

**PROJECTEURS**

**L'ÉCLAIRAGE INDISPENSABLE  
POUR PRÉPARER VOTRE PROJET**

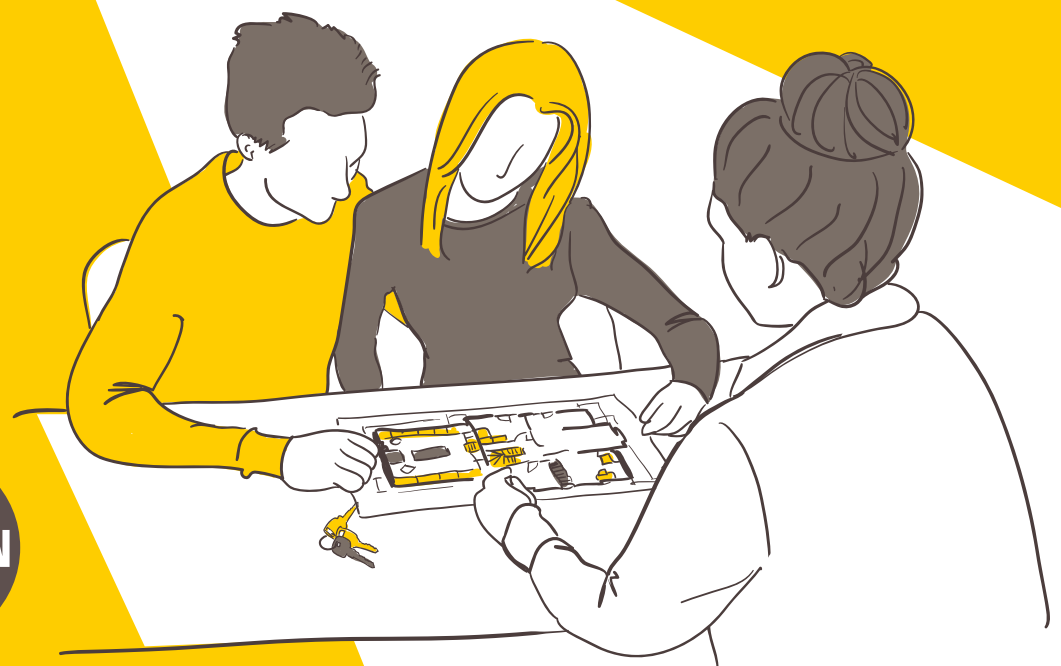
**OUVRIR**

**UNE AGENCE  
IMMOBILIÈRE**

**DEVENIR**

**MANDATAIRE  
IMMOBILIER**

JUIN 2020



**bpifrance**

**CRÉATION**

# PROJECTEURS

## AVANT-PROPOS

Les dossiers Projecteurs constituent un outil de premier niveau d'analyse d'un métier ou d'un secteur. Ils s'adressent aux porteurs de projets entrepreneuriaux, futurs micro-entrepreneurs ou dirigeants de TPE (commerçants, artisans, professions libérales, etc.), et à leurs conseillers.

Chaque dossier présente de façon synthétique et pédagogique une description de l'activité sur les plans économique et réglementaire, les tendances, les chiffres clés du métier et/ou du marché, la réglementation applicable, des contacts et des sources d'information, une bibliographie ainsi que de nombreux conseils.

Ce document ne développe pas la méthodologie générale de création/reprise d'entreprise. Celle-ci est détaillée sur le site [www.bpifrance-creation.fr](http://www.bpifrance-creation.fr). Vous y retrouverez des contenus spécifiques sur les **statuts juridiques**, le **financement**, les **aides**, la **fiscalité**, les **locaux**, le **statut fiscal et social de l'entrepreneur**... Rapprochez-vous également des **réseaux d'accompagnement** à la création/reprise d'entreprise pour une étude locale de votre marché.

Si vous souhaitez actualiser les informations contenues dans ce dossier, n'hésitez pas à vous renseigner directement auprès des sources mentionnées.

### **Le dossier Projecteurs OUVRIR UNE AGENCE IMMOBILIÈRE, DEVENIR MANDATAIRE IMMOBILIER est édité par Bpifrance.**

Son contenu est 100 % numérique. Il est vendu au prix de 16€ TTC à l'adresse : <https://bpifrance-creation.fr/librairie>

27-31, avenue du Général Leclerc, 94700 Maisons-Alfort

#### **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION**

Nicolas Dufourcq

#### **CONTACTS**

Élisabeth Vinay ([elisabeth.vinay@bpifrance.fr](mailto:elisabeth.vinay@bpifrance.fr))

Laurence Tassone ([laurence.tassone@bpifrance.fr](mailto:laurence.tassone@bpifrance.fr))

ISBN : 978-2-38076-013-2

Bpifrance, juin 2020

#### **MISES EN GARDE**

1. Ce dossier est réalisé par Bpifrance Création avec la collaboration de certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, Bpifrance ne peut garantir les informations dans le temps et décline toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles. Les exemples sont donnés à titre indicatif et non exhaustif, et ne sauraient en aucun cas engager la responsabilité de Bpifrance à quelque titre que ce soit.
2. Ce dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise. Seules sont analysées les spécificités d'une profession. Pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création d'entreprise, reportez-vous au site Internet de Bpifrance Création : [www.bpifrance-creation.fr](http://www.bpifrance-creation.fr)
3. En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de Bpifrance Création. Pour toute demande, utilisez la rubrique « [Nous contacter](#) » du site de Bpifrance Création.

