



Factographie

Agent immobilier
Transactions

SOMMAIRE

Les chiffres clés	page 3
1 - Le contexte dans lequel l'agent immobilier exerce son métier	page 4
2 - Sa structure juridique, fiscale et réglementaire	page 8
3 - Son environnement professionnel	page 12
4 - Sa protection sociale	page 18
5 - Comment l'aborder sur le plan commercial	page 19
Les Syndicats	page 24

LES CHIFFRES CLES

● Nombre d'entreprises

11 000 agents immobiliers exercent actuellement dont 24 % adhèrent à la Fédération Nationale de l'Immobilier (FNAIM).

51 000 agences immobilières individuelles.

4 000 créations annuelles d'entreprises.

● Répartition des entreprises individuelles selon l'effectif

L'effectif moyen des agences est de **3** (exploitant inclus).

86 % des entreprises comportent **0 à 5** salariés.

Les agences immobilières sont implantées principalement dans les grandes agglomérations : Paris comptait près de **4000** agences.

● Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires HT global : **9,3 Milliard d' €**.

Le chiffre d'affaires moyen d'une agence immobilière est de **292 834 € HT**.

Chiffre d'affaires moyen par personne : **86,6 K€ HT**.

● Tranches de revenus

Au 1er janvier 2005 le revenu annuel moyen de l'agent immobilier est estimé à près de **48 000 €**.

● Marché de la transaction immobilière

Seuls 55 % des Français sont propriétaires de leur logement : un retard à combler par rapport à nos voisins européens.

En effet 45 % des transactions en France sont finalisées par des agents immobiliers, contre 90 % dans les pays anglo-saxons et au Japon.

Les transactions entre particuliers sont encore très nombreuses.

En effet 45 % des transactions en France sont finalisées par des agents immobiliers, contre 90 % dans les pays anglo-saxons et au Japon.

Les transactions entre particuliers sont encore très nombreuses.

3000 agences immobilières fermées depuis 2008.

37,5 % c'est la baisse du nombre de transactions sur des logements anciens en janvier et février 2009 par rapport à la même période l'an dernier, selon les notaires de France. Pour l'ensemble de l'année 2008, le repli avait été de 17% à 667 000 transactions.

De même la durée moyenne pour conclure une vente est passée de trois à cinq mois en un an selon la Fnaim. Les acheteurs moins nombreux prennent le temps de négocier les prix

1 - Le contexte dans lequel l'agent immobilier exerce son métier

1-1 D'OU VIENT-IL ?

1-1-1 Ses études

Il y a trois moyens pour accéder au statut d'agent immobilier :

Un accès par un diplôme :

- Le Brevet Professionnel « professions immobilières » est le premier niveau d'entrée dans ce métier ;
- DUT ou BTS sur des disciplines juridiques, économiques, commerciales ;
- Licence en Droit ;
- Licence en Sciences Economiques ;
- Diplôme d'IDA de Paris II, de HEC, de l'Ecole Supérieure de Commerce de Paris (ESCP), de notaire ou de premier clerc ;
- Diplôme de l'Institut d'études économiques et juridiques appliquées à la construction et à l'habitation (option Vente et Gestion d'immeubles) ;

Un accès par un diplôme et une expérience professionnelle :

- Etre titulaire d'un Bac et être en possession d'une « attestation d'emploi salarié » justifiant au moins d'un an d'expérience professionnelle chez un agent immobilier, ou organisme de HLM, en qualité de clerc de notaire ou d'avoué, de secrétaire agréé, ou d'un organisme public se rattachant aux activités de transaction ou de gestion immobilière ;
- Etre titulaire d'un BP des professions immobilières ou d'un examen d'entrée dans les universités et être en possession d'une « attestation d'emploi salarié » justifiant au moins d'une expérience professionnelle dans les mêmes organismes que ceux décrits ci-dessus.

Un accès sans diplôme :

Il faut alors justifier d'une expérience professionnelle plus longue : être en possession d'une attestation d'emploi justifiant 4 années d'expérience en qualité de salarié cadre ou dix ans en qualité de non cadre, dans les mêmes organismes que ceux décrits ci-dessus.

1-1-2 Son parcours professionnel

L'étudiant titulaire d'un BTS ou d'une licence démarre très souvent sa vie professionnelle en tant que délégué commercial dans une entreprise. Il travaille ensuite dans une agence immobilière avant de se mettre à son compte en tant qu'indépendant ou en tant que franchisé.

Compte tenu de l'évolution et de la forte augmentation de la profession deux

catégories professionnelles émergent :

- Ceux qui détiennent une bonne connaissance du terrain (prix du marché...), prêtent une oreille attentive à leurs clients et cherchent l'intérêt de ceux-ci.
- Ceux qui surfent sur la vague de l'immobilier par opportunisme. Ils sont souvent de fait moins expérimentés.

1-2 SON PROFIL

Un agent immobilier doit posséder les qualités suivantes :

- **Il est organisé et disponible :**
L'agent immobilier doit gérer un planning chargé de rendez-vous souvent dispersés en heures et en lieux.
- **Il est diplomate :**
Sa mission est avant tout commerciale : il faut conclure des affaires, non seulement avec les vendeurs, mais aussi avec les acheteurs. De plus, il doit développer son portefeuille de clients et doit donc être en permanence « à l'affût ».
- **Il est attentif :**
Pour bien comprendre ce que recherchent vraiment les clients, il faut écouter leurs besoins, voire les aider à les formuler.

1-3 SON ENVIRONNEMENT FAMILIAL



Est-ce une activité que l'on pratique de génération en génération ?

Il est difficile de parler de « génération » dans cette profession où l'on constate depuis quelques temps seulement une tendance à la reprise des agences immobilières par les enfants de l'exploitant.

Il est vrai qu'il s'agit d'une activité valorisante, plaisante bien que très contraignante.

