DANS LE PAYSAGE IMMOBILIER



Jean-David Lépineux, fondateur d’Opinion System

**O**pinion System a étudié, avec l’Ifop, les perceptions et usages des Français en matière d’avis clients dans le secteur de l’immobilier. Souvent remis en question, les agents immobiliers comptent aujourd’hui parmi les professionnels les plus concernés par la révolution des usages liés au numérique et sont bousculés par de nou-

veaux acteurs. Opportunités pour les uns de faire valoir savoir-faire et compétences, menaces pour les autres, les avis clients s’imposent dans le paysage et leurs usages progressent chaque année.

### Des Français en quête d’informations fiables sur les professionnels

Parmi les grands enseignements tirés de la grande

enquête « Perception et attitude à l’égard des avis clients », menée en novembre 2019 par Opinion System, il ressort que 28 % des Français ayant mené un projet immobilier dans les cinq dernières années déclarent avoir eu recours aux avis clients, soit 4 % de plus qu’en 2018. Cet usage est sensiblement différent selon la tranche d’âge des personnes interrogées : 33 % d’utilisateurs chez les 25-34 ans, 31 % des 35-49 ans et 13 % des plus de 65 ans.

### 1 Français sur 2 estime que l’absence d’avis n’est pas rassurante

Pour pratiquement la moitié des Français (49 %), les avis clients sont devenus une réalité incontournable, et l’absence d’avis sur une agence immobilière est plutôt inquiétante. Selon Jean-David Lépineux, fondateur d’Opinion System,

c’est le signe de maturité croissante des internautes : « La présence d’avis négatifs et/ou neutres contribue prioritairement à ce qu’ils fassent confiance aux avis clients publiés dans le secteur immobilier. La fiabilité devient aussi un élément important, puisque la source sur laquelle a été publié l’avis est essentielle pour 1 Français sur 5.

S’il reste encore une grosse marge de progression, ce dernier résultat est le signe pour Jean-David Lépineux d’une exigence de plus en plus forte des consommateurs pour une information fiable et transparente. « Répondre à cette attente est un grand pas en avant, pas toujours évident au début, que font de plus en plus de professionnels qui comprennent mieux l’intérêt des avis clients pour leurs activités », conclut-il. ■

Olivia Delage

## BIEN’ICI, 3<sup>E</sup> PORTAIL DE RECHERCHE

**E**n octobre dernier, selon les chiffres de Médiamétrie, Bien’ici s’est imposé comme le troisième portail de recherche immobilière, devant Logic-Immo.

Quatre ans après son lancement, le site d’annonces géolocalisées, comme il aime se présenter, affiche fièrement sa croissance et la progression de sa notoriété. En s’appuyant sur les chiffres de Médiamétrie,

Bien’ici s’affirme comme un acteur incontournable parmi les plateformes de recherches immobilières, en terme de visiteurs uniques.

### + 20 % de progression en un mois

Avec près de 4 millions de visiteurs uniques, ce qui peut s’expliquer par la campagne tant sur le petit écran que sur le terrain effectuée en septembre 2019,

Bien’ici enregistre une des plus importantes progressions, avec une audience en augmentation de plus de 20 % en octobre par rapport au mois précédent. « Nous sommes jeunes, explique David Benbassat, directeur général de Bien’ici. Tous les investissements publicitaires et marketing, chaque année en augmentation, que nous réalisons, nous permettent de croître et d’afficher aujourd’hui de



très belles performances ! C’est un parcours à marche forcée, certes, mais qui porte ses fruits : nous réussissons à doubler notre audience et le volume de leads que l’on génère à nos clients tous les ans. » ■ O. D.

# CARTON PLEIN POUR LA CONVENTION NESTENN !

**Le Congrès national du réseau immobilier, qui s’est tenu le 27 janvier à Port-Marly, a réuni 900 franchisés et collaborateurs.**

Olivier Alonso, président de Nestenn, Delphine Rouxel, directrice générale, et Hervé Bourriaud, leur associé, ont fédéré avec brio plus de 900 participants venus de toute la France métropolitaine, de Corse et de l’international pour le congrès annuel du réseau immobilier. « La croissance du réseau immobilier Nestenn, né en 2017 de la fusion du groupe Solvimo et d’Avis-Immobilier, est l’illustration absolue d’une synergie sans faille d’hommes et de femmes aux croyances positives », se félicite Olivier Alonso. Des invités de marque, têtes d’affiche incontestables, ont embrasé l’événement. Ainsi, le journaliste et animateur de TF1 (« Sept à huit »), Harry Roselmack, a remis diplômes, trophées et félicitations. Mickaël Aguilar, conférencier émérite en *incentive*, a révélé à l’assemblée le secret des vendeurs d’élite. Côté détente, l’artiste plurielle Camille Lellouche a séduit l’assis-



tance tout en chanson et humour parodique. Losmose plus que parfaite entre franchisé(e)s, directeurs et directrices agences, conseillers et conseillères en immobilier, assistantes et staff, a contribué à la réussite de cette manifestation. Jimmy Morose, le représentant de l’agence Nestenn de Miami aux États-Unis, a fait le déplacement de Floride, ainsi que Stéphane Lapierre, de l’agence Nestenn du Sénégal. Véronique Discours-Buhot, nouvelle déléguée générale de la Fédération française de la franchise (FFF) était aussi présente,

ainsi que plusieurs partenaires comme Le Bon Coin, Renault et BMW.

### Objectif : 600 franchisés à fin 2023

Fort de ses 355 agences en France, dont la Corse et les Dom-Tom, de ses agences à l’international (Floride, Nouvelle-Calédonie, Sénégal, île Maurice, Portugal), de 1 900 collaborateurs, de 115 millions d’euros de chiffres d’affaires total groupe générés en 2019 et d’un objectif de 600 agences franchisées fin 2023, le groupe Nestenn, premier réseau multifranchisé de France, est sans

conteste en plein essor. De par ses projets de digitalisation métier renforcée, ses objectifs d’extension nationale et internationale, son renforcement de l’équipe de développement, sa stratégie de formation, son accompagnement performance et ses axes de communication, le groupe attire de plus en plus d’agents immobiliers indépendants et de professionnels en reconversion. À travers ses valeurs, Nestenn, c’est + de 91,6 % de clients satisfaits en France, le label Happy AtWork 2018, l’engagement avec la fondation Nest’aime, et aussi la vice-présidence d’Olivier Alonso de l’Ame-pi, un siège d’administrateur à la FFF et la récompense du ruban d’argent de la FFF en novembre 2019. ■

Olivia Delage



« Je suis extrêmement fier de tous mes franchisés, véritables performeurs qui, au sortir de ce congrès, sont encore plus motivés pour monter ou remonter sur le podium l’année prochaine ! »

# LES PROS DE L’IMMO... EN VIDÉO !

Qui aurait pu prédire que YouTube correspondrait à des pros de l’immobilier ? Portraits croisés de trois créateurs innovants.



Cédric Laporte, créateur de Le Blog immobilier des professionnels, Julien Brizet, auteur de sketches sur l’immobilier, Olivier Guerre, fondateur du site Le Formateur Immobilier.

Le point commun entre Olivier Guerre, Cédric Laporte et Julien Brizet tient en un paradoxe. Aucun des trois n’a jamais vraiment cru, au départ, que la caméra qu’ils manient aujourd’hui à la perfection deviendrait un outil de travail comme un autre. Ils ne sont pas réellement youtubers : ils ne comptent pas sur une communauté de fans pour monétiser leurs vidéos. Ils ne sont pas non plus vidéastes : tous mettent en avant leur passion de l’immobilier et leur attachement à ce milieu. Pourtant, leur éclosion sur le petit écran du Web a fait bondir leur notoriété, au point qu’ils sont prêts à redéfinir les contours de leur profession.

### La vidéo, un accessoire de diffusion sur les réseaux sociaux...

« YouTube n’est pas un média que j’utilise pour capitaliser », balaye d’emblée Olivier Guerre. Celui que l’on connaît plus sous le nom de « Le Formateur immobilier » préfère mettre en avant son utilisation pointue des réseaux sociaux en général, sans pour autant les réduire à la vidéo seule. Il n’empêche : sur son site Internet, les vidéos qu’il poste, en situation face à son auditoire, sont devenues un moyen efficace de véhiculer les grands thèmes des formations qu’il dispense. De la même manière, la vidéo a d’abord été pour Cédric Laporte, fondateur du Blog de l’immobilier des

professionnels, un moyen pratique de répondre au défi de la formation permanente : « Les métiers de l’immobilier sont des professions où le turnover est très rapide, explique-t-il. Plutôt que de rabâcher sans cesse les mêmes éléments aux nouveaux entrants qui ont besoin d’une formation, il nous a paru plus pratique de fixer ces éléments sur un support qu’on pouvait réutiliser. » Quant à Julien Brizet, qui met en scène sur les réseaux sociaux les transactions qu’il conclut, admet même qu’à l’origine, la vidéo était un loisir, un passe-temps qu’il diffusait sans but précis. « Cela me permettait juste de parler de mon métier de manière très large, détaille-t-il, je

ne m’adressais à personne en particulier ! »

### ... devenu un puissant vecteur de communication

De fil en aiguille, cependant, ce qui n’était qu’un moyen devient un objectif. Chacun à leur manière, les trois hommes se rendent compte que la vidéo n’est pas un outil comme un autre : moyennant un apprentissage rigoureux, elle permet de démultiplier sa force de frappe. « Les réseaux sociaux paraissent très simple, au premier abord. Ils sont en réalité incroyablement complexes ! », explique Olivier Guerre.

Cédric Laporte reconnaît ainsi s’être inspiré des influenceurs et des you- ▶

► tubers stars pour créer les vidéos qu’il diffuse sur sa chaîne YouTube. On le voit à son montage saccadé, rapide, où les plans larges alternent avec les prises resserrées et la diffusion de mots clés : la vidéo devient un média de communication à part entière.

Neiluj Immo, anagramme de Julien (Brizet), raconte même s’être inspiré de la série humoristique Les Deschiens dans certaines de ses mises en scène ! « Je pense même que, lorsque j’ai commencé à me mettre en scène comme je le fais, je n’osais pas vraiment m’avouer que je voulais que ça aille aussi loin ! », s’amuse-t-il aujourd’hui.

Est-ce à dire que ces professionnels d’un nouveau genre, issus de l’immobilier, sont en train de changer progressivement de métier pour créer une profession hybride ? « Joker !, tranche Cédric Laporte... Je pense simplement que la profession est en train d’évoluer, et, qu’à terme, les agents immobiliers devront devenir des créateurs de contenus... » Ce qui ferait de ces trois entrepreneurs des visionnaires.■

*Edouard du Penhoat*

## LES DEUX PIEDS DANS L’IMMOBILIER

Passe-temps, passion, vecteur de communication... Quelle que soit la manière dont on désigne les vidéos que réalisent ces trois hommes, ils n’en restent pas moins des professionnels de l’immobilier avant tout.



**Cédric Laporte** travaille à Villepreux, dans les Yvelines. Avant de se tourner vers la vidéo, il a investi les réseaux sociaux où il a compris l’importance de se créer une communauté. La page professionnelle qui porte son nom affiche près de 1 800 abonnés au compteur, et les annonces professionnelles y côtoient les messages plus personnels.

Seul **Julien Brizet** revendique une histoire plus longue avec la vidéo : il explique s’être lancé dans le montage il y a plusieurs années, même s’il n’en avait qu’une pratique personnelle (événements familiaux ou sportifs). Lui qui travaille toujours à Dijon (son agence est en centre-ville) n’abandonne pas son métier au profit du petit écran ! Régulièrement, il met en scène sur les réseaux sociaux les mandats qu’il conclut ou les particuliers avec qui il réalise des ventes. Sa page Facebook affiche près de 3 000 abonnés.



**Le Formateur Immobilier**  
281 abonnés  
**S'ABONNER**

Vidéos en ligne

Comment gérer vos baisses d'énergie dans une journée | LFI 179  
il y a 2 jours · 15 vues  
Sous-titres

De la même manière, **Olivier Guerre** est formateur immobilier. Il a créé un programme en ligne d’une durée de douze mois, qui promet à ses clients de les former aux « quatre piliers de la réussite » que sont le professionnalisme, le mental, l’attitude face au client et la capacité à organiser son travail de la manière la plus efficace possible. Même si ses vidéos fonctionnent bien, elles ne sont là encore qu’un moyen plutôt qu’une fin.

## Publication judiciaire

« Par décision du 22 mai 2019, la Commission nationale des sanctions a prononcé une sanction pécuniaire de 5 000 euros et une interdiction d’exercice d’une durée d’un an avec sursis à l’encontre de la SARL ARCHIVES PATRIMOINE exploitant une agence immobilière et une sanction pécuniaire de 3 000 euros et une interdiction d’exercice d’une durée d’un an avec sursis à l’encontre de son gérant et a décidé la publication de ces sanctions aux frais de la société, pour ne pas avoir respecté les obligations suivantes leur incombant en matière de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme prévues par le code monétaire et financier :

- l’obligation d’identification des clients et des bénéficiaires effectifs (article L.561-5 du code monétaire et financier) ;
- l’obligation de recueillir des informations sur la relation d’affaires (article L.561-6 du code monétaire et financier) ;
- l’obligation de ne pas établir ou de mettre un terme à la relation d’affaires lorsque le professionnel n’est pas en mesure d’identifier son client ou d’obtenir des informations sur l’objet et la nature de la relation d’affaires (article L.561-8 du code monétaire et financier) et,
- l’obligation de formation et d’information régulières du personnel (article L.561-33 du code monétaire et financier) ».

# 2019, ANNÉE DES RECORDS 2020, ANNÉE DES DÉFIS

**Forts d'une année 2019 exceptionnelle, restons mobilisés tant les défis sont nombreux dans un environnement concurrentiel.**

**F**aut-il se dire une dernière fois que 2019 fut l'année des records ? La réponse est oui ! Chacun a en tête ce triptyque : **taux bas, ventes records, prix records**. Les taux d'intérêts aussi bas (du jamais vu !) ont incontestablement dopé le marché, avec deux conséquences immédiates : un nombre de transactions jamais atteint dans le parc existant, qui a nettement dépassé le million d'unités, mais aussi une pression toujours plus forte sur les prix, avec la barre symbolique des 10 000 euros le mètre carré parisien franchie au second semestre.

Prévoir ou prédire ce que sera le marché en 2020 est hasardeux, et je ne prendrai pas ce risque, tant les aléas sont grands dans un climat général perturbé en ce début d'année !

**Pour autant quelques défis seront à relever par l'industrie immobilière et la communauté professionnelle.**

## PREMIER DÉFI : LES PRIX, LE VECTEUR DU MARCHÉ

Les prix vont-ils, peuvent-ils continuer de monter ? Vont-ils, doivent-ils baisser ?

**Les invariants demeurent** : il n'y a pas assez de logements, neufs et existants, en France. Le stock des biens disponibles a considérablement diminué en volume post record des ventes ; enfin les taux resteront à un niveau bas. La conjugaison de ces trois facteurs fait que les prix ne peuvent plus continuer à monter, sauf à bloquer le marché ! L'extrême souplesse des taux bas, qui a offert un gain de pouvoir d'achat de 25 % et plus en moins de dix ans, aura disparu par effet de rattrapage des prix. Le pouvoir d'achat des acquéreurs est contraint et les récents « conseils » des autorités financières envers les banques, les enjoignant de prêter avec plus de discernement, n'arrangeront rien. Nous avons déjà été confrontés à pareille situation dans le passé et, par expérience, je sais qu'il vaut mieux anticiper en déployant tous les efforts possibles en matière de pédagogie auprès des vendeurs, qui ont tous en tête les records de 2019. Ce sera, sans aucun doute, le défi numéro un à relever.



**BERNARD CADEAU**  
past-président d'Orpi

“**Considérons les défis à relever par la profession comme des opportunités qui ne se représenteront pas deux fois.**”

## DEUXIÈME DÉFI : NOUS MONTRER À LA HAUTEUR DE NOTRE NOUVEAU STATUT DE PROFESSIONNEL RECONNU

Le titre d'agent immobilier inscrit dans la loi est parachevé par le caducée. Merci et bravo à nos instances professionnelles qui ont su démontrer le rôle incontournable de l'agent immobilier.

Mais le projet de loi Nogal nous désigne dorénavant comme tiers de confiance dans cette relation tellement sensible entre bailleur et locataire. Il nous appartiendra de poursuivre le dialogue avec les parlementaires pour compléter et enrichir le texte, mais il nous appartiendra aussi, et j'allais dire surtout, de nous en emparer, **d'inventer un nouveau système assurantiel** ouvert à tous qui garantisse au bailleur un règlement à bonne date sécurisant son investissement, tout en facilitant le parcours du candidat locataire. Il nous appartiendra aussi d'accueillir les clients bailleurs en consignnant les dépôts de garantie, sans chercher à y trouver un centre de profit, mais en leur démontrant notre savoir-faire. C'est un moyen de développer une nouvelle expertise. De la transparence naît la confiance. **Vaste sujet, énorme défi, certes, mais énorme opportunité !**

## TROISIÈME ET DERNIER DÉFI MAJEUR : LE NUMÉRIQUE

À l'heure du digital et du numérique, il faut impérativement accepter de s'adapter au changement, d'innover, d'anticiper, en faisant des nouvelles technologies nos alliées. Tout va très vite et ira encore plus vite. Les start-up qui poussent un peu partout sont résolument tournées vers l'amélioration de la relation client et du parcours client.

