



Communiqué de presse

Les agents immobiliers de la côte d'azur se mobilisent et demandent la protection du titre d'agent immobilier

A quelques jours du Salon de l'Immobilier, qui se tiendra à Nice du 23 au 25 mars, les agents immobiliers de la Côte d'Azur ont décidé de prendre la parole. Ils se mobilisent pour demander la protection du titre d'agent immobilier, pour une meilleure protection des consommateurs des services immobiliers.

Les codes du secteur immobilier changent avec le numérique. Devant la menace de l'ubérisation de la profession, ils se mobilisent pour parler de leur métier, un métier à part entière, qu'ils exercent avec passion, disponibilité et compétence, où la relation humaine reste un facteur déterminant pour la réussite d'un projet.

PROPOSITION EN FAVEUR DE LA PROTECTION DU TITRE D'AGENT IMMOBILIER

L'activité d'agent immobilier ne peut être exercée que par une personne physique ou morale qui détient une carte professionnelle délivrée par la Chambre de Commerce et d'industrie territorialement compétente, sous certaines conditions (voir plus bas). L'obtention de cette carte est prévue par l'article 3 de la Loi Hoguet du 2 janvier 1970.

Or en pratique, force est de constater que de nombreux acteurs intervenant dans une transaction immobilière (vente ou location) et qui ne détiennent pas cette carte, utilisent malgré tout le titre d'agent immobilier dans leur communication, alors qu'ils sont simplement collaborateurs du titulaire de la carte professionnelle.

Cela induit de la confusion dans l'esprit des clients consommateurs qui pensent être en relation avec l'agent immobilier, alors qu'en pratique leur interlocuteur n'est qu'un collaborateur, habilité certes par un agent immobilier à négocier, mais qui ne détient pas la carte professionnelle. C'est le cas notamment dans de nombreux réseaux immobiliers d'agents commerciaux où ces personnes utilisent le titre d'agent immobilier au lieu et place de celui d'agent commercial.

Pour une meilleure protection des consommateurs des services immobiliers proposés par les agents immobiliers et le respect du titre d'agent immobilier, La FNAIM propose d'élargir la sanction pénale prévue par l'art 14 de la loi Hoguet, à quiconque utilise le titre d'agent immobilier sans posséder la carte professionnelle prévue par l'article 3 de la même loi.

Proposition de rédaction de l'article 14 de la Loi n°70-9 du 2 janvier 1970 :

« Est puni de six mois d'emprisonnement et de 7500€ d'amende le fait : de se livrer ou prêter son concours d'une manière habituelle, même à titre accessoire, à des opérations visées à l'article 1^{er}, ou d'utiliser le titre d'agent immobilier, sans être titulaire de la carte instituée par l'article 3... «

Devant la menace de l'ubérisation de la profession, Les Agents Immobiliers de la Côte d'Azur se mobilisent pour parler de leur métier.

FAUT-IL ENCORE FAIRE APPEL A UN AGENT IMMOBILIER ?

Internet est le premier facteur à changer la donne, ne rendant plus obligatoire la rencontre préalable avec un professionnel. Les premières étapes de recueil d'informations se font souvent via les sites internet spécialisés.

Pour autant, la rencontre avec un professionnel reste incontournable, par la dimension de conseil et d'écoute, pour être au plus près des attentes du client, sans compter avec les démarches juridiques, financières attachées à une transaction qui nécessitent de nombreuses compétences.

Le métier se transforme, toutefois les agents immobiliers ne sont pas marginalisés par le digital. Ils s'approprient ces nouveaux outils et les développent pour mieux servir leurs clients.

Ainsi, la profession a développé ses propres outils (portails, sites) et fait appel à des professionnels (photographes, vidéastes, visites 3D,) pour concevoir de nouveaux outils d'aide à la décision permettant de valoriser et promouvoir un bien. (visites virtuelles immersives et interactives, etc.); Les agents immobiliers multiplient les moyens de communication et de promotion via les réseaux sociaux, les plateformes web dédiées, et les sites internet, autant d'outils marketing et de commercialisation au service de leurs clients.

*Si la digitalisation est nécessaire pour rester dans la course, **la dimension humaine reste toutefois primordiale**, et pour cela les agents immobiliers de la Côte d'Azur se mobilisent pour faire front à la menace d'uberisation, pour s'unir contre un monde où seuls les robots joueraient les intermédiaires. Ensemble ils décident de communiquer pour expliquer tout ce qui fait la complexité de leur métier et la valeur ajoutée que leur expertise apporte au consommateur, tant au niveau de la sécurité et fiabilité, que sur la richesse de l'offre commerciale qu'ils sont en mesure de proposer via la mise en commun de leurs fichiers, la puissance et l'interactivité de leurs réseaux d'agences.*

A l'occasion du Salon de l'Immobilier, ils démarrent donc une campagne via facebook et les réseaux sociaux en postant une série de vidéos, témoignages de clients, de professionnels et micros trottoirs sur la perception de leur métier, les valeurs qu'ils portent, les services apportés, leur mode de fonctionnement. Par ailleurs, Ils animeront deux conférences lors du Salon de l'Immobilier de Nice.