- **Est-ce que l'on exerce seul ou en famille ?**
Lorsque l'entreprise compte peu de salariés, le conjoint participe souvent à son exploitation.
Il est d'ailleurs obligé d'avoir un statut depuis la loi Dutreil du 2/08/2005.

1-4 LE METIER

1-4-1 Que fait-il ?

L'agent immobilier est un mandataire. Il agit au nom d'un client qui lui confie son bien à vendre ou à louer (immeubles ou fonds de commerce).

Il joue également le rôle d'intermédiaire car il met en relation un acheteur et un vendeur, un propriétaire et un locataire.

Il n'achète ni ne vend pour son compte personnel. Il prospecte de nouveaux biens à vendre ou à louer, les estime, conseille vendeurs et acheteurs. Il lui arrive même de rédiger certains actes juridiques dans le cadre d'une vente ou d'une location.

1-4-2 Comment travaille-t-il ?

L'agent immobilier parcourt le quartier ou la région dont il a la responsabilité à la recherche de biens à vendre ou à louer : il entretient des relations régulières avec les gardiens d'immeubles ou les commerçants de la zone afin d'être informé des biens qui vont être mis sur le marché. Il reçoit des clients, estime le prix de vente ou de location de leur bien, les conseille et les informe sur les lois et règlements en vigueur en matière d'immobilier. De plus, il remplit souvent la fonction d'administrateur de biens ; à ce titre, il est chargé par des propriétaires de la gestion des loyers, des charges, des baux et de toutes les tâches liées à l'entretien des immeubles.

En cas de litige avec un agent immobilier, le consommateur peut se rapprocher de l'organisme professionnel auquel il est affilié (la Chambre syndicale départementale de la FNAIM, par exemple).

Celui-ci vérifiera le bien fondé de la réclamation et tentera de régler alors le problème auquel est confronté le consommateur.

1-4-3 Où exerce-t-il ?

L'agent immobilier partage son temps entre l'agence où il reçoit ses clients et règle les questions administratives et les déplacements occasionnés par les visites des locaux qu'il propose à la vente ou à la location.

1-4-4 Les avantages et les inconvénients

L'aspect relationnel et l'autonomie constituent les points forts du métier.

Une grande disponibilité s'impose puisque les clients sont souvent libres uniquement en dehors des heures de travail.

1-4-5 Les évolutions professionnelles

Les groupements d'agences immobilières proposent des postes aux agents immobiliers débutants.

Les petites agences indépendantes peuvent également offrir des opportunités.

Après 10 ans d'expérience environ, l'agent immobilier devient responsable d'agence et coordonne le travail d'une équipe d'agents immobiliers.

Les agences immobilières utilisent de plus en plus les techniques marketing et s'orientent vers d'autres activités : administration de biens, forfaits touristiques, location de vacances, conseil, montage financier qui permettent de générer d'autres revenus récurrents.

Internet devient l'outil privilégié pour diffuser en ligne ses offres et proposer des services (crédit immobilier, assistance, expertise...) ou des informations pratiques liées à l'achat d'un logement.

L'activité reste très dépendante des fluctuations du marché : de nombreuses agences se créent quand le marché est actif. Quand la tendance est à la baisse, les réseaux sont mieux armés pour résister que les indépendants.

1-4-6 Rétrospective

- 1999 est une année placée sous une bonne conjoncture, avec une baisse des taux des prêts acquéreurs qui a encouragé le développement des transactions, notamment dans l'ancien. L'immobilier est dopé par les mesures Périssol et Besson et par la baisse des droits de mutation chez les notaires.
- 2000 : année marquée par des troubles boursiers, la pierre apparaît de nouveau comme une valeur refuge. Le marché est également dopé par l'argent qui dort à réemployer avant le passage à l'Euro. Le nombre de transactions dépasse la barre symbolique des 600 000 biens vendus.
- 2001 est une année qui bénéficie d'un environnement toujours porteur, le rythme de progression des prix continue de fléchir ; un pronostic d'un niveau d'activité de l'ordre de 618 000 unités est établi par la FNAIM.
- 2002-2003 : pour certains, on assiste aux premiers signes de ralentissement du marché immobilier à cause de la flambée des prix et de la hausse du chômage qui réduit la solvabilité des ménages et donc la demande de logement ; pour d'autres (premières estimations de la FNAIM en 2003 portant sur le volume des transactions), le secteur continue de résister à la morosité ambiante, dopé par des taux de crédit bas, et le prix des transactions continue de monter.
En 2002 on enregistre 626 000 ventes annuelles de logements anciens dont près de 40 % sont conclus par l'intermédiaire des agences.

1-4-7 Perspectives

Les professionnels du secteur ont la volonté de rendre les pratiques plus transparentes et de fournir un meilleur service afin d'établir la confiance avec le client, voire en faire un atout commercial.

La loi Carrez du 19 juin 1996 oblige par exemple l'agent immobilier à mentionner la surface d'un appartement dans la promesse de vente. Par ailleurs, la FNAIM propose une charte et des labels de « qualité ».

D'une façon générale, la profession cherche à redorer son image de marque. Pour cela elle emploie des méthodes rigoureuses de gestion et de transparence (notamment chez les franchises), et veut offrir un réel service.

Selon certains, l'introduction de paramètres techniques dans l'avant vente (loi Carrez, amiante, plomb, état parasitaire, etc.) doit conduire à une réduction des ventes entre particuliers et ce, à la faveur des agences.

Selon d'autres, il faut rester prudent à cause du décalage entre la flambée spéculative de ces dernières années et la conjoncture économique générale.

Le nombre de transactions ne devrait cependant pas baisser de façon significative compte tenu du fait que la pierre reste un placement à long terme et que seuls 55 % des Français sont propriétaires de leur logement.



La mission de ce professionnel va probablement se réorienter vers la prise en charge de l'ensemble des démarches liées à la transaction : l'agent immobilier doit pouvoir à terme offrir une palette diversifiée d'interventions liées à la vente, à la location ou à la gestion, comme cela se pratique déjà dans certains pays : mesurage Carrez, appui au déménagement et à la mobilité, organisation d'une expertise technique.