Dans ce monde tellement ouvert et fulgurant, le professionnel se démarquera durablement à condition de démontrer sa compétence, de créer de la valeur pour ses clients et de la partager. Je ne doute pas que nous saurons toutes et tous relever ces défis et marquer 2020 de notre empreinte ! ■

*Bernard cadeau*

# IMPAYÉS DE LOYER : LA PASSION CONTRE LA RAISON

**La création d'un fichier de loyers impayés est d'abord destinée à établir un climat de confiance entre le gestionnaire et le locataire.**

**E**n annonçant au détour d'une phrase, lors d'une conférence de presse, la création en cours d'un fichier des impayés de loyer, le président de la Fnaim a mis le feu aux poudres. Il ne l'imaginait sans doute pas, pour preuve, que même le responsable d'un corps intermédiaire de premier plan peut ne pas mesurer à quel point les relations entre propriétaires et locataires restent un thème sensible dans notre pays, près de quarante ans après la loi Quilliot !

## UN FICHIER ALIMENTÉ PAR LES PROFESSIONNELS DE LA GESTION

Il faut l'avouer : sur la base de cette information laconique, les esprits se sont anormalement échauffés. Le monde s'est vite coupé en deux : les tenants de l'ordre d'un côté, les sociaux de l'autre. En tout cas, c'est le piège dans lequel trop d'acteurs se sont précipités, se placer dans un camp sans considérer le détail du projet. Le ministre de la Ville et du Logement soi-même a préféré le jugement à l'emporte-pièce à l'analyse sereine. La passion a terrassé la raison, quand ce ne sont pas l'idéologie et la posture qui ont pris le pas. Car, enfin, de quoi s'agit-il ? Rien de plus qu'un fichier qui consignera l'identité et la situation des locataires en situation d'impayé lourd, de plus de trois mois en l'occurrence, et non gérée, c'est-à-dire n'ayant pas fait l'objet de discussion préventive avec l'administrateur de biens. On retient aussi que ce fichier ne sera alimenté que par les professionnels de la gestion et ne pourra être consulté que par eux. Ce point a été déterminant pour que la Cnil regarde favorablement cette initiative, alors qu'elle en avait repoussé plusieurs autres au cours des trente années précédentes.

Il faut comparer ce futur fichier à celui dont disposent les banques. Elles s'y réfèrent systématiquement lorsque vous sollicitez un crédit ou même seulement l'ouverture d'un compte. Le principe qui prévaut, loin de fermer le marché du crédit, le détend. Il est simple: si vous ne figurez pas sur le fichier,



**HENRY BUZY-CAZAUX**  
Président de l'Institut du management des services immobiliers

“ Le ministre de la Ville et du Logement soi-même a préféré le jugement à l'emporte-pièce à l'analyse sereine. ”

vous êtes présupposé fiable. Dès lors, votre demande de prêt, de facilité de caisse ou d'autorisation de découvert est examinée sur des bases normales, sans suspicion. À ce jour, comment peut-on se voiler la face ? Un candidat locataire, parce que son passé n'est pas connu, est vu comme porteur du risque théorique d'impayé. C'est pour cela que les gestionnaires, mandataires des propriétaires, multiplient les précautions et haussent la barre des preuves de solvabilité.

## EXPLIQUER PLUTÔT QUE POLÉMIQUER

Qui est passible de l'inscription au fichier dans ce contexte ? Les locataires de mauvaise foi et les négligents impénitents, qui représentent une fraction très réduite de la population mais altèrent le jugement finalement porté sur tous. Les premiers n'ont que faire du contrat qui les lie au bailleur et les seconds oublient à bon compte leurs obligations. Tous les autres, qui rencontrent des difficultés passagères liées à la dégradation de leur situation économique, ne sont pas concernés, dès lors qu'ils dialoguent avec l'administrateur de biens, l'informent en transparence de ce qui se passe et trouvent avec lui des solutions d'échelonnement ou de report. Ne sont pas non plus menacés ceux qui relèvent de la protection par des procédures sociales spécifiques, telles la commission de surendettement ou les CCAPEX (commissions de coordination des actions de prévention des expulsions locatives) et bien sûr les commissions relatives au Dalo (droit au logement opposable). La disqualification rapide par un membre du gouvernement de ce fichier est fâcheuse, comme l'est l'appellation de « fichier des mauvais payeurs », qui met le débat dans le champs moral, alors qu'il doit rester strictement dans celui de l'appréciation technique du risque d'incident. Il est désormais nécessaire d'expliquer et d'expliquer encore, plutôt que de polémiquer. ■

Henry Buzy-Cazaux

# LE AAA DES ACTIFS IMMOBILIERS

**La prise en compte de la qualité intrinsèque de l'immeuble permettrait de mieux gérer son investissement sur le long terme.**

L'épargne immobilière constitue un des placements préférés des Français. D'après l'Ifop, c'est le deuxième investissement privilégié pour préparer sa retraite (40 %), juste derrière l'assurance vie (50 %), qui comporte aussi de l'immobilier. La part accordée par l'ensemble des Français à l'investissement immobilier (sous toutes ses formes) est la plus élevée au monde (26 %), très supérieure à la moyenne européenne (15 %). Dans de nombreuses institutions financières, les conseillers en investissement proposent de consacrer une partie toujours plus importante de l'épargne en placements immobiliers indirects de type SCPI ou OPCI. Plus rentables que les obligations, les fonds d'épargne performants intègrent l'immobilier de bureaux, un placement réputé stable et plus rémunérateur que les obligations. En 2018, le fonds Euro le plus rentable était composé à 80 % de « pierre papier », c'est-à-dire surtout d'immobilier de bureaux. L'immobilier renforce son image de valeur refuge.

## UN RENDEMENT CALCULÉ SUR L'ÉVALUATION DES LOYERS

Et pourtant, la manière dont les calculs de rentabilité de ces investissements sont effectués est encore partielle, court-termiste et très « financiarisée » : le rendement des immeubles est calculé principalement en fonction de leur capacité à générer des loyers. Ces loyers sont projetés dans le futur et ces flux sont actualisés avec des formules plus ou moins sophistiquées. De manière étonnante, les investisseurs et les gestionnaires d'actifs tiennent finalement peu compte de la qualité intrinsèque de l'immeuble. La raison principale est que les gérants de fonds n'ont pas accès à des dispositifs performants d'évaluation de la qualité. Ils utilisent les informations de marché disponibles, à savoir principalement des prix de transaction. La durée des baux devrait sécuriser a priori ce rendement. Mais à l'heure de la flexibilité locative, les estimations deviennent plus compliquées, et le recours à une mesure de



**FABRICE LARCENEUX**  
Chercheur CNRS

« Il s'agit de tenir compte des risques économiques, environnementaux et sociaux associés à l'immeuble. »

la qualité intrinsèque du sous-jacent apparaît comme un impératif pour gérer efficacement la qualité et la sécurité d'un placement immobilier sur le long terme. Certes, des certifications existent qui permettent d'identifier des immeubles particulièrement performants, notamment sur le plan écologique. Mais elles concernent moins de 1 % du parc immobilier et, surtout, les immeubles les plus récents. Les rares certifications existantes sont d'origine anglosaxonne et leur méthodologie reste très focalisée sur des critères spécifiques définis a priori.

## PRENDRE EN COMPTE LA QUALITÉ INTÉGRALE DE L'IMMEUBLE

L'enjeu est alors de construire un outil qui permette d'évaluer correctement la qualité intégrale d'un immeuble. Il s'agit de créer une méthodologie rigoureuse qui tienne compte d'éléments aussi variés que la capacité isolante du bâti, la flexibilité des espaces de travail, la proximité aux transports collectifs, l'efficacité des circulations internes, le confort lumineux, etc. Bref, toutes les informations nécessaires pour évaluer la qualité d'un immeuble tant du point de vue économique, qu'environnemental et social, et donc les risques associés. Cette mesure doit pouvoir s'appliquer à l'ensemble des immeubles quels que soient leur âge, leur type ou leur localisation. La qualité intégrale permet donc de hiérarchiser les immeubles, comme la valeur ou les prix, mais sur une base plus holistique.

Cette question fait l'objet d'un programme de recherche (promu par l'Union Européenne), mené par un consortium associant des scientifiques du CNRS et de l'université Paris-Dauphine, ainsi que des professionnels de l'immobilier du monde entier. Dans un premier temps, 150 composantes ont été identifiées (à partir de la littérature scientifique et d'entretiens d'experts) comme les éléments clés de l'évaluation la qualité. Ces composantes recourent les dimensions du développement durable et permettent

# AVIS DE TEMPÊTE



**MICHEL MOUILLART**  
Professeur d'économie,  
Frics

michel@mouillart.fr



L'année 2019 a été excellente pour le marché des crédits immobiliers aux particuliers et pour celui des logements anciens. Et il faudra sans doute attendre longtemps pour retrouver de tels niveaux d'activité. Car, déjà, le mois de décembre avait vu les premiers nuages s'accumuler dans le ciel. La hausse des prix des logements s'est renforcée, la distribution de crédits a commencé à se resserrer et un communiqué des autorités de contrôle des banques a semé le trouble.

L'année 2020 n'a donc pas commencé dans l'enthousiasme. Les risques qui pèsent sur le financement des acquisitions immobilières des ménages et qui déjà émergeaient à l'automne dernier vont maintenant peser sur l'activité des marchés. Sans aucun doute, les mesures annoncées par le gouverneur de la Banque de France en décembre dernier vont mordre sur la pro-

duction de crédits et donc sur les achats de logements anciens. Et la morsure devrait être sévère, comme les autorités de contrôle des banques l'espèrent !

### LES PRÉMISSSES

Habituellement, l'activité commence à ralentir sur le marché de l'ancien dès la Toussaint. Le nombre de compromis signés recule de l'ordre de 11 % entre les mois d'été et les deux derniers mois de l'année. Puis janvier et février, qui sont les mois creux de l'hiver, enregistrent un nouveau repli des ventes, de l'ordre de 12 %. Ainsi au total, les achats réalisés diminuent de 22 % en moyenne entre l'été et l'hiver... pour rebondir à l'approche du printemps.

Le mois de décembre 2019 n'a pas échappé à la règle, d'autant que la paralysie des transports et la montée des incertitudes associées à la réforme des retraites a renforcé l'attente de la de-

mande. Dans son enquête mensuelle de conjoncture réalisée auprès des ménages en décembre, l'Insee a bien souligné le décrochage de leur moral avec, comme conséquence, l'abandon ou le report vers des jours meilleurs d'une partie de leurs projets d'achats durables et d'investissements immobiliers.

Pourtant, décembre a enregistré une nouvelle amélioration des conditions de crédit faites aux emprunteurs : avec des taux qui ont encore doucement reculé pour s'établir à 1,13 % en moyenne (contre 1,14 % en novembre) et des durées des prêts accordés qui se sont de nouveau allongées de 3 mois (232 mois en décembre, contre 229 en novembre). En revanche, le nombre de prêts bancaires accordés a reculé de 22 % en décembre, d'après l'Observatoire Crédit Logement/CSA : en décembre 2018, au plus profond de la crise des Gilets jaunes

### MÉTHODE DE L'ENQUÊTE

• Cet article synthétise les principaux résultats du baromètre LPI-SeLoger, de l'Observatoire du Financement des Marchés Résidentiels (Crédit Logement/CSA) et de l'OPCI, l'Observatoire de la Production de Crédits Immobiliers.

- • en n'accordant plus des prêts d'une durée supérieure à 25 ans ;
- en adoptant un « reporting détaillé » dans les plus brefs délais.

Et dans les vœux qu'il a présentés à la place financière de Paris le 14 janvier 2020, le gouverneur de la Banque de France a renforcé le message et précisé que les sanctions s'appliquent dès maintenant à tous les nouveaux prêts octroyés à compter du 2 janvier.

On ne manquera pas de souligner que le document qui a été publié en appui du communiqué a clairement rappelé qu'il n'existe pas de signe clair de surévaluation des prix, leur niveau s'expliquant assez bien dès lors que sont prises en compte les conditions de financement (« Plusieurs modèles économétriques disponibles dans la littérature académique ou issus de travaux d'institutions internationales [OCDE, FMI, BCE par exemple] permettent d'estimer un niveau des prix immobiliers cohérent avec les fondamentaux économiques »). Mais, bien sûr, ce n'est évidemment pas pour cela que ceux qui ont repris leur vieille croisade sur l'effondrement à venir des prix des logements (après – parfois – avoir annoncé une chute à venir allant jusqu'à 35 %, il n'y a pas si longtemps...) lâcheront leur marronnier.

En revanche, les « recommandations » concernant les taux d'effort à l'octroi supérieurs à 33 % et les durées excessives des nouveaux prêts interpellent. Non pas parce que le Haut Conseil n'est pas en droit de s'interroger et de s'inquiéter. Mais parce que le « diagnostic » présenté est fragile et



pour le moins contestable, le « reporting » sur lequel sont censées s'appuyer les recommandations ne permettant pas d'étayer le raisonnement du HCSF.

## UN TAUX DE DURÉE À L'OCTROI DE PLUS DE 25 ANS SURÉVALUÉ

Concernant la part de la production de crédits qui serait d'une durée à l'octroi supérieure à 25 ans, le Haut Conseil l'évalue à 5 %, alors que :

- l'Observatoire Crédit Logement/CSA estime que cette part était de 1,7 % du nombre de prêts bancaires accordés à des accédants en 2019 (comme en 2018) ;
- l'Observatoire du financement du logement de CSA considère que cela concerne 10 000 ménages (de l'ordre de 1 % des particuliers ayant financé un achat immobilier avec des crédits immobiliers en 2018, hors les travaux seuls). Et la moitié d'entre eux ont en fait bénéficié d'un PAS d'une durée supérieure à 25 ans... donc d'un prêt garanti par l'État !

De même, si on s'intéresse aux particuliers ayant acheté un logement ancien et dont le taux d'effort est supérieur à 33 %, ce sont près de 200 000 ménages qui étaient concernés en 2018, d'après l'Observatoire du financement du logement de CSA. Plus précisément, 35 % de ces ménages étaient très modestes, disposant d'un revenu mensuel n'excédant pas 2 smic, et résidaient bien souvent dans des communes rurales ou dans des villes petites ou moyennes de province, alors que 40 % des ménages ciblés étaient plus aisés (3 smic et plus), 15 % des ménages ciblés disposant même d'un revenu supérieur à 5 smic.

La mise en œuvre des recommandations du HCSF va donc mordre durement, comme la Banque de France le souhaite. L'impact sur le marché de l'ancien sera tout sauf négligeable. Avec au final, une conséquence inattendue (inavouée ?). En limitant l'accès aux crédits immobiliers pour ceux qui ont permis une expansion sans précédent du marché

de l'ancien en 2018 et en 2019 – les ménages modestes primo-accédants – les recommandations vont mécaniquement provoquer la diminution de la part des acquéreurs en surfinancement (LTV>100 %) ou dont la quotité LTV est comprise entre 95 et 100 %. Comme la quotité LTV est élevée en France, à la différence de beaucoup de pays qui plafonnent cette quotité à 90 % (non pas pour des raisons de moindre prudence des banques françaises, mais parce que les garanties sont personnelles et non pas hypothécaires), les recommandations vont permettre de « préparer » la France à la réglementation dite de Bâle IV à venir, que chacun s'accorde à reconnaître comme très pénalisante pour l'immobilier résidentiel français ! Et il ne fait guère de doute qu'en d'autres circonstances, il aurait pu ne pas être facile de faire accepter/admettre par des assemblées parlementaires et certaines fédérations professionnelles attentives à l'équilibre et au dynamisme du secteur ►

► du logement des dispositions dont l'impact négatif attendu sur l'activité des marchés allait être important. On rappellera à cet égard le débat autour des orientations dites de Bâle III qui, en 2015, avaient mobilisé l'Assemblée nationale, la Fédération bancaire française et la Fédération française du bâtiment ! Peut-on alors s'attendre à ce que les recommandations du Haut Conseil favorisent le rétablissement des marges des établissements de crédit que pourtant le gouverneur de la Banque de France appelle de ses vœux ? On peut en douter, tant que la « méthode » de détermination des seuils de l'usure publiés par la Banque de France (!) n'est pas remise en cause ...

## ET APRÈS ?

On comprend bien, comme cela est admis par les établissements de la place de Paris, que le coefficient de morsure des « recommandations » va être élevé. Avant même la prise en compte des recommandations, on s'attendait à un fléchissement d'activité : la poursuite de la hausse des prix des logements et l'accélération de la hausse constatée en fin d'année, mais aussi la plus grande prudence des établissements de crédit qui, au fil des mois, avaient déjà poussé ces derniers à refermer les robinets de la distribution. Et pourtant, les taux des crédits devraient rester très bas... Ainsi en janvier 2020, l'Observatoire Crédit Logement/CSA constate que le taux moyen des crédits accordés depuis le début de l'année s'est stabilisé à 1,13 % : en



dépit d'un lent relèvement des taux affichés dans les barèmes des banques, la déformation de la structure de la production a comme conséquence la stabilisation du taux moyen. En revanche, les durées des nouveaux prêts ont baissé de 5 mois par rapport à décembre. De plus, la part des jeunes et des ménages modestes en primo-accession diminue, ne pouvant réaliser leurs projets immobiliers que ceux dont le niveau de l'apport personnel est suffisant pour leur permettre de moins recourir au crédit : donc en supportant des taux d'effort plus faibles et en empruntant sur des durées moins longues ! Ainsi, en janvier, le niveau des apports personnels mobilisés est de plus de 10 % supérieur à celui constaté il y a un an. Et sur les 200 000 ménages dont les taux d'effort sont supérieurs au seuil symbolique de 33 % (situation qui pour beaucoup de ceux qui commentent la conjoncture des marchés n'existait pas jusqu'à la publication du communiqué car ils restaient persuadés que cette « règle était de droit »), ceux dont les revenus dépassent 3 smic ne devraient

pas être affectés par la recommandation : leur capacité d'épargne, mais aussi la composition familiale du ménage (des biactifs) et les types d'opérations réalisées leur permettront de facilement rentrer dans les clous. Une large partie des 2 à 3 smic (de l'ordre des 2/3 d'entre eux) devrait aussi échapper à la morsure : par exemple, ceux nombreux d'entre eux qui réalisent des opérations dites d'acquisition-amélioration différeront la partie amélioration et passeront facilement sous les fourches caudines de la recommandation.