# PROJECTEURS

## OUVRIR UNE AGENCE IMMOBILIÈRE DEVENIR MANDATAIRE IMMOBILIER

“ On ne peut se fier à un homme si l'on ne connaît pas la maison qu'il habite. ”

Paulo Coelho\*

### MERCI

aux personnes qui ont bien voulu répondre à nos questions et relire ce dossier Projecteurs :

- Anne MOUAWAD, juriste chez **Unis**
- Maxime RAMOND, mandataire immobilier chez **César et Brutus**
- Sophie DUCROCQ, négociatrice chez **Agence Valleau**

N'hésitez pas à partager avec nous vos réflexions et expériences !

# SOMMAIRE

<b>1.</b>	<b>EN BREF</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>DÉFINITION DE LA PROFESSION</b>	<b>7</b>
<b>3.</b>	<b>ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ</b>	<b>12</b>
<b>4.</b>	<b>MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ</b>	<b>28</b>
<b>5.</b>	<b>ÉLÉMENTS FINANCIERS</b>	<b>34</b>
<b>6.</b>	<b>RÈGLES DE LA PROFESSION</b>	<b>39</b>
<b>7.</b>	<b>CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION</b>	<b>51</b>

**EN  
BREF**

**1.**

# EN BREF

**Les agents immobiliers font partie d'une profession très convoitée en France ; mais ils sont très concurrencés, en particulier par les mandataires immobiliers organisés en réseau. Agents ou mandataires immobiliers, ils font tous deux l'objet, ces dernières années, d'une révolution dans leurs pratiques poussée par les innovations numériques. Ce constat est le même qu'ils soient spécialisés dans l'immobilier résidentiel à destination des particuliers (objet de ce dossier) ou d'entreprise pour les professionnels.**

Disposer d'un toit est une condition préalable à tout projet. Aujourd'hui, celui qui traditionnellement est chargé des transactions concernant l'habitat, l'agent immobilier, assiste à une mutation profonde de son métier : non seulement il doit s'adapter au développement d'Internet et à l'émergence de services digitaux, mais il doit aussi faire face à la concurrence de nouveaux acteurs comme les réseaux de mandataires et affronter ces récentes *start-ups* de l'immobilier désignées par le vocable générique de *proptech*. Néanmoins, certaines agences immobilières emploient des mandataires et utilisent les services des *proptech*.

Dans le même temps, le métier s'ubérise, met à profit de nouvelles technologies pour mieux satisfaire les besoins de la clientèle. Et pour compléter le tableau, la législation évolue de manière rapide, soumettant le secteur à davantage de contraintes juridiques et l'obligeant à se spécialiser.

Plus que jamais, les agences immobilières doivent pouvoir justifier leurs honoraires – les plus élevés de l'Union européenne : elles doivent apporter un service à forte valeur ajoutée ; et leurs salariés doivent être formés, compétents et garants de l'éthique de la profession.

Souhaitant tirer parti de ce domaine en effervescence, nombreux sont ceux qui tentent leur chance, notamment dans le cadre d'une reconversion, et deviennent mandataires indépendants. Créer une agence immobilière est encore possible, si celle-ci défend un nouveau concept ou se démarque de la concurrence avec des propositions locales spécifiques ; reprendre une agence peut également être intéressant, si sa réputation, son ancienneté et son ancrage dans la vie locale sont établis. Cependant, beaucoup d'entrepreneurs ou repreneurs préfèrent rejoindre une franchise : en effet, si les années actuelles sont satisfaisantes, tant en nombre de transactions que de croissance du chiffre d'affaires, ce secteur est fortement sensible à la conjoncture économique, et la crise du Coronavirus risque de remettre en question les entreprises les plus fragiles.



(Journal de l'agence, Insee ; en France, en 2019)

**2.**

# **DÉFINITION DE LA PROFESSION**

# DÉFINITION DE LA PROFESSION

## Activité

### Agent immobilier

L'agent immobilier, responsable d'une agence immobilière, intervient dans les opérations d'achat, de vente et de location d'immeubles à usage d'habitation, commercial ou industriel.

Ses principales activités consistent à expertiser et estimer les biens, à en constituer un portefeuille et à le promouvoir, à assister le client dans ses démarches juridiques, administratives et financières, et enfin, à réaliser les transactions et à en rédiger les actes préparatoires aux opérations qui seront gérées par les notaires.

Des activités connexes peuvent s'ajouter à l'activité principale de l'agent immobilier, telle la gérance d'immeubles – à titre de syndic de copropriété – ou la gérance locative – en tant qu'administrateur de biens. D'autres activités périphériques complémentaires sont également possibles : maîtrise d'ouvrage, conseil patrimonial, assurance d'habitation, courtage en crédit immobilier, entremise en matière d'opérations de banque... Il peut aussi proposer des services autour de la recherche d'un bien (par des chasseurs d'appartements) ou offrir des prestations de *home staging* qui aident à valoriser une habitation avant de la mettre en vente. L'agence peut aussi proposer les services de diagnostiqueurs immobiliers.

#### Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Devenir diagnostiqueur immobilier](#) », collection Dossier Projecteurs, février 2020.

L'activité d'agent immobilier est extrêmement réglementée : se reporter à la partie 6 « [Règles de la profession](#) » de ce dossier Projecteurs.