2 - Sa structure juridique, fiscale et réglementaire

2-1 DONNEES ECONOMIQUES GENERALES

2-1-1 Répartition des agences immobilières par région

REGIONS	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaire HT en €	Résultat courant en €
ALSACE	34	119 823	28 736
AQUITAINE	153	157 725	43 612
AUVERGNE	48	163 084	43 539
BOURGOGNE	48	145 332	37 399
BRETAGNE	79	191 944	59 734
CENTRE	52	163 085	37 847
ILE DE FRANCE	166	183 326	54 495
LANGUEDOC ROUSSILLON	115	166 614	44 440
LIMOUSIN	39	136 689	36 282
LORRAINE	27	192 249	57 356
MIDI PYRENNEES	87	135 634	36 215
NORD PAS-DE-CALAIS	38	203 567	51 269
BASSE-NORMANDIE	57	221 501	56 764
HAUTE-NORMANDIE	55	183 366	47 713
PAYS DE LA LOIRE	110	187 915	47 369
PICARDIE	28	147 695	41 529
POITOU-CHARENTE	78	175 271	44 608
PACA	239	164 873	43 388
RHONE-ALPES	81	161 982	51 071

(Chiffres de la FCGA de 2003)

2-2 LES CONDITIONS REGLEMENTAIRES D'EXERCICE

2-2-1 Rôle et statut

Conformément à la loi Hoguet du 2 janvier 1970, l'agent immobilier doit obtenir une carte professionnelle « Transactions sur immeubles et fonds de commerce » (dite carte blanche). Cette carte est valable un an et doit être renouvelée de manière périodique auprès de la Préfecture.

Tout titulaire de la carte blanche doit tenir les documents suivants :

- Un registre des mandats (décret du 20 juillet 1972) : ce registre comporte la mention par ordre chronologique de tous les mandats écrits en vertu desquels il intervient. La mention du mandat doit être portée à date sans pouvoir être ajoutée par la suite. Le registre est unique pour l'ensemble de l'activité de transaction, même si elle est exercée au sein de plusieurs établissements succursales ;
- Un compte séparé de réception de fonds : destiné à recevoir les fonds de tiers collectés au titre des transactions opérées, ce compte est unique et constitue un simple compte de dépôt. La tenue d'un tel compte n'est pas obligatoire pour les fonds perçus au titre des activités de gestion, sauf en cas de garantie par consignation ;
- Un registre répertoire : il mentionne tous les mouvements de fonds ou valeurs, tant en débit qu'en crédit, effectués à l'occasion d'une opération de transaction. Sa tenue est obligatoire pour tous les titulaires de la carte blanche, y compris ceux qui déclarent ne pas percevoir de fonds ou de remises de leurs clients. Ce document est unique pour l'ensemble de l'activité de transaction, ce qui implique une centralisation des écritures passées dans le cas d'entreprise à plusieurs établissements. Les mouvements de fonds ou valeur de chaque établissement ou annexe de l'entreprise doivent être portés dans un registre répertoire qui lui est propre. Le cumul des affaires en cours sur le registre répertoire doit être égal ou se recouper avec le solde du compte bancaire séparé ;
- Un carnet de reçus : lors de tout versement ou remise, il doit être délivré un reçu (conforme au modèle officiel). Chaque reçu est établi en 3 exemplaires : un original pour la partie versante, une copie remise par le mandataire à son mandant et une copie que le mandataire conserve dans le carnet.

Pour pouvoir exercer, l'agent immobilier doit aussi justifier :

- D'une aptitude professionnelle (soit par diplôme, soit par diplôme et expérience professionnelle, soit par expérience professionnelle) ;
- D'une garantie financière destinée à assurer les fonds détenus pour le compte de tiers. Cette garantie financière est fixée, en fonction de l'exercice civil précédent, à 120 000 € minimum pour ceux qui encaissent des fonds, (40 000 € pour ceux qui n'encaissent pas de fonds). Elle augmente, ensuite, par tranche de 20 000 €.
- D'une assurance contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile qu'il peut encourir en raison de son activité ;
- De n'être frappé d'aucune incapacité ou d'interdiction d'exercer.

L'agent immobilier doit impérativement afficher certains documents et notamment, le numéro de sa carte professionnelle, le montant de sa garantie financière, le nom et les coordonnées de son organisme de garantie, le taux et les modalités de calcul de ses honoraires. Il doit également détenir un mandat écrit, simple ou exclusif, l'autorisant à négocier ou à s'engager pour le compte de son client.

Si l'agent immobilier a une mission de représentation, il a aussi une mission de conseil et il doit, notamment, vérifier l'exactitude des informations qu'il donne aux parties ainsi que la solvabilité de l'acquéreur.

2-2-2 Les salariés et mandataires

L'agent immobilier doit adresser à la Préfecture du lieu d'activité « l'attestation blanche de négociateur » de son collaborateur.

Avec cette attestation, visée par le Préfet, le collaborateur (salarié ou non salarié) pourra faire des préconisations immobilières en clientèle.

Il est à noter que le collaborateur non salarié est un mandataire indépendant.

2-2-3 Rémunération

- Les honoraires de l'agent immobilier sont indexés sur le prix des transactions.
- La commission moyenne, soit environ 5 % du prix de vente se situe aujourd'hui entre 5000 et 6000 euros, soit deux fois plus qu'il y a dix ans. Le mandat simple ou exclusif peut être établi avec le vendeur ou l'acquéreur, informé des honoraires de l'agent immobilier, ceux-ci étant obligatoirement affichés en vitrine et indiqués sur le mandat.
- En l'état actuel de la loi Hoguet, aucune rémunération ne peut être consentie avant la conclusion définitive de la transaction.
Face à la demande de services de plus en plus segmentés exprimée par les consommateurs, la FNAIM milite aujourd'hui pour une refonte de la loi Hoguet afin qu'elle permette notamment aux agents immobiliers d'offrir une palette de prestations très large et des possibilités de rémunération à la carte.