Retrouvez-les sur facebook : Les agents immobiliers de la Côte d'Azur

Deux conférences lors du salon de l'immobilier de Nice

Samedi 24 mars :

15H00 : "La force du partage du mandat exclusif" animée par le mouvement collectif des agents immobiliers Pascale Platret, Franck Torres et Jacques Agid.

Dimanche 25 Mars :

15h00 : Les outils de commercialisation 2.0 des agents immobiliers animée par le mouvement collectif des agents immobiliers William Siksik, Benjamin Mondou et Moïse Vergeot.

LA REPONSE EST OUI

ZOOM sur les services apportés par l'agent immobilier, trop souvent méconnus ou mésestimés par les clients, alors qu'ils constituent une véritable valeur ajoutée apportée au consommateur tant au niveau relationnel, juridique, commercial, technique, que pour la rédaction d'actes légaux.

En préambule, un rappel indispensable :

Agent immobilier, une profession règlementée

Les professionnels de l'immobilier sont tenus à des obligations bien précises pour pouvoir exercer leur métier, notamment celles concernant la garantie financière.

Les activités de l'agent immobilier sont régies par la loi Hoguet, (2 juillet 1970) qui impose certains critères. **À commencer par la nécessité de détenir une carte professionnelle** qui comporte la mention « *transaction sur immeubles et fonds de commerce* », soumise à des conditions d'aptitudes professionnelles, personnelles et de moralité, qui est délivrée par les Chambres de commerce et d'industrie, et valable trois ans.

Cette dernière demande aussi de disposer d'une garantie financière destinée à assurer les fonds qu'il détient pour le compte de tiers. La carte professionnelle porte alors la mention « *peut recevoir des fonds* » et ses documents commerciaux indiquent le montant de la garantie, le nom et l'adresse du garant. Cet engagement est preuve de qualité et de sûreté et apporte une garantie supplémentaire au client, qu'il ne peut avoir lors d'une transaction avec un particulier.

Celle-ci est d'ailleurs sécurisée par la souscription d'une assurance RCP obligatoire (Responsabilité civile professionnelle), qui protège contre les conséquences financières dont le professionnel pourrait être tenu responsable, dans l'exercice de sa profession. À noter : l'agent peut tout aussi bien déclarer son intention de ne détenir aucun fonds et ne sera donc pas en besoin de justifier de la garantie financière, mais cette mention, d'interdiction de recevoir des fonds, doit être indiquée dans tous les documents commerciaux.

FAIRE APPEL A UN AGENT IMMOBILIER, C'EST FAIRE LE CHOIX DE LA COMPETENCE ET DE L'EXPERTISE

Choisir son logement, acquérir ou vendre un bien immobilier, sont des actes primordiaux de la vie qui engagent sur du long terme. Les agents immobiliers interviennent à tous les stades de la décision. Se rendant disponibles et à l'écoute, ils offrent un accompagnement personnalisé, dans une véritable relation humaine.

Des compétences techniques, qui constituent la véritable plus-value apportée au consommateur:

Véritable passerelle entre le vendeur et l'acquéreur, l'agent immobilier est le garant d'une transaction réussie. Ainsi, il se doit d'offrir à ses clients un service irréprochable lors des opérations suivantes :

- L'agent immobilier est en mesure **d'estimer la valeur d'un bien grâce à ses connaissances du marché et du secteur géographique concerné**. N'étant rémunéré qu'une fois la vente signée, il n'a aucun intérêt à surestimer ou sous-estimer le produit.
- Son intervention n'est effective qu'une fois le mandat signé, mais il doit au préalable obtenir certaines garanties : l'identité du ou des propriétaires, la faisabilité de la transaction (capacité juridique du vendeur et absence d'hypothèque), le type de bien mis en vente et sa conformité au regard des diagnostics obligatoires notamment. Une fois ces garanties obtenues, l'agent peut commercialiser le bien, à ses frais, via divers supports de communication.
- À lui ensuite de sélectionner les éventuels acquéreurs, au regard de leur profil, et d'organiser les visites. C'est également par son intermédiaire qu'ont lieu les négociations, au travers d'offres écrites.
C'est dans cette logique qu'il rédige aussi le compromis de vente, avant de transmettre le dossier au notaire choisi par les deux parties.