## LE MARCHÉ DE L'ANCIEN FRAGILISÉ

Mais bien sûr, cela signifie que le marché de l'amélioration-entretien des logements, qui n'est déjà pas vaillant, ira plus mal encore : les objectifs de la politique monétaire paraissent oublier les impératifs de la rénovation énergétique et de la lutte contre le réchauffement climatique ! En revanche les moins de 2 smic (et une partie des 2 à 3 smic) seront les grands perdants de la mise en œuvre des recommandations du Haut Conseil.

Ce sont donc de l'ordre de 100 000 achats de logements anciens qui risquent d'être abandonnés ou, au mieux, différés à un horizon incertain (voire *sine die*) : un choc qui pourrait donc être comparable à celui provoqué par la crise économique et financière internationale de 2008 ou par la suppression du PTZ à l'ancien sans travaux décidée en 2011. Le marché de l'ancien devrait payer un lourd tribut, et la réponse à la demande de logements des ménages jeunes et modestes, résidant en zone rurale ou dans les villes petites et moyennes de province, va devoir être « (ré)inventée ». Et ce ne sont probablement pas le PTZ dans l'ancien (moins de 2 000 unités par mois en 2019) et les interventions de l'Anah, voire le programme Action cœur de ville et le Denormandie dans l'ancien, qui vont redynamiser une demande déstabilisée par les recommandations du Haut Conseil, sauf, bien sûr, bouleversement paradigmatique (ou mieux encore, révolution copernicienne) de la politique du logement conçue par l'Administration des finances. ■

Michel Mouillart

BRICE CARDI, PRÉSIDENT DU RÉSEAU IMMOBILIER L'ADRESSE

# “ DOUBLER LE NOMBRE DE NOS CONSULTANTS ”

Le Président du réseau coopératif confie au JDA ses ambitions d'ici 2025 avec, comme objectif, entre autres, l'optimisation des ressources humaines.



**JDA : Que peut apporter un réseau dans un environnement immobilier prospère ?**

**Brice Cardi :** Bien évidemment, la conjoncture est porteuse et nombre d'agences immobilières sont florissantes. Reste que l'adhésion à un réseau immobilier permet de bénéficier de process éprouvés, d'outils digitaux indispensables pour exercer son métier, ce qui est très chronophage lorsqu'on doit se les procurer et les faire développer seuls. Cela offre aussi la possibilité d'échanges réguliers et de partages de bonnes pratiques avec ses collègues, dans le cas de notre coopérative en l'occurrence. Rejoindre un réseau permet aussi de faire bénéficier à ses collaborateurs des offres adaptées en termes de formation, d'évolution de carrière et de bien-être en entreprise. ▶

“ Aujourd'hui, L'Adresse, c'est 350 agences, 1 500 personnes dont 1 200 consultants. ”



“ Salarié, VRP, agent commercial, l'agence immobilière d'aujourd'hui doit pouvoir donner le choix du statut à ses collaborateurs. ”

► **JDA : Recruter et fidéliser les collaborateurs, c'est le nerf de la guerre aujourd'hui pour les enseignes immobilières...**

**B. C. :** Oui. C'est effectivement le grand défi des professionnels de l'immobilier, et c'est notre cheval de bataille à L'Adresse. En effet, notre axe stratégique de développement pour les prochaines années est de mettre encore davantage l'accent sur les ressources humaines. Nous sommes le premier réseau immobilier à nous doter d'outils RH dignes

des plus grandes entreprises mondiales. Notre objectif est d'imprimer une marque employeur forte en uniformisant le recrutement, l'intégration, la formation et l'évolution de carrière à l'ensemble des collaborateurs de notre réseau.

**JDA : Quels sont vos objectifs pour les prochaines années ?**

**B. C. :** En imprimant une marque employeur forte, nous désirons rappeler à nos collaborateurs qu'ils sont au centre de nos préoccupations – il ne faut

pas oublier que ce sont eux qui rentrent les mandats ! – et donner envie à d'autres de prendre part à l'aventure. Nous voulons développer le nombre de consultants par agence et ainsi doubler les effectifs.

**JDA : Comment comp- tez-vous les attirer concrètement ?**

**B. C. :** En leur donnant envie de venir chez nous comme s'ils entraient dans une grande entreprise du CAC 40 ! Pour cela, nous devons rendre nos agences immobilières plus désirables. Jusqu'ici nous n'avions pas suffisamment de contrats, aujourd'hui nous sommes dans la capacité d'embaucher à la carte. Contrats de salariés, de VRP, d'agents commerciaux... l'agence immobilière d'aujourd'hui doit pouvoir donner le choix du statut à ses collaborateurs.

**JDA : Où en est le développement du réseau ?**

**B. C. :** L'Adresse, aujourd'hui, c'est plus de 350 agences implantées et en cours d'implantation, et 1 500 personnes dont 1 200 consultants qui défendent nos couleurs. L'ensemble a généré un chiffre d'affaires de 5,6 millions d'euros en 2019. Nous souhaitons nous renforcer dans les territoires où nous sommes bien implantés, comme l'Île-de-France, et permettre à certains entrepreneurs de se lancer dans cette belle aventure humaine au sein de régions dans lesquelles nous désirons nous développer (Paca, Rhône-Alpes). Notre ambition est de devenir le troisième réseau immobilier dans les cinq prochaines années, et

d'être la marque immobilière préférée des Français.

**JDA : Comment voyez-vous l'agence immobilière de demain ?**

**B. C. :** Comme l'indique notre nouvelle baseline, elle sera « Bien plus qu'une agence immobilière ». En plus de permettre de trouver son logement, elle répondra aux besoins connexes de nos clients autour du logement : assurances, travaux, services à la personne...

**JDA : Quels sont les signes distinctifs de L'Adresse ?**

**B. C. :** Nous sommes avant tout une structure coopérative permettant une prise de décision par les associés pour répondre au mieux aux besoins de nos clients et de nos collaborateurs. Cela nous donne une grande agilité et une capacité d'innovation unique. Au quotidien, notre centrale d'achats apporte au réseau l'ensemble des services et des outils d'aujourd'hui et de demain. Par exemple, nous sommes fiers d'avoir été le premier réseau à nous lancer dans la conciergerie et à nous être doté d'une fondation.

Rejoindre notre réseau, c'est être animé par des valeurs humaines fortes, être prêt à s'investir et aussi être dans le partage. C'est également être accepté par les autres membres via un agrément local en plus de celui du conseil d'administration.

**JDA : Combien cela coûte-t-il pour rejoindre L'Adresse ?**

**B. C. :** C'est la nouveauté cette année, nous propo-

# LA CONCIERGERIE, LA CLÉ DE LA RELATION CLIENT

**Formidable arme de communication, la conciergerie génère de la notoriété, du business et surtout de la recommandation.**

**L**a conciergerie, on ne la présente plus... Elle s'est imposée petit à petit comme un service incontournable à apporter au client. Pourtant, en 2010, lorsque la première conciergerie (en marque blanche), Simply Move, se lance sur le marché, c'est loin d'être gagné. Mais, il y a un homme qui y croit vite dur comme fer, c'est Brice Cardi, le patron du réseau L'Adresse. Lorsqu'il rencontre Éric Longuepée, le fondateur de Simply Move, il est immédiatement séduit par le bel enjeu de la relation client qui se cache derrière la conciergerie car il saisit tout de suite l'intérêt qu'il y a à chouchouter le client, à prendre le relais, à l'accompagner dans le moment stressant et chronophage du déménagement !

## LA MEILLEURE PUBLICITÉ D'UNE AGENCE, C'EST LE CLIENT

« Il m'a fallu juste trois minutes avec Éric Longuepée pour comprendre l'opportunité formidable que représentait une conciergerie à la fois pour nos clients et pour le réseau, précise Brice Cardi. Nous sommes le premier réseau aujourd'hui à avoir intégré ce service dans l'ensemble de nos agences.



Il fait complètement partie de notre ADN. » Totale-ment convaincu par cette démarche qui apporte un vrai service post signature aux clients et qui permet finalement de ne jamais couper le lien avec eux, Brice Cardi veut aller encore plus loin. Son objectif ? Humaniser le concept en revoyant le positionnement de l'assistante d'agence afin de proposer un concierge sur site. Cette année, il lance une phase test dans plusieurs agences du réseau.

## DÉJÀ 5 500 AGENCES ONT FAIT CONFIANCE À SIMPLY MOVE

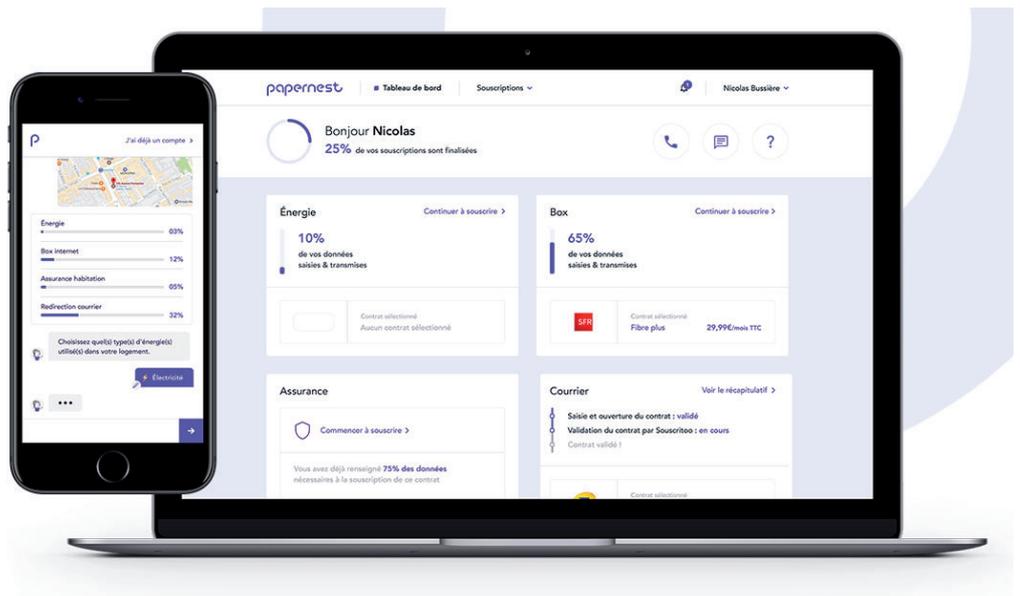
Bien d'autres réseaux et agences ont depuis rejoint L'Adresse et adhéré au concept. Alors, la conciergerie, effet de mode ? Certainement pas. Sur un marché attaqué par les agences pure *player on line* et malgré le fait que, culturellement, en France, on focalise davantage sur l'acquisition de nouveaux clients que sur leur fidélisation, les agences

immobilières ont compris qu'elles doivent travailler leur relation client. D'abord, parce que la meilleure publicité d'une agence, c'est son client. Formidable arme de communication, la conciergerie génère de la notoriété, du business et surtout de la recommandation. « Lorsqu'il y a quelques années, nous évoquions les bénéfices en termes de fidélisation, de recommandation, on nous regardait avec des yeux tout ronds, explique Éric Longuepée. ►

► L'histoire nous a pourtant donné raison : 84 % des clients qui utilisent notre conciergerie se disent prêts à recommander leur agence. »

## AMÉLIORER L'IMAGE DE LA PROFESSION

Si l'image des professionnels tend à s'améliorer, les griefs contre eux sont encore nombreux. Et les deux écueils qui pèchent sont toujours le rapport services apportés/le tarif et l'accompagnement. Un service de conciergerie au sein d'une agence tend à gommer ce sentiment de frustration. Et Éric Longuepée de préciser : « La conciergerie change l'image de la profession. Avec une agence aujourd'hui, vous avez l'immobilier, le déménagement, l'installation. Il y a une continuité dans le service. Et ça change tout. En plus, en marque blanche, le client pense avoir affaire à son agence et que la prestation de conciergerie est incluse dans les honoraires. »



## UNE OFFRE PAPERNEST ADAPTÉE AUX CLIENTS DES AGENCES

Sur cet élément, les points de vue divergent. Papernest, conciergerie BtoC, a développé, il y a un peu moins de deux ans, une offre adaptée aux clients des professionnels de l'immobilier. Mais chez Papernest, pas de marque blanche. La start-up propose un autre concept : le co-branding. Elle a choisi elle aussi de mettre l'agent au cœur de la démarche. C'est à lui qu'il revient de présenter et de proposer le service au client. C'est lui qui met au point le rendez-vous avec la conciergerie.

Le service de la start-up a conquis de nombreux réseaux comme Century 21, Citya, Laforêt, Guy Hoquet, Arthurimmo.com, Sergic... « En marque blanche, le client ne sait pas où il est !, explique Guillaume Lechapelays, directeur des partenariats de Papernest. Parfois, l'agent ne sait pas répondre à ses questions. Le client en reste perplexe. En co-branding, le client sait faire la part des choses : c'est grâce à son agence qu'il bé-

néficie de ce service, et pour toutes questions relatives à ses démarches il s'adresse directement à Papernest. Il est important que l'agent accompagne le client. C'est pour cela que c'est lui qui propose le service et que nous appelons le client de la part de son agence, à date et heure convenues avec lui. Ainsi, de cette façon, nous connaissons déjà son profil. »

## INVESTIR SUR SON CLIENT, C'EST RENTABLE

Évidemment, pour qu'un service de conciergerie porte ses fruits, encore faut-il que les agents immobiliers sachent l'utiliser. Il y a une loi marketing qui dit : un client satisfait amène deux clients ! Permettre à ses clients de faire appel à une conciergerie pour les aider dans leur mobilité réduit très rapidement le budget communication par deux, voire par quatre. Mais attention, investir sur son client, c'est rentable à condition d'apporter un service qualitatif. Guillaume Lechapelays insiste d'ailleurs sur ce point : « Le client a un

interlocuteur unique dédié qui gère ses besoins en électricité, Internet, assurances, alarme... Il n'a pas à répéter ses informations à chaque fournisseur. C'est Papernest qui souscrit les contrats qu'il souhaite. Le seul contact que le client a avec le fournisseur, c'est le mail de confirmation de sa souscription. »

## UNE CONCIERGE-RIE QUELLE QUE SOIT LA STRUCTURE

Vous souhaitez proposer ce service à vos clients ? Quelle que soit que la conciergerie que vous choisirez, il existe des versions basiques et gratuites, et des versions sur mesure mais payantes. La bonne nouvelle, c'est que, quelle que soit la taille et les moyens de son agence, un agent immobilier peut avoir sa conciergerie. Reste à suivre la formation pour la présenter au client et en faire un atout pour décrocher des mandats exclusifs ! Petit bénéfice pour l'agence : Papernest et Simply Move offrent une rémunération sur la dépose des rendez-vous par l'agence !■

*Olivia Delage*

# ÇA BOUGE DANS LA GARANTIE LOCATIVE !

Après les dispositifs publics Loca-Pass, GRL, GUL et Visale, des acteurs privés investissent le marché de la garantie locative.

Investir dans l'immobilier locatif pour diversifier un patrimoine, compléter ses revenus, préparer sa retraite ou l'avenir de sa famille, c'est un objectif partagé par bon nombre de ménages français attachés à la pierre.

Mais, au-delà de la qualité du bien, de celle de son emplacement, du niveau de prestations que le logement peut proposer, il y a dans l'esprit de chaque investisseur la crainte de la dégradation du logement et la sécurisation du paiement de son loyer – donc la solvabilité du locataire. Anxiété d'autant plus forte que la législation a renforcé les sanctions concernant les discriminations dans la sélection des candidats à la location, que se réinstalle l'encadrement des loyers, et que la course aux « bons locataires » (entendez par là le locataire qui pourrait très bien être propriétaire et qui présente toutes les garanties de stabilité et de solvabilité espérées) est hyperconcurrentielle, avec à la clé des négociations sur les prix.

Du coup, l'acceptation de profils moins sécurisants devient une évidence, parfois par dépit, mais elle peut le devenir par choix. Tour d'horizon des du marché de la garantie locative.



Unkle revendique plus de 500 agences immobilières partenaires.

## LES GARANTIES PUBLIQUES

Déjà présent au travers du dispositif Loca-Pass qui s'est éteint en mai 2019, l'État reste aux côtés des candidats à la location avec la garantie Visale. Ce dispositif, mis en place en janvier 2016 pour se substituer à la Garantie des risques locatifs (GRL-GUL), est devenu le réceptacle des garanties publiques aux locataires distribuées par Action Logement. Son champ d'application a été à nouveau élargi en 2019 pour améliorer l'accès au logement, en particulier des jeunes

et des salariés en situation précaire.

Tous les salariés du secteur privé, tous les titulaires d'une promesse d'embauche, l'ensemble des étudiants et des alternants peuvent en bénéficier. Cette garantie permet aux propriétaires privés d'être couverts contre les risques d'impayés jusqu'à trente-six mois de loyers et de charges, et de faire face, à l'issue du bail, à d'éventuelles dégradations locatives. Visale s'applique également au parc locatif social pour les étudiants et garantit jusqu'à neuf mois d'impayés.