2-3 FORME JURIDIQUE DE L'EXERCICE DE L'ACTIVITE

Les agences immobilières sont le plus souvent exploitées dans le cadre de l'entreprise individuelle ou de la SARL (Société à Responsabilité Limitée).

Les plus importantes d'entre elles retiennent un statut de Société Anonyme (SA) ou de Société par Actions Simplifiées (SAS).

2-4 CADRE FISCAL DE L'EXERCICE DE L'ACTIVITE

Les agences immobilières sont le plus souvent exploitées dans le cadre de l'entreprise individuelle ou de la SARL (Société à Responsabilité Limitée).

Les plus importantes d'entre elles retiennent un statut de Société Anonyme (SA) ou de Société par Actions Simplifiées (SAS).

2-4-1 Les entreprises individuelles

L'agent immobilier doit adresser à la Préfecture du lieu d'activité « l'attestation blanche de négociateur » de son collaborateur.

Le résultat est imposé dans la catégorie des Bénéfices Industriels Commerciaux (BIC).

La majorité des agences immobilières adhèrent à un Centre de Gestion Agréé ce qui leur permet de bénéficier d'avantages fiscaux appréciables : selon la loi de finances pour 2006, « les revenus d'activité professionnelle des contribuables qui n'ont pas adhéré à une association de gestion agréée seraient multipliés par 1,25 pour compenser l'intégration de l'abattement de 20 % dans le nouveau barème de l'impôt sur le revenu ».

(N.B. Jusqu'en 2005, les revenus des adhérents étaient imposés après abattement de 20 %.)

2-4-2 Les sociétés à responsabilité limitée

Les Sociétés à Responsabilité Limitée (SARL) à gérance majoritaire sont imposées à l'Impôt sur les Sociétés (IS) de droit.

Dans les SARL à gérant minoritaire imposées à l'IS, les salaires versés au gérant sont imposés dans le cadre des traitements et salaires avec l'abattement de 10 % (loi de Finances de 2006).

Les revenus du gérant majoritaire (article 62) sont imposés dans la catégorie des traitements et salaires avec l'abattement de 10 % (loi de Finances de 2006).

Dans les SARL de famille les résultats sont imposés dans la catégorie des Bénéfices Industriels Commerciaux pour la part revenant à chacun des associés.

Pour le gérant, celui-ci déclare en sus de sa part de résultat, la rémunération octroyée au titre de ses fonctions de gérant.

La SARL de famille a la possibilité, comme les entrepreneurs individuels, d'adhérer à un Centre de Gestion Agréé. Cette adhésion fait bénéficier l'ensemble des associés de la SARL de famille de l'abattement des 10 % attaché à cette adhésion.

3 – Son environnement professionnel

3-1 LES FAITS MARQUANTS DE LA PROFESSION

La Loi CARREZ

La loi votée à l'initiative du député CARREZ s'applique depuis juin 1997.

L'article 46 de la loi n°65-557 du 10 juillet 1965 modifiée fixant le statut de la propriété des immeubles bâtis est rétabli dans la rédaction suivante :

Toute promesse unilatérale de vente ou d'achat, tout contrat réalisant ou constatant la vente d'un lot ou d'une fraction de lot mentionne la superficie de la partie privative de ce lot ou de cette fraction de lot. La nullité de l'acte peut être invoquée sur le fondement de l'absence de toute mention de superficie...

Le bénéficiaire, en cas de promesse de vente, le promettant en cas de promesse d'achat ou l'acquéreur peut intenter l'action en nullité, au plus tard à l'expiration d'un mois à compter de l'acte authentique constatant la réalisation de la vente, à peine de déchéance.

Si la superficie est supérieure à celle exprimée dans l'acte, l'excédent de la mesure ne donne lieu à aucun supplément de prix.

Si la superficie est inférieure de plus d'un vingtième à celle exprimée dans l'acte, le vendeur, à la demande de l'acquéreur, supporte une diminution du prix proportionnelle à la moindre mesure. L'action en diminution du prix doit être intentée par l'acquéreur dans un délai d'un an à compter de l'acte authentique constatant la réalisation de la vente, à peine de déchéance.

La Loi S.R.U.

La loi relative à la Solidarité et au Renouvellement Urbain a inséré dans le code de l'urbanisme deux articles nouveaux ainsi libellés :

L'inspiration essentielle de cette nouvelle législation est d'assurer une meilleure information, donc une meilleure protection de l'acquéreur d'un terrain en vue de bâtir un immeuble à usage d'habitation ou à usage mixte d'habitation et professionnel. Le notaire rédacteur d'un avant-contrat ou d'un contrat est tenu d'y faire figurer un nombre de mentions relatives notamment à la consistance et à la délimitation du lot, la sanction de l'inobservation de cette obligation pouvant être la nullité de l'acte.

Seul le bornage total effectué par un géomètre expert permet de calculer et donc de garantir la superficie réelle du terrain vendu.

Toute promesse unilatérale de vente ou d'achat, tout contrat réalisant ou constatant la vente d'un terrain indiquant l'intention de l'acquéreur de construire un immeuble à usage d'habitation ou à usage mixte d'habitation et professionnel sur ce terrain mentionne si le descriptif du dit terrain résulte d'un bornage.

Lorsque le terrain est un lot de lotissement et issu d'une division effectuée à l'intérieur d'une zone d'aménagement concerté par la personne publique ou privée chargée de l'aménagement ou est issu d'un remembrement réalisé par une association foncière urbaine, la mention du descriptif du terrain résultant du bornage est inscrite dans la promesse ou le contrat.