#### Pour en savoir plus :

- JOURNAL DE L'AGENCE. « [Qui est l'agent immobilier d'aujourd'hui ? Une étude signée La Boîte Immo](#) », article publié le 01/08/2018.
- LIAISONS SOCIALES. « [Métiers de l'immobilier demain : le retour des grands vendeurs ?](#) », article publié le 01/10/2018.
- MAISON À PART. « [Faire appel à un agent immobilier pour acheter, vendre ou louer](#) », article mis à jour le 20/10/2017.

Les agences immobilières relèvent du code d'activité principale **68.31Z** « Agences immobilières » de la nomenclature d'activités française (NAF, révision 2 de 2008). Ce code NAF comprend :

- l'intermédiation en matière d'achat, de vente, de location de biens immobiliers pour le compte de tiers ;
- les services de conseil et d'évaluation en rapport avec l'achat, la vente et la location de biens immobiliers, pour le compte de tiers ;
- les activités des agents fiduciaires en immobilier ;
- l'activité des experts immobiliers ;
- la vente de listes ou de fichiers relatifs à l'achat, la vente ou la location de biens immobiliers.



# DÉFINITION DE LA PROFESSION

Ce code NAF ne comprend pas les activités juridiques (69.10Z) et les transactions sur biens immobiliers propres (68.10Z).

## Pour en savoir plus :

- « [Qu'est-ce qu'un code APE, un code NAF ?](#) » sur le portail de l'économie, des finances, de l'action et des comptes publics, article publié le 18/07/2018.

## Mandataire immobilier

Le mandataire immobilier est un prestataire indépendant, personne physique, qui travaille :

- soit pour le compte d'un agent immobilier, c'est-à-dire d'une agence immobilière (personne morale) ;
- soit dans un réseau de mandataires.

Son métier consiste à louer ou à vendre des biens immobiliers, à mettre en relation acheteurs et vendeurs, locataires et bailleurs. Il prospecte, suit ses clients, accomplit des tâches administratives.

Il ne peut pas rendre tous les services nécessaires à la vente d'un bien immobilier, même s'il a des partenariats avec les notaires : il n'est pas agent immobilier et ne détient pas la carte professionnelle T. Seul le propriétaire du réseau ou de l'agence la possède (voir la rubrique « [Conditions d'installation](#) » en partie 6).

Il ne possède ni vitrine, ni local ; et aucun niveau de diplôme n'est exigé pour devenir mandataire immobilier indépendant, alors qu'il faut avoir au moins un Bac+3 pour devenir agent immobilier.

## Pour en savoir plus :

- JURIFIABLE. « [Le mandataire immobilier](#) », article en ligne.
- RÉGIONSJOB. « [Fiche métier : mandataire immobilier](#) », article en ligne.

Le code NAF d'activité des mandataires est généralement celui des agences immobilières (68.31Z). Mais certains réseaux de mandataires ont adopté le code [68.32A](#) « Administration d'immeubles et autres biens immobiliers » qui comprend :

- l'administration de biens immobiliers résidentiels pour compte de tiers ;
- l'administration de biens immobiliers en multipropriété pour compte de tiers ;
- l'administration de biens immobiliers non résidentiels pour compte de tiers ;
- l'activité des syndicats de copropriété ;
- le recouvrement des loyers.

Ce code NAF ne comprend pas les activités juridiques (69.10Z) et les activités combinées de soutien lié aux bâtiments (81.10Z).

Source : COOVER. « [Quel code NAF pour un mandataire immobilier](#) ».

## Pour en savoir plus :

- LE MONDE. « [Toujours plus de candidats à la profession d'agent immobilier : les mandataires sont de plus en plus nombreux](#) », article publié le 17/06/2018.
- LES ÉCHOS. « [Les réseaux de mandataires immobiliers aiguisent les appétits](#) », article publié le 24/01/2019.
- XERFI. « [Les réseaux mandataires dans l'immobilier à l'horizon 2021](#) », collection Xerfi Precepta, 5 juin 2019.

# DÉFINITION DE LA PROFESSION

La profession des mandataires s'est structurée :

- La Chambre nationale syndicale des intermédiaires mandataires (**Cnasim**) a vu le jour en fin d'année 2004.
- Il existe une **liste des réseaux** sur le site info-mandataires.com.
- Le SNPI possède un **collège des agents commerciaux immobiliers**.
- La profession a conçu « **Le blog du mandataire immobilier** ».

## Aptitudes

L'**agent immobilier** est en permanence à l'affût, c'est pourquoi la réactivité est une de ses qualités premières. En effet, il doit pouvoir répondre rapidement à une offre, être prompt à organiser les visites et, outre des connaissances juridiques approfondies, avoir un excellent sens commercial.

La variété de ses missions exige de lui des compétences pluridisciplinaires : la connaissance du bâtiment, de la fiscalité, de l'environnement bancaire et notarial... Et, dans l'idéal, il doit savoir parler au moins une langue étrangère.

Son sens de l'organisation, son inventivité quant à l'automatisation de ses tâches, la disponibilité et la souplesse qu'il devra manifester dans son emploi du temps (notamment à cause de ses fréquents déplacements ou de visites en dehors des heures ouvrées de travail, y compris le *week-end*) seront constamment mis à l'épreuve au cours de ses journées.