Mais la retenue des bailleurs privés pour ce type de garantie, et la béance des besoins ont attisé l'émergence de nouveaux concepts, notamment à l'initiative de personnes ayant elles-mêmes été confrontées aux difficultés de la location.

## UNKLE, UNE GARANTIE VOULUE COMMUNAUTAIRE

Le concept d'Unkle est simple : devenir le garant du locataire en moins de trois minutes pour lui permettre d'augmenter ses chances de louer le logement qui lui plaît. Cela ►



Julien Chenet, cofondateur de Cautioneo

“ Notre partenariat avec les agences immobilières leur fait gagner du temps dans la sélection des locataires. ”

► permet à tous les locataires (CDI, entrepreneurs, indépendants/professions libérales, périodes d'essai CDI, freelances expatriés, chômeurs...) d'être éligibles aux offres de logements que vous pouvez leur proposer et ce, peu importe leur situation. Avec Unkle comme garant, le propriétaire bénéficie gratuitement d'une protection contre tous les impayés de loyers sans aucune franchise, sans délai de carence et pour un plafond d'indemnités s'élevant à 96 000 euros.

#### Comment ça marche ?

La société a développé un algorithme qui permet de vérifier si le locataire dispose de ressources suffisantes pour payer son loyer chaque mois tout en prenant en compte le véritable restant à vivre. La garantie est gratuite pour les agents immobiliers et pour les propriétaires. Elle coûte au locataire 3,5 % du montant du loyer et est payée mensuellement pendant toute la durée du bail. ou 2,8 % s'il est payé annuellement.

#### Le principe est simple :

1. Le locataire répond à un court formulaire en moins de trois minutes sur le site <https://www.unkle.fr> puis télécharge les pièces justificatives du dossier de location.
2. Il obtient une réponse immédiate sur son éligibilité, puis, lorsque le dossier est complet, celui-ci est analysé dans les deux heures.
3. Le propriétaire est couvert à partir du moment où le locataire signe son bail après avoir payé sa garantie. En cas d'impayés, le propriétaire reçoit son indemnisation dans les quinze jours.

#### Le plus pour les agents immobiliers

La façon de travailler avec les agences a été simplifiée au maximum : Unkle propose à toutes ses agences partenaires (plus de 500 aujourd'hui) un logiciel leur permettant de vérifier automatiquement leurs dossiers locataires, de les classer par logement, et d'avoir une réponse directe sur l'éligibilité des locataires aux dispositifs proposés (garantie locataire ou garantie de loyers impayés propriétaire). Le résultat ? Une digitalisation de tous les partenaires et un gain de temps énorme pour le traitement des dossiers.

Pour être plus complet, Unkle propose également une garantie de loyers impayés plus classique destinée aux propriétaires : un taux bas de 2 %, 96 000 euros d'impayés couverts, pas de franchise ni de délai de carence, 7 000 euros pour détériorations immobilières et 5 000 euros de protection juridique.

#### CAUTIONEO SE SUBSTITUE AU DÉPÔT DE GARANTIE

Le concept de Cautioneo n'est pas très éloigné de celui d'Unkle. Mais Julien Chenet et David Edery, qui ont fondé la start-up en 2018, ont souhaité aller plus loin, en proposant une option de substitution au dépôt de garantie. Ils ont ainsi développé deux produits pour couvrir les risques majeurs que sont les loyers impayés et les dégradations immobilières : le Passeport garant et le Passeport dépôt.

Les solutions Cautioneo se présentent sous la forme d'une plateforme 100 % digitale, pour permettre une mise en place des garanties simple et rapide. Elles sont adaptées à tous les profils de locataires (CDI, CDD, entrepreneurs, freelances, étrangers...).

- **Le Passeport garant** est une garantie de loyers impayés gratuite pour les propriétaires. L'inscription du locataire se fait en ligne en seulement quelques minutes et il obtient son accord de garantie en moins de vingt-quatre heures. Dès l'obtention de l'accord de garantie, le locataire est mis en relation avec les agences immobilières partenaires de Cautioneo. Le locataire est accompagné dans son parcours de location, de la détermination du projet de location (simulation de sa capacité locative) à la signature du bail. La cotisation mensuelle de 3,5 % du loyer charges comprises est à la charge du locataire.

. **Le plus pour le locataire** : sachant que 79 % des impayés sont dus à un accident de la vie, le Pas- ►

► seport garant inclut une garantie spécifique pour le locataire qui prévoit la prise en charge de trois mois de loyer en cas de perte d'emploi, d'hospitalisation ou de maladie de longue durée.

- Le **Passeport dépôt** est une alternative au dépôt de garantie traditionnel. Il est éligible à tous les locataires contre 1 % du loyer par mois (avec un minimum de 9,90 euros). Ainsi, le locataire n'a plus à verser un ou deux mois de dépôt de garantie (bail vide ou meublé), ce qui revient à diviser par six le montant du dépôt de garantie traditionnel.

De son côté, le propriétaire est couvert en cas de dégradations immobilières constatées lors de la résiliation de l'état des lieux de sortie. Cette garantie est totalement gratuite pour lui. Avec une couverture équivalente à six mois de loyer, le départ du locataire et la remise en état du bien loué deviennent plus sûrs et plus simples.

. **Le plus pour le propriétaire** : le Passeport dépôt contient également une enveloppe petites réparations dont la garantie est payée par le locataire. En complément de la garantie contre les dégradations immobilières, elle est destinée à couvrir les éventuels travaux de réparations mentionnés dans l'état des lieux de sortie, et qui ne seraient pas pris en charge au titre de la prestation de dégradations immobilières. Chaque mois, le locataire verse sur un compte bloqué 17 % du loyer hors charges dans le cadre d'un bail vide (avec un minimum de 80 euros) ou 34 % du loyer hors charges dans le cadre d'un bail meublé (avec un minimum de 160 euros). ■ B. R.

## QUELS IMPACTS POUR LE MONTAGE FINANCIER DES INVESTISSEURS ?

### Les banques ne tiennent pas compte des garanties locatives dans le risque du dossier.

**L**e banquier qui va accorder un crédit à un investisseur privé va s'attacher avant tout à juger de la capacité de l'emprunteur à rembourser le prêt durant toute la durée de l'engagement. C'est une règle qui a été d'ailleurs renforcée et précisée dans le cadre de la transposition de la Directive sur le crédit immobilier en mars 2016, et de son insertion dans le Code de la consommation. Néanmoins, il faut bien reconnaître que l'approche du risque dans ce type de dossier est légèrement différente que dans un achat de résidence principale.

Aujourd'hui, le banquier pondère les revenus locatifs attendus ou existants (en moyenne entre 70 et 80 %), au prétexte qu'il pourrait exister des impayés ou une vacance locative que l'emprunteur doit pouvoir supporter sans encombre. Il est même amusant de constater que, même sur des propositions d'investissement faite par le banquier sur des programmes émanant de son propre groupe, la pondération s'applique.

L'existence d'une garantie de loyers impayés, d'une assurance de carence ou de vacance locative, voire même d'assurance garantissant la remise en état du bien, n'est absolument pas prise en considération dans le risque du dossier. Tout au plus, et si tant est que cela soit mentionné par le conseiller bancaire, l'analyse finale du risque global sera influencée favorablement, en cas d'hésitation.

Il serait grand temps que l'analyse bancaire tienne compte des éléments périphériques, mais incontestables, dans la sécurisation des projets, tout comme



**BRUNO ROULEAU**  
Directeur des partenariats et porte-parole du réseau de courtiers In&Fi Crédits

la qualité des contrats de maintenance, voire même de la valorisation des services de conciergerie quand ils sont présents. Il est en effet assez surprenant qu'un prêteur soit prêt à s'engager financièrement sur 15 ou 20 ans aux côtés d'un investisseur sans s'intéresser ni prendre en compte les précautions que celui-ci a prises, ou pas, pour maintenir un niveau de qualité du bien, que ce soit en termes de valorisation de cet actif dans le temps ou de régularité et de capacité à tirer

des revenus de ce patrimoine.

Enfin, sans doute sous l'effet de la banalisation des garanties tout autant que sous celui de la pression commerciale de certains clients, il est devenu très rare de voir le banquier proposer ou demander de se faire déléguer le paiement des loyers ou le versement des indemnités des contrats d'assurance souscrits en cas de sinistre. Rappelons à ce titre que la délégation de loyers ou la cession des loyers peuvent être faites dès la mise en place du crédit, ou à première demande, c'est-à-dire uniquement en cas d'incident dans l'amortissement du crédit par l'emprunteur.

À l'heure où les banques se livrent une bataille féroce sur la captation des flux (plus que du résiduel de dépôt d'ailleurs...), il leur serait facile de revenir à quelques fondamentaux pour renforcer la sécurité du paiement des prêts consentis, plutôt que de parfois regarder au bien-fondé d'un investissement, comme lorsque le porteur de projet n'est pas déjà propriétaire ou accédant à la propriété de sa résidence principale. ■

Bruno Rouleau

# TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR SUR LES PLUS-VALUES

Imposition, délai de vente et de détention, exonérations, la plus-value immobilière est subordonnée à certaines règles. Rappel.



**LAURENCE LIWAREK**

Expert fiscalité  
BusinessFil IMMO

contact@businessfil.fr  
www.businessfilimmo.fr

La vente d'un bien immobilier, quel qu'il soit (immeuble, terrain...), ou de droits portant sur ce même bien, génère une plus-value immobilière taxable si le prix de vente encaissé par le vendeur est supérieur au prix d'achat payé à l'origine. La plus-value est alors soumise à l'impôt sur le revenu à un taux forfaitaire de 19 % et aux prélèvements sociaux de 17,2 %, soit une charge d'impôt globale de 36,2 %. Une détention de trente ans, une affectation à titre de résidence principale ou une situation personnelle particulière sont des cas légaux d'exonération pour le vendeur.

### UN ÉCHANTILLON DES PLUS-VALUES EXONÉRÉES

#### La résidence principale et ses dépendances

D'un point de vue fiscal, la résidence principale est la résidence habituelle et effective au jour de la cession. Le vendeur doit y vivre la majeure partie de l'année et non pas de manière temporaire. Aucune durée n'est fixée, une occupation de quelques mois peut suffire. En cas de vente, la plus-value réalisée est entièrement exonérée sans autre condition que celle de la



qualification de résidence principale. C'est une question de fait, source d'une jurisprudence abondante. Le juge de l'impôt a dressé la liste non exhaustive des éléments à apprécier : la déclaration de revenus, la taxe d'habitation, l'octroi du crédit d'impôt transition énergétique, les consommations d'eau, d'électricité et de gaz, les attestations de proches et de voisins, le certificat de réexpédition du courrier, la récurrence localisée des retraits d'argent.

CAA Paris 21 février 2018,  
CAA Nancy 2 février 2017,  
CAA Lyon 25 octobre 2018.

La résidence doit être cédée dans un délai de 12 mois à compter de sa mise en vente pour que l'exonération soit acquise. Au-delà, il appartient à l'administration d'apprécier les cir-

constances de fait, comme elle le rappelle : « (...) notamment des conditions locales du marché immobilier, du prix demandé, des caractéristiques particulières du bien cédé et des diligences effectuées par le contribuable pour la mise en vente (...) ». A titre d'illustration, l'exonération n'a pas été écartée après une vacance de 22 deux mois entre la mise en vente et la vente effective du bien immobilier. CAA Paris 3 mai 2017.

Les dépendances immédiates et nécessaires (garages, terrains entourant l'immeuble, cours, passages, voies d'accès...) vendues en même temps que la résidence principale, même à deux acheteurs différents, sont également exonérées de toute imposition. Les deux ventes ►

▶ doivent être espacées par un délai de 12 mois maximum. Les terrains à bâtir détachés et vendus avec la résidence principale ne sont pas considérées comme des dépendances. La plus-value sera imposée après l'application éventuelle de l'abattement pour durée de détention. L'exonération bénéficie également aux personnes qui se séparent et mettent en vente leur ancienne résidence principale. La vente doit être motivée par leur rupture et intervenir dans un délai de 12 mois à compter de la mise en vente du logement. La vente d'une résidence principale en cours de construction, d'un couple qui se sépare ou qui est muté, est affranchie de toute imposition. Une condition doit être respectée : les conjoints ne doivent pas être propriétaires de leur résidence principale durant la période de construction.

## La résidence secondaire

Tout logement qui n'est pas une résidence principale est une résidence secondaire (maison de vacances, ou logement loué par exemple). La plus-value est par principe taxée sauf si la vente sert à financer l'acquisition ou la construction d'une résidence principale. Le vendeur ne doit pas avoir été propriétaire de sa résidence principale depuis au moins quatre ans. Il dispose d'un délai de deux ans pour réaliser son acquisition. L'exonération est proportionnelle au réinvestissement.

**Les ventes inférieures ou égales à 15 000 euros**

La vente d'immeuble est réalisée en franchise d'impôt et de prélèvements sociaux lorsque le prix de cession est inférieur ou égal à 15 000 euros. En cas de cession de plusieurs lots situés dans un même immeuble à un même acquéreur par un seul acte de vente, le seuil de 15 000 euros s'apprécie séparément pour chaque lot distinct.

*Conseil d'État, 15 novembre 2019, n° 421337.*

## Les exonérations liées à la situation personnelle des vendeurs

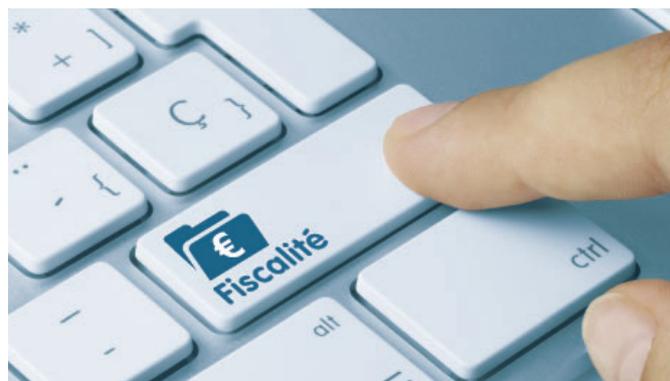
Les personnes de « condition modeste » et titulaires d'une pension de retraite ou d'une carte d'invalidité, bénéficient d'une exonération légale lors de la vente d'un logement sous réserve de conditions de ressources.

Les personnes âgées hébergées en maison de retraite, qui vendent leur ancienne résidence principale laissée vacante, sont exonérées de toute imposition sous réserve de respect de condition de ressources.

## LES MODALITÉS DE CALCUL DE LA PLUS-VALUE

Peu importe l'origine de la propriété (succession, donation, achat, expropriation...), la motivation de la vente ou encore les modalités de paiement du prix, si la cession est faite à « titre onéreux », c'est-à-dire avec une contrepartie, la plus-value réalisée est imposable. La détermination de la plus-value procède de différentes étapes.

**La plus-value « brute » immobilière**



C'est la différence entre le prix de vente et le prix d'achat tels qu'ils sont mentionnés dans les actes notariés. La valeur des meubles meublants peut être exclue du prix de vente sous réserve de justifier de leur existence et de leur valeur vénale au jour de la vente. Les frais justifiés supportés par le vendeur à l'occasion de la vente sont déduits du prix de vente (frais versés à un intermédiaire, frais liés à des diagnostics obligatoires, frais pour la mainlevée d'hypothèque etc.). Le prix d'acquisition est majoré notamment des frais d'acquisition à titre onéreux pour leur montant réel ou forfaitaire de 7,5 %, et du coût de certains travaux (construction, reconstruction, agrandissement, amélioration) pour leur montant réel ou pour un forfait de 15 %.

## La plus-value « nette » immobilière

Un abattement pour durée de détention diminue la plus-value brute pour chaque année de détention au-delà de la cinquième. Il est nécessaire de calculer séparément l'impôt sur le revenu et les prélèvements sociaux, les abattements étant différents. Après 30 ans de détention du bien immobilier, la vente

se fait en franchise d'impôts et de prélèvements sociaux. En vue de favoriser l'habitat collectif, les vendeurs d'immeubles destinés à être démolis ou de terrains à bâtir, bénéficient d'un abattement exceptionnel (70 ou 85 % selon situations). Les biens immobiliers doivent être situés dans des zones géographiques marquées par un déséquilibre important entre l'offre et la demande de logements.

## La charge finale d'impôt

Le vendeur est redevable d'un impôt sur le revenu forfaitaire de 19 % et de prélèvements sociaux de 17,20 % calculés sur le montant de la plus-value nette. En principe, dans le mois qui suit l'acte, le notaire est chargé du dépôt de la déclaration n° 2048 IMM, accompagnée du paiement, au service de la publicité foncière. A noter qu'en cas de plus-value nette imposable supérieure à 50 000 euros, le vendeur est redevable d'une surtaxe « sur les plus-values mobilières élevées ». ■

*Laurence Liwarek  
BusinessFil IMMO*

**Vous souhaitez réagir sur cet article ?  
Contactez les experts  
BusinessFil IMMO  
au 01 47 87 49 49**

# VÉRIFIEZ LA SOLVABILITÉ DE VOTRE ACQUÉREUR !

**L'agent immobilier doit mettre en garde son mandant sur le risque d'insolvabilité de l'acheteur. Une obligation souvent négligée.**



### ANNE-CLAUDE PONCET

Expert immobilier  
BusinessFil IMMO

contact@businessfil.fr  
www.businessfilimmo.fr

L'intermédiaire doit vérifier que le candidat acquéreur présente toutes les garanties de solvabilité. Une obligation renforcée par la réglementation Tracfin sur l'origine des fonds.