Le bénéficiaire en cas de promesse de vente, le promettant en cas de promesse d'achat, l'acquéreur du terrain, peut intenter l'action en nullité sur le fondement de l'absence de l'une ou l'autre mention visée au premier alinéa selon le cas,

avant l'expiration du délai d'un mois à compter de l'acte authentique constatant la réalisation de la vente. La signature de cet acte authentique comportant ladite mention entraîne la déchéance du droit à engager ou à poursuivre l'action en nullité de la promesse ou du contrat qui l'a précédé, fondée sur l'absence de cette mention.

3-2 ORGANISATION DE LA PROFESSION

3-2-1 La franchise



En raison de l'évolution du marché immobilier (portefeuille d'offres sur Internet, publicité) les sociétés indépendantes font de plus en plus face à des réseaux de franchisés.

Ainsi, l'agent immobilier franchisé paie des royalties à une enseigne (actuellement, il en existe une dizaine). Dans ce cas, comme pour toute entreprise ayant adhéré à une franchise, l'agent immobilier bénéficie d'une formation professionnelle et de toute l'installation de l'agence.

A l'inverse, l'agent immobilier non franchisé démarre son activité avec ses propres moyens.

Le salarié perçoit un fixe majoré de commissions.

3-2-2 Syndicats professionnels

La FNAIM

Créée en 1946, la Fédération Nationale de l'Immobilier est, par le nombre de ses adhérents, la première organisation européenne des professionnels de l'immobilier.

Voir détails en annexe.

Le SNPI

Le Syndicat National des Professionnels Immobiliers a été fondé au lendemain de la parution de la Loi du 21 juin 1960 réglementant les professions immobilières sur le territoire français.

Voir détails en annexe.

3-3 LES EFFECTIFS

La taille de l'agence ou son chiffre d'affaires annuel n'entraîne pas un quota obligatoire de salariés.

- **Effectif moyen de salariés**

11 000 agents immobiliers exercent actuellement dont 24 % adhèrent à la Fédération Nationale FNAIM.

L'effectif moyen des entreprises individuelles est de 3 (exploitant inclus).

Taille de l'entreprise	Nombre d'entreprise	Chiffre d'affaires (M€)	Part %
0 salarié	29 713	1021	58,3
1 à 9	19 750	60 008	38,7
10 à 49	1411	22 663	2,8
50 et plus	60	39 600,2	0,2

(Chiffres de la Fédération des Centres de Gestion Agréés de 2003)

- **Difficulté de recrutement**

Il convient de rappeler qu'un certain nombre d'écoles se sont créées pour former le personnel dont avaient besoin les agences immobilières. Certaines grandes agences et certains réseaux emploient du personnel en formation dans le cadre des stages prévus dans leur cursus.



Les problèmes de recrutement sont différents selon les zones d'activité. Ainsi dans certaines régions ou certains quartiers aisés des grandes villes l'agent immobilier doit s'appuyer sur un personnel expérimenté capable de satisfaire une clientèle exigeante.

D'autre part, certains candidats pensent à tort que le métier de négociateur est un métier peu fatigant qui génère rapidement des revenus importants. En fait, les périodes d'euphorie laissent place à quelques désillusions. Le découragement peut gagner facilement les jeunes négociateurs.

Dernièrement, la profession a engagé de nombreuses jeunes négociatrices qui pensent intégrer un métier compatible avec leur vie de famille ; la réalité est bien différente.

- **Turn-over**

Pour les différentes raisons exposées précédemment, les agents immobiliers s'estiment satisfaits lorsque le négociateur atteint une ancienneté de 3 à 5 ans.

3-4 METIERS ET PROFESSIONS PERIPHERIQUES

La S.O.C.AF.

La Société de Caution mutuelle des professions immobilières et Foncières est une société coopérative à capital variable de caution mutuelle.

- Elle garantit les agences (franchisée ou non) au moment de leur création.
- Elle intervient auprès de l'agence en cas de liquidation judiciaire ou de détournement de fonds.
- En cas de litige entre un particulier et une agence immobilière, La SOCAF peut mettre en demeure l'agence immobilière.

Le notaire

Il assure la garantie juridique de la mutation des biens et trouve une complémentarité chez le géomètre expert qui garantit la définition physique.

Dans la plupart des cas, l'agent immobilier est prescripteur du notaire (chez qui les actes de cession vont être signés).

Toutefois dans certains départements, les notaires s'organisent pour mettre en place un service de négociateurs, directement concurrent des agents immobiliers.

Le géomètre expert

Cette profession libérale est très variée dans ses activités. Elle est constituée de techniciens hautement spécialisés qui sont amenés, à un moment de leur carrière, à s'orienter vers des activités différentes selon leurs goûts, l'environnement socioprofessionnel, la situation locale et les nécessités économiques.

Près de 2000 géomètres experts exercent leur profession en leur propre nom et sous leur responsabilité, aidés d'environ 10 000 collaborateurs salariés.

L'indépendance et la responsabilité du géomètre expert sont garanties par un dispositif matériel et moral.

3-5 TYPE DE CLIENTELE

Les particuliers constituent environ 50% de la clientèle des agences immobilières (résidences principales, secondaires, investissements locatifs). Certaines d'entre elles ont créé un département spécialisé pour les fonds de commerce, les bureaux et les locaux commerciaux ; secteur le plus souvent traité par les enseignes nationales ou internationales.

Les clients ont en général une image plutôt positive des agents immobiliers (image d'autant plus positive chez les jeunes), mais une majorité conteste le montant trop élevé des commissions d'agence.

(source : étude du CREDOC sur les Français et l'immobilier- 2000)

3-6 CONDITIONS ET LIEUX DE TRAVAIL

- **Risques professionnels**

Le seul véritable risque professionnel de l'agent immobilier est l'accident de circulation lors de visite avec la clientèle.

Si ce risque semble extrêmement faible, il convient d'être souligné dans le cadre des agences avec un faible effectif où l'absence d'une personne peut être préjudiciable au bon fonctionnement de l'agence.