Une connaissance du terrain et des marchés inégalée.

Les agents immobiliers sont les seuls acteurs de l'immobilier à avoir une connaissance détaillée et précise du marché. Ils sont en mesure de produire tous les éléments caractéristiques d'un bien, et de l'ensemble d'une copropriété dans les moindres détails. Grâce à leurs bases de données, ils peuvent faire des estimations de bien au plus près de la valeur du marché. Fonctionnant pour la plupart en réseaux d'agences, ils bénéficient de bases de données très complètes et actualisées ;

**FAIRE APPEL A UN AGENT IMMOBILIER, C'EST SE DONNER PLUS DE CHANCE DE
BIEN SE LOGER ET DE REUSSIR SA TRANSACTION**

Une offre très large grâce au maillage d'agences, et aux fichiers d'exclusivité inter agences.

Les Alpes-Maritimes comptent plus de 1500 agences immobilières, qui disposent d'un volume de plusieurs milliers de biens à la vente. Ce maillage d'agences, organisées pour la plupart en réseaux, ou indépendantes, permet de proposer une offre très large de produits, notamment, grâce aux fichiers d'exclusivité partagés, ainsi que les bases de données des réseaux d'agences immobilières.

Le mandat exclusif partagé, accessible uniquement aux agents immobiliers à l'exclusion de toute autre profession.

Plus de 500 agences des Alpes-Maritimes adhèrent aux fichiers partagés d'exclusivité. Un mandat de vente consenti à une seule agence immobilière, membre de ce groupement, est mis en commun dans ce fichier de mandats exclusifs, que les autres agences peuvent aussi proposer à leurs clients.

Le fichier exclusif partagé permet au vendeur de n'avoir qu'un seul interlocuteur professionnel tout en bénéficiant de la force commerciale de multiples agences, et d'apporter à l'acheteur la garantie du plus grand choix de biens et du juste prix, par une analyse du marché quasiment en temps réel.

Les chiffres sont édifiants :

Un agent immobilier arrive à vendre en moyenne 2 biens sur 3 qu'il détient en mandat exclusif partagé, et seulement 1 bien sur 7 qu'il détient en mandat non exclusif.

Un agent immobilier qui détient un mandat exclusif partagé le vend en moyenne au bout de 100 jours.

Un large éventail de services dans l'immobilier

Les agences immobilières proposent une offre de service et une expérience du terrain qui couvrent tous les métiers de l'immobilier, transaction, administration de biens, gestion locative, syndic, location, viager, neuf, immobilier d'entreprise. Ils sont donc en mesure d'offrir un service complet et global à un acquéreur qui souhaiterait mettre son bien en location, etc.

Par ailleurs, toujours dans cet esprit de service et d'accompagnement, ils proposent différents services « après-vente » : aide au déménagement, souscription de contrats d'énergie, appui pour les demandes d'aides au logement, etc.

Des outils marketing et communication au service de leurs clients

Les agents immobiliers sont les seuls professionnels à avoir le droit de recourir à la publicité en vitrines pour promouvoir la vente d'un bien immobilier. La mise en vente d'un bien par une agence immobilière s'accompagne automatiquement de **publicité** sur ce bien (avec mentions légales réglementées) en vitrines, mais aussi sur les portails des sites spécialisés, les sites des réseaux d'agences immobilières, et dans la presse.

L'immobilier 2.0

2 innovations récentes viennent renforcer plus que jamais l'agent immobilier dans son rôle de chef d'orchestre d'un achat, d'une vente ou d'une location réussie :

www.bienici.com : le nouveau portail d'annonces des professionnels immobiliers

Ce **portail nouvelle génération**, est le fruit de l'alliance historique des professionnels de l'immobilier : les quatre organisations majeures (FNAIM, UNIS, SNPI et FPI), les grands réseaux d'agences, les groupes et les promoteurs.

Conçu véritablement en se mettant à la place de l'internaute en recherche de logement, il fait **la part belle à la géolocalisation** et apporte des renseignements indispensables sur le cadre de vie, les commodités et les caractéristiques de chaque quartier.

Par ailleurs, de nombreux agents immobiliers mettent en ligne **des visites virtuelles des biens à vendre, ainsi que la géolocalisation des biens, et utilisent des drones pour la réalisation de reportages photographiques.**

Les réseaux sociaux permettant une large diffusion d'information sur les biens mis en vente. Internet représente 80% des contacts en agence, notamment par des portails réservés aux agents immobiliers.

Autre innovation : dans un esprit de simplification, aussi bien pour le professionnel que pour son client, les professionnels **mettent en place de la signature électronique des documents, tels que mandats, compromis de vente...**