#### ■ LE CONTEXTE

Une agence immobilière, ayant reçu mandat de vente, établit une promesse synallagmatique au bénéfice d'un acquéreur de 25 ans, célibataire, cariste de profession, qui déclare ne pas avoir recours à un prêt. L'acheteur ne se présente pas à la signature de l'acte authentique et se propose ensuite de dédommager les vendeurs et l'agence. Cet engagement n'ayant pas été respecté, les vendeurs demandent une indemnisation à l'acheteur et à l'agence.

#### ■ JURISPRUDENCE

La cour d'appel ne retient pas la responsabilité de l'agence. Cette décision est cassée par la Cour de cassation, qui considère que le professionnel commet une faute lorsqu'il ne conseille pas aux vendeurs de prendre des garanties, ou ne les met pas en garde contre le risque d'insolvabilité de l'acquéreur qu'il leur présente.

#### ■ ET POUR VOTRE AGENCE ?

Il pèse sur l'agent immo-



bilier une obligation d'information et de conseil appréciée avec rigueur par les juges. Plusieurs cours d'appel avaient déjà précisé que l'agent immobilier devait s'assurer de la solvabilité « au moins apparente » de l'acheteur immobilier. Cette décision va plus loin : l'agent immobilier doit conseiller à son mandant de demander des garanties complémentaires, ce qui peut conduire le mandant à renoncer à l'opération avec ce candidat acquéreur, lorsque le risque d'insolvabilité est avéré, ou accepter, en toute connaissance de cause, de contracter.

Il est possible, dans ce domaine, de faire un parallèle avec l'activité de location, pour laquelle l'une des missions principales de l'agent immobilier est de vérifier que le candidat locataire présente les garanties habituelles de solvabilité. Le législateur est d'ailleurs intervenu afin de limiter les documents que le bailleur peut demander

au candidat locataire.

Enfin, la réglementation Tracfin impose à l'agent immobilier de se renseigner sur l'origine des fonds utilisés lors des opérations relevant de l'activité « Transactions ». Il apparaît donc nécessaire d'obtenir un justificatif de l'existence de l'apport personnel, ou de la somme nécessaire à l'acquisition, lorsque l'acquéreur déclare ne pas recourir à un prêt. Si l'acheteur n'est pas en mesure de fournir un document probant, l'agent immobilier est confronté à la double problématique de ne pas pouvoir s'assurer de l'origine des fonds au sens de Tracfin, et de la solvabilité, au moins apparente, de l'acquéreur. Il devra alors prendre les mesures qui s'imposent. ■  
*Cass. civ. 1, 11 déc. 2019.*

Anne-Claude Poncet  
BusinessFil IMMO

**Vous souhaitez réagir sur cet article ?**  
Contactez les experts  
BusinessFil IMMO  
au 01 47 87 49 49

# CONDITION SUSPENSIVE DE PRÊT ET RENONCIATION

L'abandon de la condition suspensive de prêt n'est pas sans conséquence pour l'agent immobilier, le vendeur et l'acquéreur.



**CAROLINE  
DUBUIS-  
TALAYRACH**

Avocat au barreau  
d'Aix en Provence

cdubuistalayrach@  
cdtavocat.com



**S**ur les marchés tendus, la renonciation à la condition suspensive de financement, alors que l'acquéreur ne dispose pas des fonds, devient de plus en plus fréquente pour obtenir l'accord du vendeur. Cependant, contrairement à l'idée reçue, ce n'est pas un risque pris uniquement par l'acquéreur. Un récent arrêt de la Cour de cassation rappelle que la responsabilité du professionnel de l'immobilier peut être engagée (I). Quant au vendeur et à l'acquéreur, ils ont intérêt eux aussi à s'assurer de la réalité du financement de l'opération (II).

### **I - LA RESPONSABILITÉ DE L'AGENT IMMOBILIER**

Un nouvel arrêt de la Cour de cassation (Cass. 1<sup>re</sup> civ.

11/12/2019, n° 18-24381) rappelle l'obligation de conseil qui pèse en pareil cas sur l'agent immobilier (A). C'est l'occasion de revenir, plus généralement, sur l'obligation de vérification de la solvabilité du candidat acquéreur (B).

### **A - L'arrêt de décembre 2019**

Dans cette affaire, le vendeur et l'acquéreur signent, par l'intermédiaire d'un agent immobilier, la vente d'un bien au prix de 160 000 euros. L'acquéreur déclare renoncer à la condition suspensive de financement. Cependant, il ne se présente pas pour la signature de l'acte définitif, ni ne s'acquitte des 17 000 euros de la clause pénale. Les vendeurs assignent alors l'acquéreur et l'agent immobilier en indemni-

sation. Pour sa défense, le professionnel soulève que l'acquéreur avait déclaré ne pas avoir recours à un emprunt, que les éléments sur sa situation n'avaient pas été dissimulés au vendeur (acquéreur de 25 ans, cariste magasinier), que ce dernier était libre de signer ou pas l'avant-contrat, qu'enfin l'agent immobilier ne dispose pas plus de moyens qu'un simple particulier pour contrôler la solvabilité réelle de l'acquéreur.

La cour suprême ne suit pas ce raisonnement et juge que « ... l'agent immobilier n'avait pas justifié avoir conseillé aux vendeurs de prendre des garanties ni les avoir mis en garde contre le risque d'insolvabilité de l'acquéreur qu'il leur avait présenté ». La jurisprudence s'était ►

► déjà prononcée dans le même sens (CA Paris 1/12/2017, n° 16-06057 et CA Bourges 29/10/2009, n° 09/002881) et de relever : « Que certes, l'agent immobilier n'est pas garant de la solvabilité de l'acquéreur, mais qu'il doit cependant procéder à un minimum de vérifications pour s'assurer que ce dernier est en mesure de pouvoir payer le prix convenu ; que la société PAF ne pouvait pas se contenter de la parole de M. G... ce, d'autant moins qu'aucune garantie ni condition suspensive n'avaient été stipulées au compromis de vente ; qu'en s'abstenant d'agir comme elle aurait dû le faire, la société PAF a donc bien engagé sa responsabilité contractuelle envers Mme A... en laissant croire à celle-ci qu'elle avait un acquéreur sérieux et qu'elle allait pouvoir vendre le bien en question à la date et au prix convenu. » (CA Bourges précité).

## B - La vérification de la solvabilité de l'acquéreur

Ces décisions relatives à la responsabilité de l'agent immobilier en cas de renonciation à la condition suspensive de financement et de non-réalisation de la vente pour défaut de financement, s'inscrivent dans le cadre général de l'obligation de vérification de la solvabilité du candidat acquéreur et du devoir de conseil (Cass. 1<sup>re</sup> civ. 25/11/1997, n° 96-12385 ; Cass. 1<sup>re</sup> civ. 9/1/1988, n° 86-11829 ; Cass. 1<sup>re</sup> civ. 10/7/1979, n° 78-10534).

La renonciation à la condition suspensive de prêt et/ou la renonciation au séquestre (cf. article « Vérifier la solvabilité de vos clients » du

24/10/2017, [journaldelagence.com](http://journaldelagence.com)) en sont des illustrations.

Ce qui est sanctionné en tant que tel, ce n'est pas la renonciation à la condition suspensive de prêt et/ou à séquestre mais le défaut de vérifications et/ou de conseils. À ce titre, la preuve du conseil donné aux parties pourra résulter de l'avant-contrat par une clause spécifique (que l'agent immobilier soit ou non rédacteur de l'acte). Enfin, n'est-ce pas la devise de Vesta, le nouvel insigne de la profession présenté par la Fnaim ? « Éclairer et défendre ». Éclairer le consentement des parties.

## II - RENDRE COMPÉTENTS LE VENDEUR ET L'ACQUÉREUR

Si vendeurs et acquéreurs sont de mieux en mieux informés sur les prix de vente (sites d'estimation, diffusion par l'administration fiscale des prix de vente de biens immobilier (cf. article « Agents immobiliers, comment utiliser les datas sur les prix de l'administration fiscale » du 6/5/2019, [journaldelagence.com](http://journaldelagence.com)), ils ne le sont pas nécessairement sur le contexte juridique de la vente.

Ainsi, une étude réalisée par MeilleursAgents en septembre 2019 révèle, qu'au-delà de la détermination du prix de vente, de la recherche d'un acquéreur et de la négociation, 57 % des Français attendent d'un agent immobilier un soutien logistique et juridique sur la vente.

## A - Le vendeur

Le vendeur a tout intérêt à ce que le financement de l'acquéreur soit vérifié



## et il doit demander à ce qu'il lui en soit justifié.

Que l'acquéreur renonce, à ses risques et périls, à la condition suspensive de prêt, soit, mais, au final, en l'absence des fonds, c'est bien le vendeur qui ne sera pas payé. C'est lui également qui aura son bien immobilisé inutilement pendant plusieurs mois ; c'est toujours lui qui risque de perdre une chance de vendre à un acquéreur plus sérieux.

Certes, il pourra éventuellement avoir un recours envers l'acquéreur au titre de la clause pénale, mais encore faut-il qu'il engage une procédure (donc des frais et du temps) et que, lorsque le jugement sera rendu, l'acquéreur soit solvable (pour la partie non séquestrée)...

Certes, le vendeur peut faire un recours contre l'agent immobilier, qui lui est assuré, mais il faudra là aussi diligenter une procédure et prouver la faute.

Pour avoir une idée des délais de procédure, l'arrêt de Cassation du 11 décembre 2019 précité concerne des faits de 2014, soit un délai de cinq ans, auquel s'ajoute celui de la cour d'appel de renvoi.

Bref, la meilleure solution, c'est la prévention, que le vendeur demande les informations et les justificatifs du financement de l'acquéreur, car la qualité du financement de l'acquéreur est un élément de la vente au même titre que le prix de vente lui-même.

## B - L'acquéreur

L'acquéreur a aussi intérêt à justifier spontanément de sa situation financière auprès de l'agent immobilier. Il lui donnera alors des éléments concrets pour présenter efficacement son offre auprès du vendeur. Même dans un marché tendu, un vendeur peut privilégier une offre inférieure s'il estime que la vente a plus de chance d'aboutir compte tenu de la situation financière de l'acheteur. Partant, pour justifier de son apport personnel, l'acquéreur peut demander une lettre à sa banque confirmant qu'il dispose bien des fonds.

Ainsi, la solvabilité de l'acquéreur est l'affaire de tous : de l'acquéreur lui-même mais également du vendeur et de l'agence car le but, c'est bien de signer l'acte définitif de vente, non ? ■

*Caroline Dubuis Talayrach*

# ACHAT À PLUSIEURS, TONTINE OR NOT TONTINE ?

Si le pacte tontinier permet d'éviter les dangers de l'indivision, le système a aussi ses limites notamment au plan fiscal.



**CAROLINE THEUIL**  
juriste, experte et  
formatrice en immobilier

caroline@  
themainformations.com



La tontine est une convention intervenant entre plusieurs personnes qui mettent des biens ou des capitaux en commun. Sa particularité est de permettre au dernier survivant d'être de plein droit seul propriétaire du bien et ce, comme s'il en avait toujours été l'unique propriétaire.

On distingue plusieurs sortes de tontines dont notamment la tontine immobilière. Si la formule semble alléchante pour un achat en couple, elle présente toutefois des inconvénients.

### DÉFINITION

La clause de tontine, également appelée « clause d'accroissement » ou encore « pacte tontinier », est une clause contractuelle,

à caractère aléatoire, insérée dans l'acte d'achat d'un bien immobilier. Elle permet de créer une fiction juridique : la rétroactivité. Cette clause prévoit, en effet, que le bien reviendra au dernier cocontractant survivant qui se retrouve alors propriétaire de la totalité du bien automatiquement et rétroactivement. Cette clause ne produit donc aucun effet lors de l'achat, ce n'est qu'au décès du premier des cocontractants qu'elle agit.

En tant que contrat aléatoire, l'achat en tontine doit respecter les conditions de l'aléa. Concrètement, les cocontractants doivent chacun financer une partie du bien et avoir une espérance de vie similaire, sans quoi l'achat en tontine peut être requalifié en donation à un tiers

### INTÉRÊT

Les règles qui régissent un achat immobilier à plusieurs sont habituellement celles de l'indivision. Mais, au décès de l'un des indivisaires, le survivant doit racheter la part du défunt pour rester propriétaire du bien.

Lors d'un achat immobilier avec clause tontinière, le survivant, nous l'avons vu, est réputé comme ayant toujours été propriétaire du bien dans sa totalité. Cet « artifice » juridique a une conséquence importante : le bien est censé n'avoir jamais fait partie du patrimoine du défunt. Il n'y a donc pas transmission entre le défunt et le survivant, et encore moins de rachat de part.

Sur le plan civil, le bien étant la propriété exclu- ▶

► sive du survivant, il n'entre pas dans la succession du défunt. Il échappe ainsi aux règles de rapport ou de réduction pour atteinte à la réserve, les héritiers du défunt ne pouvant prétendre à aucun droit. Notons toutefois que, si le pacte tontinier a été conclu dans le seul but de priver les héritiers de leur réserve héréditaire, ceux-ci ont tout intérêt à engager une action en justice.

L'achat d'un bien immobilier en tontine constitue ainsi un moyen efficace d'assurer une protection du conjoint survivant surtout pour les couples non mariés. Il peut également représenter un intérêt direct dans le cadre d'une famille recomposée, la transmission au profit du conjoint étant réalisée sans risque de remise en cause.

## LIMITES

La clause de tontine n'a toutefois pas que des avantages...

- Sur le **plan successoral**, tout d'abord, le candidat à la tontine doit garder à l'esprit que s'il décède en premier, ses héritiers n'auront aucun droit sur le bien et auront de ce fait une réserve héréditaire

plus faible qu'avec une traditionnelle acquisition en indivision.

- Sur le **plan hypothécaire**, ensuite, un pacte tontinier rend quasi impossible la prise d'hypothèque puisque le propriétaire final n'est connu qu'au décès de l'un des deux partenaires. La banque aura beaucoup de mal à octroyer un crédit avec une hypothèque d'un bien dont le propriétaire est « inconnu ».

- Sur le **plan fiscal**, enfin, la tontine ne présente pas vraiment d'intérêt, celle-ci étant taxable. Bien que le bien ne fasse pas juridiquement partie de la succession du défunt, le cocontractant est soumis aux droits de mutation à titre gratuit, c'est-à-dire au barème des droits de succession calculés selon le degré de parenté et la valeur de la part. Si le survivant est un partenaire marié ou pacsé, cela n'a aucune incidence puisqu'il est exonéré. En revanche, si le survivant est un simple concubin, il devra s'acquitter de droits au taux de 60 %.

Afin de minimiser la charge fiscale qui incombe aux partenaires concubins, certains spécialistes conseillent la création



d'une société civile immobilière (SCI) qui possèdera l'immeuble, avec l'insertion d'une clause tontinière dans les statuts. Mais l'exercice reste délicat. Il semble ainsi judicieux de laisser hors du pacte tontinier quelques parts afin de prévenir les risques d'abus de droit, ou d'associer un membre de la famille d'un ou de chaque concubin (conserver deux associés dans la SCI en considérant le principe de rétroactivité). Le survivant recevra ainsi la quasi-totalité des parts en payant une fiscalité réduite (transmission de parts de société).

La fiscalité consent cependant une exception à ce qui précède : quand le bien est la résidence principale du survivant et si sa valeur n'excède pas 76 000 euros au jour du

décès du premier indivisaire, le cocontractant survivant est alors soumis aux droits de mutation à titre onéreux (moins coûteux), c'est-à-dire que la transmission est taxée comme une vente.

La tontine est donc à manipuler avec prudence d'autant que ce qui ne sera jamais possible de sécuriser, c'est l'entente entre les cocontractants. En effet, en cas de mésentente ou de conflit, la clause de tontine peut s'avérer lourde de conséquences. Rappelons-le, la tontine n'est pas une indivision et les décisions doivent se prendre à l'unanimité. À défaut d'accord, le juge ne peut pas demander le partage ou la vente du bien. La situation est alors bloquée jusqu'au décès de l'un des cocontractants. ■ *Caroline Theuil*

## Publication judiciaire

« Par décision du 18 septembre 2019, la Commission nationale des sanctions a prononcé une sanction pécuniaire d'un montant de 1 000 euros et une interdiction temporaire d'exercer l'activité d'agence immobilière pour une durée de trois mois avec sursis à l'encontre d'une société exploitant une agence immobilière, ainsi qu'une sanction pécuniaire d'un montant de 1 000 euros et une interdiction temporaire d'exercer l'activité d'agent immobilier pour une durée de trois mois avec sursis à l'encontre de son gérant, et décidé la publication de ces sanctions aux frais de la société, pour ne pas avoir respecté les obligations suivantes leur incombant en matière de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme prévues par le code monétaire et financier :

- l'obligation d'identification des clients et des bénéficiaires effectifs (article L. 561-5 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de connaissance du client et de la relation d'affaires (article L. 561-6 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de conservation des documents relatifs aux opérations pendant cinq ans (article L. 561-12 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de formation et d'information du personnel (article L. 561-33 du code monétaire et financier)».

# USAGE ET DESTINATION D'UNE CONSTRUCTION

**Le changement de destination d'un bien est soumis à formalités. À l'agent immobilier de vérifier si le vendeur les a respectées.**



**VINCENT LE GRAND**

Universitaire, consultant en droit de l'urbanisme

**N**otion spécifique au droit de l'urbanisme, la « destination » d'une construction est assimilée à sa vocation. Or, durant sa longue vie, un bâtiment peut être appelé à connaître des évolutions dans son usage. Il est donc susceptible d'être détourné – en totalité ou en partie – de son emploi initial. Et force est d'admettre que la tendance actuelle est au détournement d'usage : un gîte rural authentique dans une ancienne grange, un beau loft au style « indus » dans les locaux d'un atelier ou d'une ancienne usine... La vente d'un immeuble dont la destination doit ou a déjà évolué appelle quelques vérifications de la part de l'agent immobilier et plus encore du notaire qui authentifie celle-ci.