- **Est-il le seul à générer des revenus ?**

Les revenus de l'agence sont générés par l'ensemble de l'équipe, chef d'entreprise et négociateurs. Certaines agences commissionnent également leur personnel sédentaire lorsque celui-ci réalise occasionnellement des opérations. Les pourcentages de commissions sont variables : le chef d'entreprise et le négociateur peuvent être à tour de rôle apporteur d'affaires ou vendeur.

3-7 TRANSMISSION D'ENTREPRISE

- **Comment s'organise-t-elle ?**

Il n'y a pas de réelle particularité quant à la transmission de l'agence immobilière.

Néanmoins, l'activité étant actuellement valorisante, l'agent immobilier trouve de plus en plus fréquemment son successeur parmi ses enfants.

- **A qui peut-il vendre son entreprise ?**

Si l'agence n'a pas été reprise par les enfants, l'agent immobilier trouvera souvent preneur auprès d'anciens cadres salariés d'entreprise, qu'ils aient été administratifs (dans des services juridiques par exemple) ou commerciaux.

Les bons emplacements et les agences d'un certain volume sont très convoités par les grandes enseignes

3-8 LA VALEUR DE L'ENTREPRISE

- **Comment s'évalue-t-elle ?**



L'élément essentiel de la valeur d'une agence immobilière est son emplacement.

La valeur d'une agence immobilière (réalisant exclusivement de la transaction) est calculée sur la base de 1 à 1,5 fois le bénéfice net moyen annuel.

En ce qui concerne les agences immobilières exploitées dans le cadre d'une société, il conviendra d'appliquer les méthodes habituelles intégrant la prise en compte des autres actifs et des divers passifs.

- **Le niveau du besoin en fonds de roulement de la profession**

Le besoin en fonds de roulement varie dans une fourchette de 5 à 9 jours de chiffre d'affaires Hors Taxe.

3-9 DONNEES CONCURRENTIELLES

- **Les principaux acteurs**

On constate depuis quelques années un fort développement des réseaux en franchise auxquels adhèrent certains agents immobiliers indépendants afin d'enrichir leur portefeuille mais également de bénéficier des formations indispensables pour actualiser leurs connaissances.

Néanmoins, les acteurs indépendants régionaux conservent toute leur crédibilité notamment par le fait que le chef d'entreprise est continuellement présent ce qui rassure les clients acquéreurs ou vendeurs. De même le turn-over est beaucoup plus faible que dans les grands réseaux ce qui est un facteur déterminant de la fidélisation de la clientèle.

3-10 PATRIMOINE



Pour un certain nombre de professionnels de l'immobilier, l'agence immobilière et l'habitation principale constituent le patrimoine global de l'exploitant.

On constatera toutefois qu'un grand nombre de professionnels de l'immobilier sont par ailleurs détenteurs d'un patrimoine immobilier très important, constitué au fil des années en fonction des opportunités que leur statut leur a permis de saisir.

En outre il n'est pas rare de constater que certains professionnels, dans le cadre d'autres structures, exercent également l'activité de promoteur immobilier, de marchand de biens et de loueur de meublés professionnels

4 – Sa protection sociale (voir fiche métier)

La profession est rattachée au groupe commercial du R.S.I. (anciennement Organic)



Sa protection sociale obligatoire est insuffisante sur tous les plans.

Si le régime commercial est l'un de ceux au sein desquels on paye le moins cher et que les effectifs cotisants connaissent depuis plusieurs années une évolution positive, compte tenu notamment de l'attrait de la gérance majoritaire, il n'en demeure pas moins que :

- Le déséquilibre démographique du régime des commerçants demeure avec un rapport actif/inactif qui est juste inférieur à 1,
- Le financement du régime n'est pas assuré. En effet, les cotisations prélevées par le régime commercial ne représentent que la moitié des pensions versées,
- Les prestations sont très faibles, tant au niveau de la retraite que de l'invalidité et du décès.

Pour tous les risques pris en charge par le régime commercial, une couverture facultative s'avère indispensable.

5 – Comment l’aborder sur le plan commercial

5-1 LE JARGON DE LA PROFESSION

Les agents immobiliers utilisent en général un vocabulaire courant et ne cherchent pas à s’approprier un jargon professionnel. Quelques mots sont couramment utilisés :

Marché immobilier :

ensemble des biens immobiliers à vendre.

Farming :

technique qui consiste à s’attirer les faveurs d’une centaine de personnes (gardiens d’immeuble, commerçants, facteurs...) afin de se constituer un réseau d’informateurs. Car dans ce métier, il faut être le premier à apprendre qu’un logement se libère et va être mis en vente.

Bien :

chose matérielle susceptible d’appropriation, et tout droit faisant partie du patrimoine : en pratique, une maison ou un appartement.

Vendeur :

le chef d’agence ou le négociateur est considéré comme vendeur lorsqu’il est chargé de trouver les acquéreurs.

Apporteur d’affaires :

le chef d’agence ou le négociateur peut être aussi chargé de trouver les biens à vendre.

Mandat :

contrat par lequel le client confie à l’agent immobilier, moyennant une commission, la recherche d’un acquéreur pour le bien qu’il veut vendre. Malgré son appellation, le mandat de vente n’autorise pas l’agent immobilier à signer l’acte de vente en lieu et place du vendeur. Le mandat peut être simple ou donné en exclusivité. Il est obligatoire : l’agent ne peut agir sans être mandaté au préalable et par écrit.

Exclusivité :

en donnant l'exclusivité à un agent immobilier, le client s'interdit, pendant la durée du mandat de vendre le bien par lui-même ou de confier l'affaire à une autre agence. Le caractère exclusif d'un mandat doit être mentionné en caractères très apparents. S'il souhaite traiter simultanément avec d'autres agences ou réaliser personnellement la vente, le client ne doit consentir que des mandats simples..