Le métier nécessite le sens du contact et de la diplomatie : savoir user de pédagogie avec les clients, leur expliquer les règles, le juridique ; savoir négocier entre les exigences des mandants et les désirs de la clientèle ; savoir parfois réduire ses honoraires pour emporter la décision, tout en évaluant correctement, au départ, le prix du bien à vendre. Beaucoup de stress, de persuasion et de disponibilité en perspective !

### Pour en savoir plus :

- CONSORTIUM IMMOBILIER. « **Devenir agent immobilier : quelles sont les qualités requises ?** », article en ligne.

L'agent immobilier est également un consultant : il doit pouvoir accompagner ses clients au-delà d'une simple visite des lieux, être pour eux un atout ; après avoir gagné leur sympathie, il doit savoir répondre à leur demande et, s'il n'a rien d'adéquat dans un premier temps, revenir vers eux pour leur proposer un bien qui puisse leur convenir... Il doit pouvoir leur indiquer les coordonnées d'artisans, prendre des nouvelles une fois le bien acquis, proposer les services d'une conciergerie... Sans oublier qu'il doit aussi connaître les financements auxquels les acheteurs ont droit pour en informer ses clients, ce type d'information pouvant faciliter la conclusion de la vente (comme par exemple, préciser aux primo-accédants qu'ils peuvent bénéficier de conditions de financement favorables grâce au prêt à taux zéro).

### Pour en savoir plus :

- JOURNAL DE L'AGENCE. « **Conciergerie immobilière : Simply Move innove encore avec une solution de fidélisation clients** », article publié le 24/05/2018.
- LE MONDE. « **L'agent immobilier doit posséder une culture de l'aplomb** », article publié le 22/09/2019.
- ORIANE INFO. « **Métier 'Agent immobilier'** », vidéo postée sur YouTube le 4/09/2015.

# DÉFINITION DE LA PROFESSION

Lorsque l'agent immobilier est aussi directeur d'agence, il doit posséder les compétences requises de gestion d'entreprise, notamment en matière de gestion financière et de management des ressources humaines.

Les capacités d'un **mandataire immobilier** sont identiques à celles d'un agent immobilier : il est un très bon commercial, il possède une appétence pour le secteur de l'immobilier, il sait prospecter, tisser et entretenir son réseau ; mais il doit également savoir convaincre ses clients, car il ne possède pas de local pour diffuser ses offres de vente ou de location (il les diffuse sur des sites tiers ou sur celui de son réseau), c'est le « bouche à oreille » qui va l'aider.

## Lexique

### PRINCIPAUX TERMES UTILISÉS DANS CE DOSSIER

<b>CHASSEUR D'APPARTEMENT</b>	Le chasseur recherche des biens, des locaux, des bureaux pour le compte d'un client.
<b>COMPROMIS DE VENTE</b>	Il s'agit d'un avant-contrat signé entre le vendeur et l'acquéreur d'un bien immobilier qui lie les deux parties dans la conclusion effective de l'opération à un prix donné et qui s'accompagne en général du versement du dépôt de garantie correspondant à une partie du prix de vente.
<b>HONORAIRES ET COMMISSION</b>	Ces termes peuvent être employés indifféremment. Ils représentent un pourcentage de la vente attribué à l'agence immobilière. Dans la pratique, l'agence touche des honoraires et reverse une partie de ceux-ci, le cas échéant, au mandataire ou au négociateur. Cette rémunération est appelée une commission.
<b>HOME STAGING</b>	Il s'agit de mettre en valeur un bien immobilier avant sa vente, d'épurer et de moderniser son aspect afin de mieux séduire des acquéreurs éventuels.
<b>IOB IOBSP</b>	Un intermédiaire en opérations bancaires (IOB) et en services de paiement (IOBSP), dont le métier est défini par le Code monétaire et financier, met en relation deux personnes intéressées à la conclusion d'une opération de banque.

#### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Immobilier/fiscalité](#) » sur le site des notaires de France.
- Rubrique « [Lexique de l'immobilier](#) » sur le site du Syndicat national des professionnels de l'immobilier (SNPI).
- Rubrique « [Lexique immobilier](#) » sur le site de Côté acheteur.

**3.**

**ÉLÉMENTS  
DE L'ÉTUDE  
DE MARCHÉ**

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Le marché

L'activité immobilière dépend étroitement de la dimension du parc de logements privés et professionnels et de facteurs extérieurs comme la conjoncture économique qui impacte fortement les conditions de prêt.

### L'immobilier résidentiel

L'activité dépend de la situation du logement privé en France : le nombre de logements, les projets de construction, les transactions dans le neuf et dans l'ancien.

Des facteurs économiques, comme le pouvoir d'achat, le taux des crédits immobiliers, influencent aussi les acheteurs. La politique du logement dans son ensemble, les aides éventuelles, la fiscalité..., tout entre en ligne de compte — y compris des événements imprévus comme la crise du coronavirus et le confinement général que celle-ci a occasionné, retardant ou ralentissant la concrétisation des opérations en cours, mais aussi le démarchage de nouveaux biens à entrer dans le portefeuille.

Sources :

- BOURSORAMA. « **Coronavirus : quelles conséquences sur le marché immobilier** », tribune libre publiée le 16/04/2020.
- LE TÉLÉGRAMME. « **Coronavirus : quel impact sur le marché immobilier ?** », article publié le 11/04/2020.

Le parc des logements privés, qui s'élève à plus de 35 millions en 2018, croît plus vite que la hausse de la population selon l'Insee. Et désormais, la part des propriétaires de leur logement dans l'Hexagone augmente d'année en année (58 % des ménages selon l'Insee).