**TOUTE CONSTRUCTION RÉPOND À UNE DESTINATION ET À UNE SOUS-DESTINATION**

Dans un premier temps, il conviendra de déterminer à quelle destination initiale se rattache la construction. Depuis l'entrée en vigueur du décret du 28 décembre 2015, les destinations des constructions fixées à l'article R151-27 du Code de l'urbanisme (CDU) sont au nombre de cinq : « exploitation agricole et forestière », « habitation », « commerce et activités de service »,



Un exemple de changement de destination : un corps de ferme transformé en gîte rural - crédit photo VLG

« équipement d'intérêt collectif et services publics » et, une dernière destination englobante constituée par les « autres activités des secteurs secondaire et tertiaire ».

Une fois la destination arrêtée, il convient de déterminer plus précisément la sous-destination à laquelle la construction se rattache. Chacune des cinq destinations est en réalité consti-

tutive d'une catégorie de vingt et une sous-destinations (voir tableau).

**QUELLE FORMALITÉ POUR CHANGER DE DESTINATION ET/OU DE SOUS-DESTINATION ?**

S'il s'avère que l'usage du bien ne correspond plus à sa destination initiale, sa qualification juridique et sa situation fiscale doivent ►

► évoluer à leur tour. Le changement de destination ou de sous-destination peut être soumis ou non à formalité en fonction de ses caractéristiques et des travaux susceptibles de l'accompagner.

- Le **permis de construire** sera requis pour tout changement de destination ou de sous-destination s'accompagnant de « travaux ayant pour effet de modifier les structures porteuses ou la façade du bâtiment » (art. R421-14 c) du CDU). Tel sera le cas de la transformation de locaux accueillant une épicerie (destination : « commerce et activités de service » ; sous-destination : « artisanat et commerce de détail ») en restaurant (même destination mais sous-destination « restauration ») lorsque des travaux concomitants modifieront l'enseigne et la dimension de la vitrine.

- Une **déclaration préalable de travaux** suffira lorsqu'un changement entre sous-destinations n'appartenant pas à la même destination principale s'opérera sans travaux ou avec des travaux ne modifiant ni les structures porteuses ni la façade du bâtiment. Exemple : un immeuble accueillant la direction et les services administratifs d'une société (sous-destination « bureau ») est cédé à un cabinet d'avocats (sous-destination « activités de service où s'effectue l'accueil d'une clientèle »).

- Enfin, **aucune formalité** n'est requise lorsque le projet consiste à changer de sous-destination à l'intérieur d'une même destination, sous la même condition d'une absence de travaux ou de travaux ne modifiant ni les struc-

tures porteuses ni la façade du bâtiment. Exemple : un local industriel désaffecté qui, après le rachat par une entreprise spécialisée dans la logistique, pourra servir d'entrepôt.

## COMMENT RÉAGIR EN CAS DE VENTE D'UN IMMEUBLE AYANT ÉVOLUÉ IRRÉGULIÈREMENT ?

À l'occasion de la première visite d'un bien, l'agent immobilier peut être informé ou se rendre lui-même à l'évidence de ce que l'usage qui est fait de celui-ci n'est plus conforme à sa destination initiale. Il lui appartient alors de considérer si ce nouvel usage constitue un changement de destination principale ou de sous-destination. Il lui faut ensuite apprécier les éventuels travaux déjà réalisés pour adapter la construction à ce nouvel usage. Cet examen doit lui permettre de savoir si cette évolution nécessitait ou non d'être soumise à une formalité d'urbanisme. Dans l'affirmative, il lui revient de demander au vendeur s'il a bien accompli celle-ci. Car, en cas d'absence fautive du vendeur, ce dernier doit savoir qu'il n'est jamais trop tard pour accomplir la formalité. Le notaire pourra d'ailleurs la lui imposer pour procéder à la vente et s'acquitter ainsi de son devoir de conseil. Si rien n'est fait, le vendeur peut voir sa responsabilité pénale engagée – et ce même après la vente – pendant un délai de six ans à compter de l'achèvement des travaux (art. L480-4 du CDU). Sur toutes les responsabilités susceptibles d'être engagées en pareil cas, on pourra aller lire notre article en ligne

## 5 DESTINATIONS ET 21 SOUS-DESTINATIONS

### Exploitation agricole et forestière

- Exploitation agricole
- Exploitation forestière

### Habitation

- Logement
- Hébergement

### Commerce et activités de service

- Artisanat et commerce de détail
- Restauration
- Commerce de gros
- Activité de service avec accueil d'une clientèle
- Hébergement hôtelier
- Autres hébergements touristiques
- Cinéma

### Equipements d'intérêt collectif et services publics

- Locaux et bureaux accueillant du public des administrations publiques et assimilés
- Locaux techniques et industriels des administrations publiques et assimilés
- Établissements d'enseignement, de santé et d'action sociale
- Salles d'art et de spectacles
- Équipements sportifs
- Autres ERP

### Autres activités de secteurs secondaire ou tertiaire

- Industrie
- Entrepôt
- Bureau
- Centre de congrès et d'exposition

sur [www.journaldelagence.com/](http://www.journaldelagence.com/) « Vente d'un terrain construit irrégulièrement - Comment régulariser la construction ? ».

De son côté, l'acquéreur doit être informé que toute évolution ultérieure du bien peut être compromise.

Si le changement de destination ou de sous-destination ne supposait qu'une déclaration préalable de travaux, l'autorité compétente en matière d'urbanisme ne pourra plus faire état de cette irrégularité au terme d'un délai de dix ans

suivant la transformation (art. L421-9 du CDU). Si la réalisation des travaux nécessitait à l'inverse l'obtention d'un permis de construire, le maire pourra, même après dix ans, refuser de délivrer une nouvelle autorisation et exiger de son propriétaire qu'il régularise préalablement. La destinée d'un bien vendu peut donc être fortement compromise par une évolution irrégulière de sa destination... À l'agent immobilier de savoir être clairvoyant ! ■

Vincent Le Grand

# CONTOURNER LA VENTE ENTRE PARTICULIERS

Face à un vendeur séduit par la vente de PAP, ne lâchez jamais, affûtez vos arguments et attendez qu'il revienne vers vous !



### STÉPHANIE COCOZZA

Fondatrice du blog [www.performance-immobilier.com](http://www.performance-immobilier.com)  
Dirigeante du centre de formation Performance Immobilier Datadocké



**S**i vous tapez cette requête « Comment vendre un bien de PAP » sur Google, vous pourrez constater que le nombre de recherches s'élève à plus de 24 millions. Si y on associe la mauvaise image de la profession, l'avis des particuliers sur les agents immobiliers dans les forums et les annonces du Bon Coin arborant « agence s'abstenir », le message est clair : les particuliers ne veulent pas d'intermédiaire. C'est d'ailleurs l'objection préférée du vendeur qui se décline sous différentes formes : « Agence s'abstenir », « Je ne veux pas d'agence », « Je veux vendre seul », sans comp-

ter le : « J'ai un ami dans l'immobilier » et, enfin, la plus paradoxale : « Je suis du métier ».

Toute une artillerie de guerre contre le professionnel, somme toute assez décourageante. C'est comme cela que certains d'entre vous n'arrivent pas à passer la barrière de « agence s'abstenir » et passent leur chemin. Ce qui laisse un faible nombre de vendeurs à contacter. D'autres, un peu plus audacieux, tentent le contact téléphonique, qui se solde rapidement par : « Vous ne savez pas lire ? » Les plus téméraires iront jusqu'au rendez-vous, mais repartiront régulièrement sans mandat.

### À ÉVITER : VOULOIR DÉCROCHER UN MANDAT À TOUT PRIX

La pire erreur que vous puissiez commettre est de dire : « J'ai un client ». Ainsi, vous donnez un argument puissant au vendeur pour vous coincer. Vous prenez le risque de repartir bredouille parce que les derniers mots cinglants du prospect seront : « Je vous signe un mandat si vous m'amenez l'acheteur ». Les plus « chanceux » repartent avec un mandat pris à la volée, presque en s'excusant. Et pour l'obtenir, ils auront accepté toutes les conditions du vendeur : un mandat simple, largement au-dessus du prix. ►



► Le vendeur ne vous aura même pas écouté. Afin de décrocher le mandat, vous lui aurez demandé son prix et ajouté votre commission avec, en prime, une petite négociation sur vos honoraires. Bref, le client est roi ! Bien sûr, vous n'aurez pas osé demander les documents juridiques pour sécuriser la vente. Finalement, vous publierez vos annonces sans diagnostics. Le tableau est à peine noir-ci. Alors, voici comment sortir de cette impasse en quatre points.

## 1. LÂCHEZ PRISE ET ASSUMEZ CLAIREMENT !

Si la réputation des agents immobiliers n'est pas excellente, c'est parce que les vendeurs n'ont aucune idée de votre travail. À tort ou à raison, ils ont le sentiment que le professionnel est un intermédiaire qui vient se mettre entre deux parties. C'est un fait. Assumez-le clairement, quitte à prendre les devants en prenant les choses à contre-pied : « Oui, je sais, vous pensez que les profession-

nels sont des ouvreurs de portes... » Puis enchaînez avec : « Laissez-moi vous montrer. » En validant cette idée, votre prospect va se relâcher et être un peu moins sur la défensive, il sera plus enclin à vous écouter.

## 2. RIEN N'EST JAMAIS PERDU

Si vous n'avez pas réussi à décrocher le mandat, voire prendre un rendez-vous, parce que le vendeur n'était pas prêt ou parce que vous n'avez pas su convaincre, dites-vous que le match n'est pas joué. Vous avez perdu cette fois pour tout un tas de raisons. Le vendeur veut essayer seul ou ne veut pas de vous. C'est son droit. Mais ce n'est pas parce qu'il vous a dit non cette fois-ci qu'il ne changera pas d'avis dans quelque temps. On estime qu'il faut sept semaines pour que le vendeur commence à perdre confiance et se pose des questions. Ne le lâchez pas, suivez-le, prenez de ses nouvelles. Montrez-lui que vous pouvez lui apporter de la va-

leur ajoutée et faites la différence sur le long terme. Votre rôle est de tisser une relation de confiance et de lui montrer que vous êtes là pour l'aider. Considérez le vendeur un peu comme un adolescent que vous soutenez dans ses choix, tout en étant là pour le rattraper si son choix s'avérerait finalement mauvais. D'ailleurs, la loi Hoguet fait référence à cette idée : « Comportez-vous avec vos clients comme un bon père de famille. »

## 3. TRAVAILLEZ VOTRE ÉTAT D'ESPRIT

Votre réussite, vos actions sont conditionnées par ce que vous avez dans la tête : tout ce que vous racontez ou tout ce que vous entendez des autres professionnels ou de votre entourage, leurs propres convictions, vous réfrèment. La crainte du rejet, votre éducation, vous cantonnent dans des peurs qui ne sont pas réelles ou, pire, des peurs qui ne sont pas les vôtres. Tout cela conditionne votre mental. Ce qui vous

bloque le plus dans le métier, c'est penser à la place du client. Ne préjugez pas de sa réponse. Exercez votre mission et vous verrez ensuite. Très souvent, on entend : « Au final, lors de porte-à-porte, les gens sont toujours très gentil. Je ne sais pas pourquoi je ne l'ai pas fait avant. » Pour dépasser ces blocages, ce dont vous avez besoin est de savoir ce que vous allez faire si, par exemple, le client vous dit non.

## 4. UTILISEZ LA TECHNIQUE DU PIVOT

Dans la vente il ne faut jamais s'opposer au client. La meilleure façon pour convaincre un vendeur est de ne pas l'attaquer de front. La technique du pivot est parfaite pour ça. Elle consiste à donner une autre vision au vendeur tout en délicatesse. Partez de l'idée que mettre un bien en vente, c'est facile. Vous le confortez dans son idée. Rien ne sert de le braquer, vous avez toutes les chances de le perdre. Sauf que le particulier ne fait pas la différence entre mettre en vente et vendre réellement. Nombre d'entre eux parviennent jusqu'au compromis et c'est là où les choses se compliquent. Le taux de compromis qui ne se concrétisent pas par un acte authentique est très élevé, tout comme le nombre de procès entre particuliers après la vente. Au final, 70 % des ventes se font avec des professionnels, parce que vendre, ce n'est pas uniquement passer une annonce. C'est sur cette vision-là que vous devez progressivement changer les croyances du vendeur. ■

Stéphanie Coccozza

# FAIRE ATTERRIR LE VENDEUR SUR LE PRIX

L'« effet de dotation », qui conduit le vendeur à surestimer la valeur de son bien, a des ressorts psychologiques. Décryptage.



**NATHALIE GARDES**

Maître de conférences  
HDR

Responsable pédagogique des licences métiers de l'immobilier

Selon une étude réalisée récemment par Logic-Immo<sup>1</sup> s'accorder sur le prix avec le futur acquéreur constitue un frein majeur perçu par les vendeurs. En effet, si le marché est tendu avec 3,5 millions d'acheteurs pour 2 millions de vendeurs, il existe peu de biens qui correspondent aux attentes des acheteurs, les prix étant par ailleurs perçus par ces derniers comme irréalistes. De fait, le prix visé par les acheteurs reste le plus souvent inférieur à celui proposé par les vendeurs. Ces éléments constituent un point de blocage dans la mesure où les vendeurs ne sont pas plus enclins que les acheteurs à faire des concessions sur le prix. Se pose dès lors la question du juste prix, celui pour lequel aucune des parties ne se sent lésée.

La nature hétérogène et complexe des biens immobilier conduit à l'inefficacité du marché pour en déterminer le juste prix. Le prix est donc un prix négocié en ce sens qu'il nécessite un accord entre le vendeur et l'acquéreur pour que la transaction soit finalisée. Cet accord est problématique lorsqu'il existe un écart dans la perception de la valeur d'un bien. Cet écart, appelé par les économistes « effet de dotation », traduit le fait que



le vendeur demande généralement davantage pour renoncer à son bien qu'il ne serait prêt à payer pour l'acquérir. Cette tendance à surestimer le bien que nous possédons crée des frictions dans les négociations<sup>2</sup>.

### EXPLIQUER L'ÉCART DE PERCEPTION

Les explications classiques de l'effet de dotation reposent sur l'aversion aux pertes qu'éprouve un agent économique. La désutilité d'abandonner un objet étant plus grande que l'utilité associée à son acquisition, le coût de renoncer à un bien surpasserait le plaisir de l'acheter (aversion aux pertes<sup>3</sup>. Bien qu'intéressante, cette approche est insuffisante pour expliquer l'effet de dotation. L'introduction d'éléments de nature psychologique permet d'enrichir la réflexion. Selon les psychologues, la réticence à l'abandon d'un bien résiderait moins dans le fait que celui-ci est coûteux que dans le fait que les

personnes l'associent à eux-mêmes, à leur identité<sup>4</sup>. Cette auto-association, qui peut prendre la forme d'un attachement émotionnel au bien, conduit à percevoir la perte potentielle du bien comme une menace pour soi. Aussi séduisante cette explication soit-elle, une question demeure : celle des processus cognitifs et neuronaux sous-jacents. Par une analyse fine des effets psychologiques de la propriété sur nos processus cognitifs, les travaux de Morewedge et Giblin (2015) viennent combler cette lacune<sup>5</sup>.

### PROPRIÉTÉ ET PROCESSUS COGNITIF

Selon ces auteurs, posséder une chose change notre façon de penser. En effet, nous avons tendance à accorder plus d'attention et à mieux nous souvenir des informations qui nous sont associées qu'à celles liées à d'autres personnes, lieux ou faits. Parce que nous rapportons ce que nous

► possédons à nous-mêmes, la possession peut agir comme un cadre cognitif, amplifiant notre attention et notre mémoire pour nos biens (biais de mémoire). Dès lors, si les propriétaires accordent plus d'attention et se souviennent mieux des caractéristiques des biens qu'ils possèdent, ces biens deviennent plus précieux pour eux-mêmes que pour les non-propriétaires. Les écarts dans la valeur perçue du bien qui en découlent peuvent aboutir à l'échec de la négociation. S'il souhaite conclure la transaction, l'agent immobilier va devoir réduire les écarts dans la valeur perçue du bien.

## RÉDUIRE L'EFFET DE DOTATION

Une tactique efficace consiste à attirer l'attention de l'acheteur et du vendeur sur les informations qu'ils ignorent<sup>6</sup>.

- Demander à l'acheteur de réfléchir aux attributs « précieux » du bien qu'il pourrait acquérir le conduira à valoriser davantage le bien<sup>7</sup>.
  - Inviter le vendeur à réfléchir au projet qu'il pourrait mettre en œuvre grâce à l'argent de la vente pourrait accroître le coût d'opportunité de posséder le bien.
- Une autre tactique efficace

est d'agir sur le prix de référence du client (i.e. les normes de comparaison tirées de l'environnement externe ou récupérées de la mémoire que les gens utilisent pour évaluer le bien). Pour le vendeur, le prix de référence se réfère au prix auquel il a acheté son bien. Lorsque le marché est en baisse, le vendeur a plus de mal à ajuster son prix de référence du fait de l'aversion aux pertes que lorsque celui-ci est en hausse. Comment dès lors agir sur ce prix ?