Bon de visite :

document que l'agent immobilier fait signer à son client pour avoir la preuve que celui-ci a eu connaissance de l'existence du bien à vendre par l'intermédiaire de l'agent. Ceci afin de préserver son droit à commission.

Commission :

terme habituel pour désigner la rémunération de l'agent immobilier. Celui-ci n'a droit à sa commission qu'une fois remplies les quatre conditions suivantes : il détient un mandat ; il a présenté le bien au client et participé activement à la négociation ; enfin, la vente a été effectivement conclue. Le montant de la commission est librement négocié entre l'agent immobilier et son client, sur la base du tarif des honoraires pratiqué par l'agence.

Tarif des honoraires :

les honoraires des agents immobiliers sont libres. Il n'existe pas de tarif officiel. L'agence a toutefois l'obligation d'afficher son barème d'honoraires d'une manière visible pour la clientèle. Ce barème n'interdit pas la négociation de la commission, qui peut être fixée d'un commun accord à un montant inférieur.

P.L.V. :

publicité sur le lieu de vente.

Projet de vente :

document que le notaire adresse à l'acquéreur par lettre recommandée avec avis de réception, au moins un mois avant la date prévue pour la signature de la vente. Le projet reflète très précisément l'acte notarié que l'acquéreur devra signer..

Promesse de vente :

la promesse unilatérale de vente est l'acte par lequel une personne, le promettant, promet de vendre un bien à une autre personne, le bénéficiaire, laquelle ne prend pas l'engagement d'acheter. Mais celle-ci s'expose à perdre son indemnité d'immobilisation si elle ne donne pas suite à son projet d'achat par pure convenance personnelle. La promesse unilatérale doit être enregistrée dans les dix jours, sous peine de nullité. Lorsque le promettant s'engage à vendre et le bénéficiaire à acheter, la promesse est dite « synallagmatique ». Il s'agit d'un compromis de vente ferme, qui n'a pas besoin d'être enregistré pour être valable.

Garantie financière :

elle garantit l'engagement des sommes mises en jeu lors de transactions immobilières lorsque ces transactions sont effectuées par un professionnel immobilier. La garantie financière est obligatoire pour tous les agents immobiliers.

5-2 QUAND ET COMMENT LES CONTACTER ?

Quand ?



Pour perdurer, un agent immobilier doit travailler beaucoup, et de ce fait, il n'existe pas pour lui de périodes d'accalmie dans l'année.

Il acceptera volontiers de rencontrer un assureur :

- tôt le matin (vers 8 heures)
- ou à l'heure du déjeuner,

à condition qu'il ait pris rendez-vous par téléphone précédemment.

Ses journées tournent autour de 11 heures de travail et s'articulent ainsi :

- recherche et analyse de biens immobiliers à vendre ;
- prise de contact avec les vendeurs, ce qui entraîne souvent de longs déplacements ;
- expertise des biens, établissement des contrats pour la vente des biens (2 ou 3 heures en moyenne) ;
- préparation à la vente, publicité sur Internet et dans les journaux des biens à vendre ;
- visites avec les clients : très souvent en fin de journée en fonction des disponibilités des acheteurs ;
- travail administratif dont la préparation des actes sous seing privé (compromis et mandat) ;
- gestion de la force de vente.

Comment ?

Parce qu'il est lui-même un vendeur, l'agent immobilier se méfie du discours commercial et s'avère dur en affaires.

Aussi faut-il éviter certains comportements commerciaux vis-à-vis de lui :

- Agressivité dans la vente
- Méconnaissance des produits et de la profession
- Manque de ponctualité
- Manque de suivi : il est important de reprendre contact avec son client agent immobilier au moins une fois par an.

5-3 LES POINTS DE REPÈRE SUR LE LIEU DE TRAVAIL

Certains éléments ostensibles permettent de nous faire une idée sur la personnalité et les appartenances de l'agent immobilier.

En fonction de ces critères, il faudra adapter l'offre et la méthode de démarchage.

- **Emplacement de l'agence**
Située dans une zone de chalandise, l'agence immobilière sera plus visible et plus facile d'accès aux passants.
- **La qualité de la signalétique**
Elle donnera une idée de la personnalité du vendeur, mais pas forcément du chiffre d'affaires de l'agence. Une signalétique peu soignée et écrite à la main peut être observée dans une agence qui marche bien.
- **P.L.V.**
La qualité de la publicité de l'entreprise est révélatrice de son bon fonctionnement.
D'autre part, il est important de privilégier la communication quant aux biens à vendre.
- **Les véhicules**
Une entreprise qui génère un bon chiffre d'affaires détient généralement plusieurs voitures de société qui peuvent être un support de publicité.
- **L'affichage dans l'agence concerne :**
 - les attestations d'assurances (affichage obligatoire) ;
 - les bons de visite ;
 - la réglementation ;
 - les frais de l'agence sur la vente ;
 - les biens vendus peuvent être affichés même bien après la réalisation de la vente.
- **Nombre de biens à la vente**
Obligation d'afficher les biens vendus.
- **Nombre de vendeurs**

5-4 COMMENT LES ABORDER COMMERCIALEMENT ?



Conseil d'expert :

Pour gagner la confiance de son client agent immobilier, l'assureur doit lui proposer des services et non des produits.

Le manque de temps de l'agent immobilier est une donnée constante. Il considère que son avenir est incertain et que les affaires sont difficiles. Par conséquent, il est intéressé (par ordre décroissant) par les questions suivantes :

- L'assurance chômage,
- La défiscalisation,
- Placement financier,
- La prévoyance,
- La retraite.

5-5 QUE PENSENT-ILS DE LEUR CONDITION ET DE LEUR METIER?



Les agents immobiliers considèrent que leur profession est en pleine expansion.

De ce fait, la concurrence est de plus en plus exacerbée. Les agents immobiliers ont le sentiment d'exercer un métier qui demande de plus en plus de technicité, de formation, de qualités commerciales.