Sources :

- ANAH. « **Mémento de l'habitat privé** », édition 2019.
- INSEE. « **Le parc de logements en France au 1<sup>er</sup> janvier 2018** », Insee Focus, n° 126, 2 octobre 2018.
- INSEE. « **374 000 logements supplémentaires chaque année entre 2010 et 2015** », Insee Première, n° 1700, 26 juin 2018.

Le marché de la location est aussi un atout pour ce secteur, plus de 27 % des achats de biens en France en 2019 ont été dédiés à l'investissement locatif.

Source : SEXTANT. « **Forte hausse des investissements locatifs en France** », article publié le 23/01/2020.

### L'immobilier professionnel (non abordé dans ce dossier)

L'immobilier d'entreprise comprend tous les immeubles destinés à un usage professionnel : entrepôts, bureaux, centres commerciaux ou magasins, et même des espaces de *coworking*. En achat, en vente ou en location, ce secteur est en pleine expansion.

Les réseaux spécialisés dans l'immobilier professionnel n'ont pas le même code NAF que les agences immobilières.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ LA TRIBUNE. « **En 2019, l'immobilier d'entreprise français bat tous les records** », article publié le 14/01/2020.
- ➔ XERFI. « **L'immobilier de bureaux face à la crise du Covid-19** », collection Xerfi Precepta, 8 juin 2020.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Les transactions : le marché potentiel dans le privé

Il s'agit des transactions de vente liées aux constructions dans le neuf mais aussi celles concernant l'immobilier dans l'ancien :

- En moyenne, les biens immobiliers sont revendus tous les 7 ans.
- En 2018, 970 000 transactions ont été réalisées dans l'ancien. En 2019, elles dépassent le million, battant ainsi tous les records.
- À 410 000 en 2019, le nombre de transactions dans le neuf est resté stable par rapport à 2018.
- En revanche, le nombre de mises en construction a diminué en 2019.

Selon la Fédération nationale de l'immobilier (Fnaim), « avec des prix au plus haut, des taux d'emprunt au plus bas, des rendements locatifs toujours enviables par rapport aux autres formes de placement, la conjoncture immobilière bénéficie toujours d'un bel alignement des planètes en 2019 et qui devrait globalement se poursuivre en 2020 ».

Sources :

- FNAIM. « [Marché immobilier : bilan 2019 et tendances 2020](#) », étude publiée le 15 janvier 2020.
- LE MONDE. « [La construction de logements neufs en berne](#) », article mis à jour le 29/06/2019.

### Pour en savoir plus :

- [Enquêtes et statistiques sur le logement](#) sur le site de l'Insee.
- [Observatoire « Crédit logement/CSA »](#) du financement des marchés résidentiels.
- Rubrique « [Accession à la propriété, vente et fiscalité de l'immobilier](#) » sur le site du ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités territoriales.
- Rubrique « [Prix de l'immobilier](#) » de la section « Achat/vente » du site de la Fnaim (études sur le marché du logement, du crédit immobilier, etc.).

## Agences immobilières et mandataires en 2020

### Un marché éclaté en petites structures

L'agence immobilière emploie des salariés et/ou des agents commerciaux ou mandataires pour développer ses activités (voir la rubrique « [Ressources humaines](#) » en partie 4). Mais il existe aussi des réseaux de mandataires qui concurrencent les agences (voir la rubrique « [Concurrence](#) » plus loin dans cette partie). Il existe ainsi, en 2020 en France, 30 000 agences immobilières et 25 000 mandataires.

Les dernières données sur cette activité, en termes d'effectifs salariés et de chiffre d'affaires, datent de 2017 et sont présentées dans le tableau ci-dessous ; elles englobent agences et mandataires immobiliers.

### LES CHIFFRES DU SECTEUR « AGENCES IMMOBILIÈRES » EN FRANCE, 2017

SECTEUR	NOMBRE D'ENTREPRISES	EFFECTIFS SALARIÉS EN ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN AU 31/12	CHIFFRE D'AFFAIRES HT
Agences immobilières (y compris les mandataires immobiliers des réseaux)	51 391	52 780	12 Md€

Champ : France, entreprises du secteur NAF 68.31Z « Agences immobilières » (y compris les mandataires immobiliers des réseaux).

Source : Insee ([Esane](#)).

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché reste très fragmenté, donc concurrentiel, entre les agences et les réseaux de mandataires. Implantés principalement dans les grandes agglomérations (Paris compte plus de 4 000 agences immobilières), les entreprises du secteur, du fait de la présence en nombre de mandataires, exercent essentiellement à titre individuel : seulement 4 entreprises sur 10 comptent des salariés.

## TAILLE DES ENTREPRISES DU SECTEUR « AGENCES IMMOBILIÈRES », 2017

AUCUN SALARIÉ	62 %
1 À 2 SALARIÉS	17 %
PLUS DE 2 SALARIÉS	21 %

Champ : France, entreprises du secteur NAF 68.31Z « Agences immobilières » (y compris les mandataires immobiliers des réseaux).  
Source : Insee (Esane).

### L'attribution de cartes professionnelles comme indicateur d'activité

Le nombre de cartes professionnelles est un indicateur du marché immobilier, sachant que les mandataires n'en possèdent pas puisque ce sont leurs réseaux qui les détiennent. Il existerait plus de 30 000 cartes professionnelles, dont environ 20 000 cartes T (Transactions), les autres étant des cartes G (Gestion) ou des cartes M (Marchand de listes).