- Présenter au vendeur d'autres alternatives, comme le fait Stéphane Plaza, en lui faisant visiter des biens similaires vendus moins chers que ce qu'il demande du sien.
- Proposer à l'acheteur qui demande des prestations incohérentes avec son budget des alternatives qui ont les attributs effectivement recherchés mais à un prix beaucoup plus élevé que celui qu'il peut mettre. Cette technique est en mesure de lui faire prendre conscience de la déconnexion de sa demande.
- Suggérer au vendeur de consulter un service d'enchères immobilières en ligne qui pourra lui faire prendre conscience qu'au prix qu'il demande, les acheteurs ne sont pas légion. Il pourra



ainsi reconsidérer son prix de référence.

Une troisième tactique consiste à amener l'acheteur à imaginer posséder le bien. Ceci permettra de réduire l'écart de valeur perçue issue de l'effet de dotation.

- « Storyteller » la visite. Le storytelling du conseiller permettra au client de se projeter dans le bien. Prenez le temps de bien connaître l'acheteur (sa structure familiale, son style de vie, ses goûts) pour pouvoir raconter une histoire familiale autour du bien. Vous créez ainsi une expérience autour de la possession du bien qui lui permettra de donner du sens et en accroîtra ainsi sa valeur.

- Proposer un home staging virtuel. Le besoin de donner du sens à un projet nécessitant des représentations visuelles, cette technique, qui intègre les meubles du client et les travaux envisagés, est également un levier qui facilitera la décision

d'achat et l'acceptation du prix<sup>8</sup>. Interagir avec le bien via un écran tactile (logiciel de home staging sur tablette) a le potentiel d'induire l'effet de dotation du bien en donnant l'impression que nous en sommes propriétaires. Il prend alors plus de valeur.

- Inviter le vendeur à dépersonnaliser sa propriété. La dépersonnalisation du lieu conduit le vendeur à moins associer le bien à lui-même et facilite l'acheteur à mieux se projeter.

Peu importe la partie concernée (vendeur ou acheteur), l'effet de dotation peut entraîner des désaccords sur la valeur de ce qui est négocié. Être conscient de son influence et savoir comment le désamorcer peut vous aider à comprendre les différences de valeurs perçues, à les réduire et à augmenter vos chances de parvenir à un accord plus satisfaisant pour toutes les personnes impliquées. ■

Nathalie Gardes

1 <https://newsroom.logic-immo.com/actualites/resultats-de-la-27eme-vague-de-observatoire-logic-immo-du-moral-immobilier-perception-des-acquereurs-et-vendeurs-immobiliers-6a19-16584.html>

2 « Prospect Theory : An Analysis of Decision Under Risk », D. Kahneman & A. Tversky, 1979. *Econometrica*, 47 : 263-291.

3 « Explanations of the endowment effect : an integrative review », C.K. Morewedge & C.E. Glibin, juin 2015. *Trend in Cognitive Sciences*, Vol. 19, Issue 6, pp. 339-348.

4 « The Endowment Effect : Rose-Tinted and Dark-Tinted Glasses », D. Nayakankuppam & H. Mishra, déc. 2005. *Journal of Consumer Research*, Vol. 32, Issue 3, pp. 390-395.

5 « Aspects of Endowment : A Query Theory of Value Construction », E.J. Johnson, G. Häubl & A. Keinan, 2007. *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory, and Cognition*, 33(3), 461-474.

6 « Extended Self : Medial Rrefrontal Activity During Transient Association Of Self And Objects », K. Kim & M.K. Johnson, fév. 2012. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, Vol. 7, Issue 2, pp. 199-207.

7 « Why Buyers and Sellers Inherently Disagree on What Things Are Worth », C.K. Morewedge, mai 2016, *Harvard Business Review*.

8 « Tablets, touchscreens, and touchpads : How varying touch interfaces trigger psychological ownership and endowment », A. Brasel, J. Gips, (2014), *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 24, Issue 2, pp. 226-233.

# DISRUPTER OU MOURIR

Loin de ce qui se fait aux États-Unis, la disruption à la française cherche un modèle garant de la relation client.

Depuis plusieurs années, la mode est à la disruption, comme si la disruption était le remède miracle à tous les maux dont les professionnels de l'immobilier semblent hériter : commissions trop coûteuses, relation client calamiteuse, image désastreuse. Faut-il avoir peur des start-up disruptives lancées à grands renforts de moyens pour imposer un nouveau modèle au marché ?

## PLUS DE 340 MILLIONS D'EUROS LEVÉS EN FRANCE EN 2019

Force est de constater, tout d'abord, que n'est pas Google qui veut. Si les moyens levés par les start-up de l'immobilier sont de plus en plus importants en France (plus de 340 millions d'euros en 2019 selon nos calculs), ils sont encore bien inférieurs à ce qui se pratique aux États-Unis pour disrupter le marché. Pour l'heure, toutes les tentatives pour orienter les particuliers dans ce marché de l'immobilier, que ce soit dans la gestion locative, le syndic ou la transaction, se sont soldées par des échecs. Dans le jargon, on dit que la start-up « pivote », c'est-à-dire qu'à vouloir disrupter, soit elle meurt, soit elle change son modèle.

La preuve ? Depuis vingt ans, la part des transactions réalisées par les professionnels reste stable, autour de 70 %, le nombre de syndics bénévoles n'augmente pas et la proportion de particuliers qui retirent la gestion de leurs biens à un professionnel semble ne pas bouger.



**JÉRÔME REVY**  
Conseil en innovation  
pour l'immobilier,  
Property Business  
Accelerator

## UN MODÈLE ÉCONOMIQUE QUI S'APPUIE SUR L'HUMAIN

C'est pourquoi, les offres alternatives de modèles d'agences hybrides, de type Open-door, ainsi que toutes les initiatives pour digitaliser nos métiers sont à prendre au sérieux. Dans le monde de l'entreprise, l'innovation vient rarement d'initiatives internes, au contraire, pour émerger, une innovation a besoin de sortir des sentiers battus.

Prenons l'exemple de Proprioo, qui a fait parler d'elle pour avoir levé 20 millions d'euros. On sait que son modèle s'appuie sur une commission non plus à taux fixe mais au taux de 1,99 %. Si vous pensiez que Proprioo exerçait son métier derrière un ordinateur, vous vous trompez, cette start-up recrute des collaborateurs salariés pour réaliser un travail de terrain. La clé de la réussite économique de ce modèle, proche de celui d'une agence immobilière, repose simplement dans la mise à disposition d'outils permettant au salarié de bien faire son travail, et d'un formidable outil digital pour faciliter la relation client. Proprioo possède la carte professionnelle et exerce son métier honnêtement. Un modèle dont on peut s'inspirer sans pour autant craindre une disruption immédiate.

Ainsi, si la disruption n'a pas encore percé l'armure de nos métiers, elle nous oblige à mieux travailler notre relation client, à revoir nos modèles de commercialisation, à penser hors du cadre, à digitaliser nos process et, en un mot, à innover. ■

*Jérôme Revy*

### Publication judiciaire

« Par décision du 4 septembre 2019, la Commission nationale des sanctions a prononcé une interdiction temporaire d'exercer l'activité d'agence immobilière pour une durée d'un an, avec sursis, ainsi qu'une sanction pécuniaire de 7 000 euros, à l'encontre d'une société exploitant une agence immobilière, une interdiction temporaire d'exercer l'activité d'agent immobilier pour une durée d'un an, avec sursis, ainsi qu'une sanction pécuniaire de 7 000 euros, à l'encontre de son président, et décidé la publication de ces sanctions aux frais de la société, pour ne pas avoir respecté les obligations suivantes leur incombant en matière de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme prévues par le code monétaire et financier :

- l'obligation d'identification des clients et des bénéficiaires effectifs (article L. 561-5 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de connaissance du client et de la relation d'affaires (article L. 561-6 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de formation et d'information régulières du personnel (article L. 561-33 du code monétaire et financier) ».

# LES 5 ERREURS À ÉVITER SUR FACEBOOK

Avoir un usage personnel d'un réseau social peut donner l'impression de le maîtriser aussi sur un plan professionnel. À tort...



**KARINE MAHIEUX**  
Social Media Manager  
Coach en stratégies numériques et marketing digital pour les professionnels de l'immobilier



Le marketing digital nécessite de mener une réflexion qui doit aboutir à la mise en place d'une vraie stratégie. Se jeter à corps perdu pendant un temps donné sur un réseau ou publier au petit bonheur la chance ne mène souvent qu'à des résultats très décevants. Outre cette réflexion à mener en amont, il faut aussi rester en veille sur les tendances et être ouvert aux nouveautés, car les médias sociaux évoluent et s'améliorent sans cesse. La communication sur les réseaux sociaux ne doit pas être laissée au hasard ; il y a des principes à respecter si vous souhaitez devenir un

agent immobilier connecté et reconnu sur votre secteur.

### SE TROMPER D'AUDIENCE

Comme beaucoup de professionnels immobiliers, vous êtes certainement en relation et connecté à des confrères ; Facebook a donc noté votre intérêt pour ce type de personne et vous soumettra régulièrement des suggestions de connexion à d'autres agents immobiliers.

La suggestion d'amis sur Facebook se base principalement sur trois critères : les amis d'amis, la géolocalisation et le fait d'être allé consulté un profil sur le

réseau social. Même si ces deux derniers critères ne sont pas officiels, les tests qui ont été menés vont dans ce sens.

Avoir trop d'amis professionnels immobiliers va donc induire l'algorithme de Facebook en erreur ; il va systématiquement vous proposer des contenus immobiliers et des suggestions d'amis immobiliers. Or, est-ce bien votre cible ? Ne pensez-vous pas qu'il serait préférable d'avoir une audience de personnes qui ressemblent plutôt à vos clients ?

En réalité, ce phénomène d'entre-soi ne favorise pas votre présence digitale ! Vu de l'extérieur, cela donne ►

► parfois un sentiment de corporatisme et, sans vous en rendre compte, il peut y avoir une certaine forme de familiarité qui s'installe lorsque vos confrères interagissent avec vos publications. Forcément, cela laisse moins de place aux personnes qui vous suivent d'engager une discussion avec vous.

## NE PAS AVOIR DE PAGE FACEBOOK

Si vous avez une utilisation professionnelle du réseau, vous devez avoir une page ; c'est l'outil que propose gratuitement Facebook à ses utilisateurs, aux entreprises, micro-entrepreneurs, associations... Sur Facebook les règles sont claires et il est bien spécifié dans les CGU que votre profil doit être personnel. Si vous avez une utilisation exclusivement professionnelle de votre profil, non seulement vous vous exposez à des sanctions, mais surtout vous n'exploitez qu'une infime partie de la capacité de ce réseau. En effet, les pages Facebook offrent des fonctionnalités indispensables si vous souhaitez augmenter votre notoriété locale, connaître votre audience et acquérir de nouveaux contacts.

## DUPLIQUER LES MÊMES CONTENUS

Lorsqu'on anime une page Facebook, il peut être tentant de dupliquer son contenu sur son profil, soit parce que vous manquez de temps pour trouver et mettre des informations différentes, soit parce que

vous ne savez pas quoi publier.

Il s'agit principalement d'un manque d'organisation et de vision. Vous n'avez pas le temps, parce que vous n'utilisez pas les bons outils pour vous aider à en gagner. Et vous ne savez pas quoi publier, car vous n'avez pas élaboré un calendrier éditorial pour vos différents supports et communications marketing.

Pour développer votre visibilité et votre notoriété, vous devez vous servir des différents leviers qu'offrent votre compte et votre page Facebook. Votre profil permet aux gens de vous retrouver et d'interagir facilement avec vous ; votre page est le lieu où vous allez valoriser votre secteur et mettre en avant votre expertise.

## MAL UTILISER LES GROUPES

Sur Facebook, les groupes sont à l'honneur et, selon une annonce officielle récente, ils vont être modifiés au printemps pour être encore plus performants.

Les groupes offrent une visibilité très intéressante, c'est là où se trouvent vos futurs clients, mais il faut savoir les utiliser à bon escient ; ce sont des communautés, autour d'un thème ou d'une passion, dans lesquelles vous devez vous intégrer.

Il n'y a aucun intérêt de spammer les groupes Facebook de vos annonces immobilières ; cette pratique, trop courante, est un peu la bête noire des administrateurs de groupes ! Il est important de différencier les groupes et les actions



que vous pouvez y faire. Une communication agressive ou trop poussée risque de vous desservir et ne vous permettra pas d'avoir des résultats probants.

Identifier vos groupes est donc essentiel pour une communication efficace sur Facebook, ils doivent faire partie intégrante de votre stratégie.

## NE PAS SE DIFFÉRENCIER

Selon une étude\*, 64 % des vendeurs ont du mal à choisir leur agent immobilier. Par conséquent, votre image et votre positionnement sont les véritables atouts que vous devez utiliser pour vous différencier. Les médias tels que les réseaux sociaux permettent justement de se distinguer, seulement, même si cela

paraît évident, il ne faut pas faire comme les autres ! L'une des conséquences de l'entre-soi professionnel est d'avoir tendance à rentrer dans le moule ou d'être paralysé par des croyances limitantes qui ne permettent pas d'exploiter ce réseau à sa juste valeur.

Vous devez donc travailler votre *personal branding* pour attirer les clients que vous souhaitez. La force du réseau est de pouvoir maîtriser et modeler votre image, tout en restant vous-même ; vous devez vous distinguer par votre unicité. Cela demande de faire une introspection, mais vous connaître et s'appuyer sur vos points forts vous permettra d'aider encore mieux vos clients dans l'accomplissement de leurs projets. ■

Karine Mahieux

\*Sondage OpinionWay pour MeilleursAgents réalisé du 31/07 au 17/08/18 sur un échantillon de 2 502 personnes ayant vendu un bien immobilier au cours des trois dernières années.

# LETTRE RECOMMANDÉE ÉLECTRONIQUE, L'AN I

Le 1<sup>er</sup> janvier 2019 entrant en vigueur le règlement européen de juillet 2016 avec la consécration de la LRE qualifiée eIDAS.



**ÉTIENNE PETIT**

Directeur du développement  
MODELO



Depuis un an, l'application du Règlement européen sur l'identification électronique et les services de confiance pour les transactions électroniques au sein de l'Union européenne (Electronic IDentification Authentication and Trust Services) s'est traduite par un renforcement des exigences d'identification de l'expéditeur et des destinataires. Ce changement a concouru à la généralisation de l'utilisation de la LRE par les agents immobiliers qui y voient un moyen sûr, usuel, adapté, rapide et économique de notifier leurs actes.

### UN MOYEN TOTALEMENT SÉCURISÉ

La règle est désormais simple et écarte tout débat sur la conformité des notifications faites par LRE : l'envoi recommandé électronique est équivalent à l'envoi par lettre recommandée dès lors qu'il satisfait aux exigences de l'article 44 du règlement UE (art. L100 Code des postes et des communications électroniques). Or, à date, trois sociétés ont été certifiées pour l'envoi de LRE qualifiées eIDAS à des particuliers : Clearbus, Equisigne/Letreco et AR24. Contrairement aux

deux premières solutions qui supposent que le destinataire de l'envoi dispose, soit d'un certificat sur clef, soit d'une carte à codes et d'un lecteur de carte à codes – ce qui est coûteux et peu adapté pour des envois occasionnels comme une notification SRU –, la solution AR24 permet à toute personne de recevoir une LRE. Un **préalable**, toutefois : lorsque le destinataire de l'envoi n'est pas un professionnel, il doit **avoir accepté de recevoir des envois recommandés électroniques**. Il est donc indispensable de le prévoir dans l'acte (compromis, baux, etc.) au moyen d'une clause dédiée. ►

## UN MOYEN USUEL ET ADAPTÉ

L'usage par les agents immobiliers de la LRE pour la notification SRU des compromis devient courant. Il est vrai qu'elle s'y prête parfaitement puisque le délai de rétractation commence à courir le lendemain de la première présentation de la lettre, soit, dans le cadre d'une LRE, à la réception du mail envoyé par le prestataire qualifié au destinataire l'informant qu'une lettre lui a été adressée et qu'il peut prendre connaissance de son contenu en s'identifiant. Ce mail vaut à la fois avis de passage et preuve de dépôt. Et peu importe qu'il le fasse ou non : le délai SRU commencera à courir le lendemain, à minuit et une minute.

**Attention :** ce qu'autorise une LRE qualifiée, un mail signé électroniquement ne le permet pas ! Contrairement à ce qu'affirment certains, et à la différence de la LRE qualifiée, il ne s'agit pas d'un moyen présentant des garanties équivalentes à un envoi en recommandé, au sens de



l'article L.271-1 du Code de la construction et de l'habitation. Et il serait dommage que, pour économiser quelques euros, vous preniez le risque d'avoir à « repurger » SRU à la demande du notaire... Peut-on aussi utiliser la LRE pour délivrer un congé à un locataire ? Oui, sous réserve qu'il ait donné son accord dans le bail initial ou, ultérieurement, pour recevoir des notifications électroniques. Mais le congé ne sera valable que si le locataire prend connaissance du contenu de l'envoi électronique, après s'être identifié, puisque le congé doit être réceptionné par le locataire, la date de réception étant celle de la réception effective de la notification et non celle de la première présentation de l'envoi.

Et pour envoyer une mise en demeure ? Là encore, c'est possible, mais celle-ci ne jouera son rôle que si le destinataire prend connaissance du contenu de l'envoi.