Les taux bancaires pour les prêts immobiliers sont actuellement intéressants. Si la tendance s'inverse un jour, les produits seront plus difficiles à vendre et resteront donc l'affaire de vrais professionnels.

5-6 NIVEAU DE VIE, SENSIBILITES NATURELLES

Le responsable d'une agence immobilière est généralement ouvert et cultivé. Il a un bon niveau de vie car il est bien rémunéré.

Les Syndicats

La FNAIM

Historique

Créée en 1946, la Fédération Nationale de l'Immobilier est, par le nombre de ses adhérents, la première organisation européenne des professionnels de l'immobilier.

Sous le symbole de son célèbre cube jaune, elle regroupe cette année 12 000 adhérents répartis dans 11 741 agences et ce, dans 16 départements et 21 chambres départementales. Chaque professionnel, moyennant une cotisation annuelle, obtient le label FNAIM. Il s'engage alors à respecter les valeurs auxquelles est attachée la Fédération que sont l'éthique, le sérieux et le professionnalisme.

Actions

Chaque agence est indépendante. En revanche, l'appartenance à la FNAIM permet à chaque adhérent de profiter des moyens et services qu'offre la Fédération. Il s'agit, entre autres, des campagnes publicitaires, de la diffusion des annonces sur Internet et sur Minitel, des outils de communication, des consultations juridiques, de la Revue Bleue, (le magazine mensuel d'informations juridiques et pratiques), d'une assistance informatique, de logiciels de gestion, d'un site extranet réservé aux adhérents, de formations ...

En tant que syndicat professionnel, la FNAIM cherche à représenter et à défendre les intérêts des professionnels de l'immobilier et des consommateurs, leurs clients. Dans cet objectif elle entretient des rapports privilégiés avec les pouvoirs publics et participe activement à l'élaboration des textes législatifs et réglementaires pour tous les sujets susceptibles d'avoir des implications décisives dans la pratique des métiers de l'immobilier en particulier et la politique du logement en général.

Pour faire valoir ses arguments auprès des décideurs économiques et politiques, la FNAIM dispose depuis 1994 d'un outil d'analyse de la conjoncture : l'Observatoire National des Marchés Immobiliers de l'Ancien. Le lobbying de la FNAIM tend ainsi à appuyer son discours par des perspectives basées sur des données économiques.

Le service juridique de la FNAIM est un élément clé du lobbying. Il assure une veille juridique et permet à la FNAIM, lors des discussions au Parlement, d'être plus crédible. Il est également au service des adhérents qui peuvent le consulter par téléphone ou par courrier.

Ces trois dernières années, la FNAIM a contribué à l'obtention de mesures favorables au marché des professionnels de l'immobilier.

En voici quelques exemples :

- La double baisse des droits de mutation à 4,8 % ;
- La baisse de la T.V.A. à 5,5 % sur les travaux d'aménagement et d'entretien réalisés sur les parties communes des immeubles soumis au statut de la copropriété ;
- Dernièrement, un assouplissement du dispositif Besson a été obtenu. ;
- La FNAIM a contribué à l'élaboration du projet de loi S.R.U.
- la FNAIM poursuit ses actions en faveur d'une réforme de la loi Hoguet, d'une extension du Prêt à Taux Zéro à l'ancien... et continue à défendre les intérêts de l'ensemble de la profession et des consommateurs.

Les coordonnées de la F.N.A.I.M. sont les suivantes :

Fédération **N**ationale de l'**I**mmobilier de France
129 rue du Faubourg St Honoré
75008 PARIS
Tél. :01 44 20 77 00
www.fnaim.fr

Le SNPI

Historique

Le Syndicat National des Professionnels Immobiliers a été fondé au lendemain de la parution de la Loi du 21 juin 1960 réglementant les professions immobilières sur le territoire français.

Cinq ans plus tard il devient la première société de caution mutuelle garantissant les fonds déposés par la clientèle chez les professionnels de l'immobilier.

En 1969 le SNPI participe à l'élaboration de la Loi du 2 janvier 1970 connue aussi sous le nom de « Loi Hoguet ».

Puis en 1975 le SNPI met au point avec la compagnie d'assurance La France, un contrat d'assurance caution permettant aux banques qui garantissent les professionnels de l'immobilier, de bénéficier d'une couverture de 80 % de leurs engagements.

L'année suivante le SNPI commence la publication en direction de ses adhérents d'un bulletin d'informations comprenant des textes de loi, de la jurisprudence, des indices économiques... en relation avec l'exercice des activités de l'immobilier.

En 1986 le SNPI participe à la refonte des différentes conventions collectives nationales du secteur de l'immobilier en une seule.

La Convention Collective nationales du secteur de l'immobilier en une seule. La Convention Collective Nationale de l'immobilier voit le jour en 1989.

Le SNPI s'investit ensuite sur la scène Européenne.

Il crée la notion de Conseil Immobilier Européen et participe aux travaux de la Chambre Européenne de l'Immobilier.

En 1992 le SNPI prend part à la formation aux métiers de l'immobilier. Il assurera d'ailleurs la première présidence de la Commission paritaire nationale CEFI (Emploi et Formation professionnelle de l'Immobilier)

Actuellement, le SNPI participe à l'élaboration des décrets d'application de la SRU et signe un partenariat d'échange d'informations avec la FNA, organisme italien.

Actions

A côté de ses actions nationales, le SNPI est présent à l'échelon départemental ou local au travers de ses adhérents, dans nombres d'institutions : Tribunaux de Commerce, Conseils des Prud'hommes, Commissions départementales de conciliation des baux commerciaux, Chambres de Commerce, etc.

Les coordonnées du S.N.P.I. sont les suivantes :

Syndicat National des Professionnels Immobiliers

26 avenue Victor Hugo

75116 PARIS

Tél. : 01 53 64 91 91

www.snpi.com