Cependant, ces cartes peuvent être attribuées à une personne exerçant en son nom propre comme à une entreprise comprenant plusieurs succursales.

Ces chiffres sont donc approximatifs : même les syndicats ont du mal à établir des statistiques précises, d'autant que beaucoup de cartes professionnelles ne sont pas utilisées et sont « en sommeil ».

#### Pour en savoir plus :

→ NETTY. « [Comment obtenir une carte T ?](#) », article publié le 10/10/2018.

## Évolution du secteur

### Conjoncture

2018

- Les nouvelles conditions d'accès au prêt à taux zéro (PTZ) et la suppression de l'aide personnelle au logement pour l'accession (APL-accession) attribuée par la Caisse d'allocations familiales (CAF) contrarient la demande des primo-accédants.
- La [loi n° 2018-1021](#) du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (loi Élan) reconnaît les titres d'agent immobilier, de syndic et d'administrateur de biens ; il n'y a donc plus de risque de confondre les agents immobiliers avec des personnes qui n'ont pas la carte professionnelle. La loi met aussi en valeur le numérique en reconnaissant la validité de la signature électronique d'un bail ou d'un procès-verbal d'assemblée générale de copropriété.

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « [Immobilier : les 10 mesures qui changent la donne pour 2018](#) », article mis en ligne le 28/12/2017.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

<b>2019</b>	<p>Année exceptionnelle concernant le nombre de transactions immobilières, mais au prix du surendettement des ménages... qui marque ainsi « l'envers du décor ».</p> <p>Source : XERFI. « <a href="#">Bilan immobilier 2019 : l'envers du décor</a> », vidéo mise en ligne le 16/12/2019.</p>
<b>2020</b>	<p>L'année 2020 s'annonçait bien. Mais la crise du Coronavirus a déjà annulé ou retardé de nombreuses visites et transactions. Si les agences ont été fermées en raison du confinement, la communication par email ou téléphone est restée opérationnelle, des visites virtuelles ont été possibles et le confinement a permis, malgré tout, de mieux prospecter. Mais la crise du bâtiment devrait durer encore quelques mois. Enfin, « le pire n'est jamais sûr », car le logement reste plus que jamais une opportunité lorsque les cours de la Bourse s'effondrent – comme cela a été le cas.</p> <p>Sources :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• CHALLENGES. « <a href="#">Immobilier 2020 : une pierre en béton</a> », numéro du 12 mars 2020.</li><li>• FNAIM. « <a href="#">Marché immobilier : bilan 2019/tendances 2020</a> », étude publiée le 15 janvier 2020.</li><li>• JOURNAL DE L'AGENCE. « <a href="#">The 2020 confinement commercial workout</a> », infographie mise en ligne le 30/03/2020.</li><li>• LE MONDE. « <a href="#">Immobilier : comment la crise du coronavirus a accéléré la digitalisation du marché</a> », article mis à jour le 17/05/2020.</li><li>• LIBERKEYS. « <a href="#">Covid-19 : quel impact sur le secteur de l'immobilier ?</a> », article en ligne sur le blog Vis-à-vis.</li></ul>

Quelle que soit la conjoncture, le logement reste une valeur refuge et, en France, de nombreux ménages sont prêts à s'endetter pour acquérir leur logement : seulement 58 % d'entre eux sont propriétaires ! Les banques suivront-elles ? Pour beaucoup de Français, le budget consacré à l'immobilier continue d'être trop élevé... et pourtant, il constitue une part croissante de leurs dépenses. En moyenne, ce taux (appelé « taux d'effort en logement ») représente 20 % des revenus des ménages selon l'Insee.

Source : INSEE. « [Taux d'effort en logement : en prenant en compte le coût du service de logement, les propriétaires français sont bien placés en Europe](#) », Insee Analyse, n° 39, 18 juillet 2018.

Il s'agit surtout de construire plus pour faire baisser les prix, car la pénurie de logements perdure. Et moins il y a de logements, plus les prix augmentent (en revanche, cette pénurie n'existe pas sur le marché de l'immobilier professionnel qui bat tous les records en 2019, même s'il n'est pas épargné par la crise sanitaire du premier semestre 2020).

Source : LA TRIBUNE. « [En 2019, l'immobilier d'entreprise français bat tous ses records](#) », article publié le 14/01/2020.

À plus long terme, le déploiement du travail à distance et du télétravail pourraient modifier les prix des logements en centre-ville.

## Créations et défaillances d'entreprises

### Créations d'entreprises

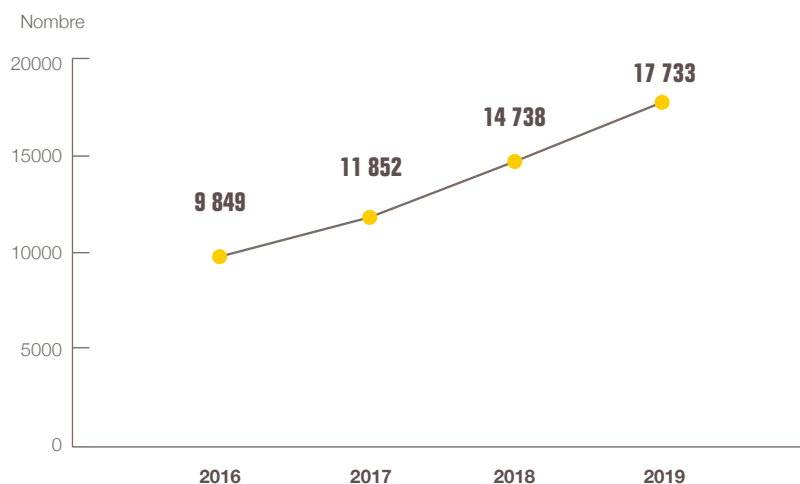
Dans une telle conjoncture, le volume des créations d'entreprises (à savoir agences et mandataires immobiliers inscrits sous le code NAF 68.31Z) s'est accru jusqu'à présent comme le montre les données du graphique en page suivante.