## UN MOYEN RAPIDE, ÉCONOMIQUE ET PLÉBISCITÉ

L'intégration native d'une solution d'envois électroniques qualifiés dans une solution de rédaction d'actes, comme Modelo l'a fait avec la solution AR24, permet d'envoyer tout acte signé électroniquement en quelques clics pour un coût HT inférieur à 3 euros pour un document qui, annexes comprises, peut comporter jusqu'à 1 500 pages. C'est donc l'occasion pour l'agent de faire de substantielles éco-

nomies et de gagner du temps. Et pour les clients d'éviter de se déplacer pour retirer un recommandé à la poste.

En conclusion, 2019 aura été une année de transition, mais aussi de montée en puissance. Si l'on prend l'exemple de Modelo, ce sont plus de 100 000 notifications SRU qui ont été effectuées électroniquement depuis l'ouverture de ce service, et le nombre d'agences converties ne cesse d'augmenter avec une croissance moyenne de 20 % par mois.

Incontestablement, les nouvelles possibilités qu'offrent les solutions digitales à l'agent immobilier peuvent lui permettre de gagner en sécurité et en efficacité pour se consacrer à l'essentiel, à savoir ses clients. ■

*Étienne Petit*

## Publication judiciaire

« Par décision du 9 octobre 2019, la Commission nationale des sanctions a prononcé une interdiction temporaire d'exercer l'activité d'agence immobilière pour une durée de trois mois, avec sursis, ainsi qu'une sanction pécuniaire de 2 000 euros, à l'encontre d'une société exploitant une agence immobilière dans le département du Val-d'Oise, un avertissement, ainsi qu'une sanction pécuniaire de 1 000 euros, à l'encontre de son président, et décidé la publication de ces sanctions aux frais de la société, pour ne pas avoir respecté les obligations suivantes leur incombant en matière de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme prévues par le code monétaire et financier :

- l'obligation d'identification et de vérification de l'identité des clients et des bénéficiaires effectifs (article L.561-5 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de connaissance du client et de la relation d'affaires (article L.561-6 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de conservation des documents relatifs aux opérations pendant cinq ans (article L.561-12 du code monétaire et financier) et
- l'obligation de formation et d'information régulières du personnel (article L.561-33 du code monétaire et financier) ».

# LES CLÉS POUR BIEN GÉRER VOTRE TEMPS

Les agents immobiliers se plaignent d'être débordés. Pourtant, il existe des astuces pour gérer son temps, facteur de réussite.



**PIERRE FASQUELLE**  
formateur et conférencier  
pierre.fasquelle@essor-conseil.fr



La gestion du temps est un élément clé dans la réussite du métier d'agent immobilier. Très souvent, les professionnels se disent débordés. Ils ont du mal à faire face à toutes les sollicitations, à leur charge de travail. Et si mieux gérer son agenda n'était qu'une question d'organisation ? Voici cinq astuces.

### METTRE LE TEMPS EN BOÎTE

L'expression peut faire sourire mais elle n'est pas si anodine. Ranger son temps dans des boîtes permet d'aller beaucoup plus vite. En effet, si vous évaluez correctement dans votre agenda le temps que vous allez passer sur chaque tâche, vous ne vous laisserez pas déborder. Notre

cerveau va beaucoup plus vite que le temps, on a donc souvent tendance à surcharger notre agenda, à être trop gourmand, à vouloir trop en faire. Cela ne sert à rien. À se surestimer, on s'épuise car, évidemment, on ne peut pas tout faire ! La raison ? Les imprévus ! Ils représentent 20 % d'une journée de travail. Ne réaliser que 80 % de ce qui était prévu laisse du coup un sentiment d'insatisfaction. Et comme l'être humain a naturellement tendance à se dévaloriser, si chaque journée vous laisse ce sentiment, vous finirez par culpabiliser, par vous sentir incapable. Cet état d'esprit ne favorise évidemment pas la réussite. En revanche, si vous constituez votre agenda en tenant compte de ces

20 % que vous ne connaissez pas, tenir votre planning sera beaucoup plus simple et votre travail plus efficace parce que vous aurez confiance en vous.

### PRENDRE DU RECUL SUR SON PLANNING

Mettre son temps en boîte n'est pas tout, il faut également prendre du recul sur son planning. Analyser votre agenda de façon régulière, en regardant ce que vous avez réussi à faire sur les derniers quinze jours, vous aidera à avoir une vision claire, concrète de votre charge de travail, de vos aptitudes, et à améliorer les choses. L'idée n'étant évidemment pas de culpabiliser mais d'analyser les faits froidement. Vous avez

# QUEL EST VOTRE « AVENIR PROFESSIONNEL » ?

La loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel entre progressivement en application. Que change-t-elle pour vous ?



**L**a loi du 5 septembre 2018 n° 2018-771 « pour la liberté de choisir son avenir professionnel », dite « loi Avenir professionnel », qui réforme en profondeur le système de la formation professionnelle, s'applique progressivement depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019. L'objectif de cette réforme orchestrée par la

ministre du Travail, Muriel Pénicaud, et Emmanuel Macron ? Faciliter l'accès à la formation professionnelle et assurer aux salariés et demandeurs d'emploi un meilleur accompagnement. De nombreuses mesures sont déjà effectives :

- Le plan de développement des compétences remplace le plan de for-

mation. Il permet aux salariés de suivre des actions de formation à l'initiative de leurs employeurs, par opposition aux formations qu'ils peuvent faire de leur propre initiative grâce à leur compte personnel de formation (CPF).

- Le CPF, qui est utilisable par chaque salarié tout au long de sa vie active,

y compris en période de chômage, est désormais alimenté en euros et non plus en heures. Depuis le 21 novembre 2019, le site Internet [moncompteformation.gouv.fr](http://moncompteformation.gouv.fr) et son application mobile permettent à chaque salarié de savoir de combien d'euros il dispose, de trouver la formation qui lui correspond le mieux, de

# DISTINGUER LES DIFFÉRENTES FISSURES

Les habitations qui n'ont aucune fissure sont rares. Et ce, d'autant plus qu'avec le réchauffement climatique, les sols bougent. Le point.



### DOMINIQUE BOUSSUGE

Pathologiste du bâti, experte technique et scientifique en ouvrages bâtis et ouvrages d'art

Récemment ou anciennement, très peu d'habitations n'ont aucune fissure, les matériaux de construction, quels qu'ils soient, subissant inexorablement les saisons. De la plus superficielle à l'évolutive, de l'inesthétique à la plus dangereuse, chaque fissure mérite que l'on s'en préoccupe. Et ce, d'autant plus qu'avec le réchauffement climatique et la terre qui s'assèche, les sols se modifient et bougent. Résultat, les conditions climatiques malmènent les fondations et les murs ! Et de plus en plus de fissures, signe d'un tassement de terrain, lézardent les façades.

Murs porteurs fissurés, vides sous plinthes, affaissement de dallage, portes et fenêtres qui ne se ferment plus... sont autant de signes d'un mouvement de sol et de portance du sol d'assise des fondations qui doivent vous alerter. Mais il y a aussi les fissures. Si certaines sont superficielles, d'autres sont plus ou moins dangereuses, selon leur emplacement sur le mur (angle en pied de mur ou au point de la sablière, linteau, allège). Celles qui méritent une extrême attention ? Les fissures en escalier, souvent situées au niveau des linteaux, des appuis ou des seuils d'une porte-fenêtre. Et pour cause : elles



peuvent compromettre la solidité de la structure en parpaing !

### SAVOIR COMMENT RECONNAÎTRE LES FISSURES

Il est donc important de savoir faire la différence entre les fissures. Pourtant, ce n'est pas le fort des agents immobiliers, très peu formés sur la question. Or, lorsque vous estimez un pavillon, une maison de ville, de campagne, mieux vaut être capable de les analyser car, si certaines ne sont que dilatation de matériaux, d'autres sont graves. Elles sont le signe d'une fondation prête à casser ou déjà cassée qui peut mettre en danger l'ouvrage allant jusqu'à son effondrement. Et si vous n'informez pas le client que le bien qu'il achète présente une pathologie structurelle grave, c'est votre responsabilité qui est engagée. Ce dernier

pourra se retourner contre vous pour défaut de devoir de conseils. La vigilance est donc de mise !

« De plus en plus d'agents immobiliers se forment sur le sujet des fissures, explique Dominique Boussuge. Ils ont conscience de leurs lacunes. Mais ils sont encore trop peu nombreux. Beaucoup préfèrent penser que cela n'arrive qu'aux autres. Pourtant, ce sont des questions graves. Et tant qu'un diagnostic structure ne sera pas obligatoire, on continuera d'avoir beaucoup de problèmes sur les bâtiments. »

### QU'EST-CE QU'UNE FISSURE ?

Une fissure se caractérise par sa longueur et surtout par son ouverture, c'est-à-dire l'écartement entre ses deux « lèvres », appelé également « amplitude ». Les fissures peuvent avoir des causes très différentes. Il ►

► est important de connaître leur origine :

- les fissures dues aux mouvements de terrain entraînent une instabilité au sol d'assise des fondations ;
- si le sol est instable, les fondations peuvent bouger, se fissurer et entraîner des efforts et des tensions sur les différents éléments de maçonnerie, et des fissures en escalier apparaissent alors sur les murs de façade.

## ON DISTINGUE TROIS TYPES DE FISSURES

• Les microfissures sont superficielles et leur largeur est inférieure ou égale à 0,2 mm. Selon leur forme, elles peuvent être structurales ou simplement associées à de la dilatation de matériaux. Attention, les microfissures ou fissures en escalier, c'est-à-dire quand elles suivent le joint des parpaings composant le mur, proviennent d'un problème au sol d'assise des fondations.

• Les fissures sont très souvent représentatives d'une dilatation entre deux matériaux qui n'ont pas la même nature (brique/parpaing ou pierre/béton, etc.) et comme les microfissures, selon leur forme, elles peuvent être struc-

turelles. Leur largeur peut aller de 0,2 à 2 mm.

• Les lézardes, appelées aussi fissures traversantes, ont une largeur de plus de 2 mm et souvent dépassent les 20 cm de long.

## LA FORME : UN INDICATEUR DE GRAVITÉ

Il faut savoir identifier les fissures selon leur forme pour reconnaître leur dangerosité. Les matériaux de structure sont des indicateurs.

### - Sur une structure en brique ou parpaing

Les microfissures ou fissures sont en escalier, c'est-à-dire qu'elles suivent les joints des éléments de structure en parpaing ou en brique qui composent le mur. Ces fissures peuvent entraîner des problèmes d'humidité dans le bâti. On les trouve principalement au niveau des linteaux, des appuis de fenêtres, des seuils de porte-fenêtre, au point de sablière ou encore en pied de mur aux angles où se trouve la fondation.

### - Sur une structure en pierre

Les microfissures, ou fissures dites en serpent, suivent les joints des éléments de structure en pierre qui composent le mur. Elles trouvent leur



départ en pied de mur ou au niveau de la charpente.

### - Sur une structure en béton

Les microfissures ou fissures sont verticales et témoignent de l'existence de contraintes sur la structure. Elles peuvent entraîner des problèmes d'humidité dans le bâti et, si de l'eau y pénètre, on parle alors de fissure infiltrante.

## ATTENTION AU TASSEMENT DE SOLS

Réchauffement climatique oblige, les périodes de sécheresse s'enchaînent. Or, elles font évaporer l'eau naturellement présente dans les sols entraînant une réduction de leur volume, d'où des dommages liés à des tassements différentiels

qui se manifestent sous forme de fissures structurales. Quelles sont celles qui doivent vous alerter ?

- les fissures en escalier à 45° depuis l'angle d'une porte ou d'une fenêtre au niveau d'un linteau, d'un seuil ou d'un appui ;
- les fissures en escalier à 45° partant à l'angle du pied de mur au-dessus de la fondation tassée ;
- les fissures en diagonale à l'angle d'un pignon à la rencontre du toit et du mur ;
- les fissures horizontales sur le sol intérieur d'un bâti sectionnant en deux le bâti ;
- les dommages dus à l'affaissement d'une cavité pouvant entraîner l'effondrement brutal du bâti.■

*Dominique Boussuge*

## Publication judiciaire

« Par décision du 18 septembre 2019, la Commission nationale des sanctions a prononcé une sanction pécuniaire d'un montant de 2 000 euros et une interdiction d'exercice d'une durée de trois mois avec sursis à l'encontre d'une société exploitant une agence immobilière dans le département de l'Hérault ainsi qu'une sanction pécuniaire d'un montant de 1 000 euros et une interdiction d'exercice d'une durée de trois mois avec sursis à l'encontre de son premier gérant, et une sanction pécuniaire d'un montant de 1000 euros et une interdiction d'exercice d'une durée de trois mois avec sursis à l'encontre de son deuxième gérant, et décidé la publication de ces sanctions aux frais de la société, pour ne pas avoir respecté les obligations suivantes leur incombant en matière de lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme prévues par le code monétaire et financier :

- l'obligation d'identification des clients et des bénéficiaires effectifs (article L. 561-5 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de recueillir des informations sur la relation d'affaires (article L. 561-6 du code monétaire et financier) ;
- l'obligation de conserver les documents relatifs aux opérations effectuées pendant cinq ans (article L. 561-12 du code monétaire et financier) et
- l'obligation de formation et d'information régulières du personnel (article L. 561-33 du code monétaire et financier) ».

# COMMENT APPROCHER UN CLIENT CONSERVATEUR

**Cet anxieux a besoin d'être rassuré. Expliquez-lui tout dans le moindre détail et, surtout, ne lui parlez pas déménagement !**



**L**es clients conservateurs représentent le groupe le plus important de la population (40 %) mais sont sous-représentés en immobilier car ils exècrent déménager. Plutôt fonctionnaires ou employés administratifs, ils sont calmes et courtois. Mais que leur côté affable ne vous induise pas en erreur. Sans vous le dire pour ne pas vous froisser, ils choisiront un agent qui ne les bousculera pas et saura les rassurer, plutôt qu'un négociateur fort sympathique. Confrères extravertis, modérez vos ardeurs !

### ■ LEUR PROFIL

Émotionnels et introvertis, ils n'ont pas le contact facile même s'ils n'en montrent rien. Polis, ils garderont une certaine distance, ils vous appelleront par votre nom de famille et attendent de même de votre part. Serage de mains un peu mou, tenue vestimentaire peu travaillée et intérieur daté doivent vous mettre la puce à l'oreille. Humbles, ils ne se mettront pas en avant, vous laisseront parler. Mais quand ils s'exprimeront, ce sera souvent pertinent. Cordiaux, ils le feront avec tact. Veillez à ne pas manquer les objections sous-jacentes. Bons pères de famille, la routine les rassurent. Tout changement, et surtout les déménagements, est source

de stress et d'angoisse. Ne les pressez surtout pas.

### ■ LEURS BESOINS

Peu de chance d'obtenir le mandat ou de remporter la vente si vous arrivez ne fût-ce qu'avec quelques minutes de retard. Au contraire, soyez un peu en avance, ils seront enchantés. Ensuite, prenez le temps de les mettre en confiance. Montrez de l'assurance, sans arrogance. Expliquez dans le détail comment va se passer le rendez-vous ou la transaction. Évitez trop de tablettes et autres gadgets technologiques. Ils apprécient les documents papier, une belle brochure les ravira. Imprimez vos certificats qualité et attestations de satisfaction clients. Ce sont des anxieux qui ont besoin de se rassurer avec des choses tangibles. La qualité de service les touche ainsi que les garanties que vous pouvez leur apporter. Votre ancienneté éventuelle dans le secteur et celui de l'agence aussi. Ils ont une confiance inébranlable en leur notaire. Arguez de votre future étroite collaboration avec celui-ci. Ils ne veulent pas d'ennuis et vous devez vous y engager. La liste de leurs besoins est longue, le chemin le sera aussi.

### ■ COMMENT CONCLURE

En tant que probable extraverti, vous devrez rallen-

tir votre rythme et votre exubérance sous peine de perdre le contrat. Adaptez-vous à eux. C'est le seul et unique leitmotiv. Allez-y doucement, sans les brusquer pour ne pas qu'ils se referment. Signer tout de suite est donc à bannir. Par ailleurs, ne les forcez surtout pas à exprimer ce qu'ils pensent. Oubliez donc les fameuses questions ouvertes ou, à tout le moins, doivent-elles être extrêmement larges. Hors de question de faire quelconques compliments. Vous les mettriez très mal à l'aise. Ne leur parlez jamais de déménagement. Laissez-leur le temps de réfléchir tout en fixant un échéancier, avec leur accord, pour prendre une décision.

### ■ LES ERREURS À NE PAS COMMETTRE

Abstenez-vous de toute familiarité. Allez trop vite vous fera perdre l'affaire. Freinez des quatre fers. Ils se sentiraient dérouterés pour moins que cela. Ne soyez pas spontané, ayez préparé les étapes à suivre et communiquez beaucoup en ce sens. Tout effet de surprise est à exclure. Les nouveautés les feront grimacer alors que toute référence à l'ancien, la tradition, les valeurs, voire les matériaux nobles, les raviront. Fiabilité et stabilité sont les maîtres mots.■

*Evelyne Gielen*

“ La tradition n'est pas une vieille habitude ; elle rassure. ”

**EDWARD NORTON,  
AUTEUR ET RÉALISATEUR AMÉRICAIN**

# Concentrez vos efforts sur les **VRAIS VENDEURS**

OFFRE VENDEURS  
**360**

VENDEUR

## L'offre de prospection digitale la plus complète !

Avec l'**Offre Vendeurs 360**, unique sur le marché, vos moyens se concentrent à 100% sur les propriétaires en réflexion de vente de votre secteur. Vous gagnez en efficacité et vous libérez ainsi un temps précieux pour travailler vos prospects.

**Contactez-nous au 01 76 24 06 75**

**SeLoger**

**LOGIC  
-IMMO**

 GROUPE **SeLoger**