Les créations comptabilisées pour l'année 2019 sont souvent le fait d'entrepreneurs solitaires : il y a 8 953 entreprises individuelles, 5 523 micro-entrepreneurs et 402 entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL), soit un total de 14 878 entreprises avec une seule personne.



# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATIONS D'ENTREPRISES DANS LE SECTEUR « AGENCES IMMOBILIÈRES », 2016-2019



Champ : France, entreprises du secteur NAF 68.31Z « Agences immobilières » (y compris les mandataires immobiliers des réseaux).  
Source : Insee (Sirene).

## DYNAMIQUE DU SECTEUR « AGENCES IMMOBILIÈRES » EN FRANCE

SECTEUR	NOMBRE D'ENTREPRISES AU 31/12/2017	NOMBRE DE CRÉATIONS EN 2019	TAUX DE NOUVELLES ENTREPRISES
<b>68.31Z</b>	<b>51 391</b>	<b>17 733</b>	<b>34,5 %</b>
<b>Tous secteurs confondus</b>	<b>4 710 438</b>	<b>815 257</b>	<b>17,3 %</b>

Champ : France ; entreprises du secteur NAF 68.31Z « Agences immobilières » (y compris les mandataires immobiliers des réseaux).  
Source : Insee (Sirene).

### Défaillances d'entreprises

Selon Altares, le secteur a connu 275 liquidations judiciaires en 2018 et 265 en 2019.

Source : ALTARES. « [Défaillances et sauvegardes d'entreprises](#) » (bilans trimestriels et annuels).

Ces chiffres qui concernent les agences et les mandataires sont faibles au regard du nombre des créations mais l'année 2020 devrait connaître davantage de faillites en raison de la crise sanitaire et de ses effets sur le ralentissement de l'activité économique.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Évolution des pratiques du métier

### La diversification

Les agences immobilières se tournent vers d'autres activités : administration de biens, forfaits touristiques, locations de vacances, conseil, montage financier, courtage... et utilisent de plus en plus les techniques du marketing prédictif. La mission de l'agent immobilier s'élargit donc : il est tenu de prendre en charge l'ensemble des démarches liées à la transaction.

À terme, il doit pouvoir 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 selon la loi Carrez, appui au déménagement et à la mobilité, organisation d'une expertise technique (diagnostic immobilier par exemple), *relooking* de l'appartement (*home staging*). Il ne doit pas non plus cacher les défauts d'un bien, cela donne confiance aux acheteurs. Parfois il s'occupe aussi de la gestion de biens, tel un administrateur ou syndic.

### Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « **Administrateur de biens – Réglementation** », dossier mis en ligne le 26/07/2019.

Voici quelques exemples de diversifications d'activités :

- La création, par une agence immobilière, d'une société de gestion de patrimoine et d'une autre de courtage en assurance, après que son personnel ait été formé à ces activités.
- La location saisonnière avec des services de conciergerie : les particuliers qui louent leur résidence secondaire (la plupart du temps *via* des plates-formes) peuvent ainsi bénéficier de ces services puisqu'ils ne sont pas sur place. Pour un agent immobilier, la gestion locative devient rentable à partir d'une centaine de lots.
- L'agent peut aussi devenir un conseiller financier et aider les particuliers à monter leur plan de financement. Attention cependant, selon l'**article L519-1** du Code monétaire et financier « est intermédiaire en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP) toute personne qui exerce, à titre habituel, contre une rémunération ou toute autre forme d'avantage économique, l'intermédiation en opérations de banque et en services de paiement, sans se porter du croire ». En 2020, la **loi Pacte** risque de modifier le régime du courtage. Il faut donc se tenir au courant.
- L'expertise de biens dans le cadre de la succession.
- Le conseil pour mettre le bien en valeur avec le *home staging*.

### Le regroupement, l'adhésion à un réseau

Le métier, comme nous venons de le voir, se complexifie et l'adhésion à un réseau et/ou à une fédération professionnelle est de plus en plus prisée. La plupart des réseaux de franchise, des réseaux ou licence de marque et des coopératives ont prospéré, leur nombre n'a jamais été aussi important et le choix d'une enseigne aussi stratégique.

Il en résulte une hausse des effectifs chez les franchisés, un renforcement des structures internes des réseaux de franchise (par exemple, l'intégration d'une centrale d'achat pour négocier de la publicité).

Cette adhésion permet de profiter de formations, de conseils, d'une aide juridique, d'une marque... et de la mise en commun de mandats de vente partagés entre plusieurs agents, ou de partage d'offres immobilières par fichiers ou sur sites Internet. Le travail en réseau permet en effet de bénéficier de nombreux outils et prestations, comme le suivi des ventes sur Internet ou l'affiliation au **fichier Amepi** (Association des mandats exclusifs des professionnels de l'immobilier), l'outil de partage de mandats exclusifs. En outre, adhérer à un réseau permet de suivre les formations rendues obligatoires, ce qui est bien utile en ces temps où les réglementations deviennent pléthoriques.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## La généralisation du digital

Un **site Internet** permet à une agence non seulement de présenter ses offres et de mettre en avant ses compétences, mais aussi de donner la parole à ses clients. Ainsi, elle gagne en visibilité, peut développer certaines prestations en ligne (comme les visites virtuelles d'un bien), et promouvoir facilement les nouveautés qu'elle propose. Le site offre la possibilité d'étendre sa zone de chalandise, et l'aide aussi, à moindres frais et moindre effort, dans sa prospection de clients.

Qu'il soit réalisé par l'agent lui-même (sur une plate-forme de création en ligne à partir de modèles préformatés) ou par des professionnels (agences de communication, graphistes et *webmasters*), le site doit répondre à un certain nombre d'impératifs pour être bien référencé : il doit être clair, facile d'utilisation pour l'internaute comme pour l'administrateur ; et l'accès aux informations doit être le plus direct possible.

Voici en synthèse les qualités indispensables d'un site Internet :

- Un graphisme attrayant, avec de belles photos et des avis de la clientèle.
- Une ergonomie adéquate, *mobile first* (adaptée/adaptable aux *smartphones* et aux tablettes).
- Des renvois vers les réseaux sociaux sur lesquels l'entreprise se trouve éventuellement (pour y faire connaître ses événements, etc.).
- Un site administrable, régulièrement mis à jour, évolutif.
- Un site optimisé pour le référencement naturel. Il faut privilégier ce type de référencement, car le référencement payant coûte souvent cher et, à long terme, le premier s'avère beaucoup plus satisfaisant.
- Avoir des *backlinks* de sites à forte notoriété, autrement dit, faire en sorte que des sites connus renvoient par des liens Internet sur celui de l'agence, qui profite ainsi de leur fréquentation et de leur réputation.
- Un site qui respecte les normes de sécurité (https), ainsi que le **Règlement général de protection des données** (RGPD) s'il contient un module d'inscription en ligne par exemple.

### Pour en savoir plus :

→ Rubrique « **Me mettre en conformité avec le RGPD** » sur le site de Bpifrance Création.

- Un site comportant des mentions légales, des conditions générales d'utilisation (CGU) et, si c'est un site marchand, des conditions générales de vente (CGV).

### Pour en savoir plus :

→ Rubrique « **Les mentions légales d'un e-commerce** » sur le site de Bpifrance Création.

Cependant, rien n'est acquis définitivement sur les moteurs de recherche, car leurs algorithmes et leurs critères de recherche changent en permanence.

### Pour en savoir plus :

→ **France Num**, le portail de la transformation numérique des entreprises, en particulier des TPE et PME.

La communication sur les **réseaux sociaux** est une activité fortement consommatrice de temps. Il est donc préférable de se tourner vers les réseaux les mieux adaptés à votre activité et, notamment, de s'intéresser aux choix effectués par la concurrence.

De nombreux agents immobiliers révisent ainsi leur site *Web* et leurs pages sur les réseaux sociaux en les enrichissant d'une dimension communautaire, en tenant compte de ce que la généralisation de l'accès à l'information rend la communication par l'image de plus en plus importante.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Le marché de l'immobilier s'est aussi **digitalisé**, l'agent immobilier s'est transformé en « **agent 2.0** ». Il doit rechercher les prix et les clients (vendeurs comme acheteurs) sur Internet, comme le fait le particulier... mais aussi y surveiller ses concurrents. Et cette tendance se généralise.

Elle se double aussi d'un passage au numérique afin de gagner en productivité, en réactivité et en offre de services. Voici quelques exemples d'évolution des pratiques liées à l'usage du digital :

- Accès à des bases de données avec le prix de vente au mètre carré, établies grâce à des logiciels spécialisés prenant en compte le *big data*,
- Mise en commun de documents,
- Constitution d'un dossier en ligne, les prises de rendez-vous, la signature électronique des baux de location, l'accès aux informations sur les prix du marché, la qualité de vie d'un quartier, etc.
- Visite virtuelle d'un bien immobilier à l'aide de photos à 360° ou d'une vidéo ; ou encore la visualisation du bien sur une carte 3D.

## Pour en savoir plus :

- IMMO2.PRO. « **Les tendances de l'Internet immobilier et l'immobilier en ligne** ».
- IMMOBILIER 2.0. « **7 outils de productivité que les agents immobiliers devraient utiliser régulièrement** », article publié le 21/11/2018.
- JOURNAL DU NET. « **Les métiers de l'immobilier en pleine mutation digitale** », article publié le 09/12/2019.
- LAFORÊT. « **Laforêt accélère encore sa digitalisation** », article publié le 12/10/2017.
- LE FIGARO IMMOBILIER. « **Les clients attendent plus de services digitaux des agents immobiliers !** », article publié le 04/10/2018.

Ces nouvelles pratiques numériques sont portées par les services et les technologies développées par les **proptech**, des *start-ups* qui développent des outils digitaux pour convertir les acteurs de l'immobilier au numérique. Voici quelques exemples d'innovations :

- Application d'échange et de partage de mandats entre agents immobiliers,
- Concepteur d'environnements 3D en temps réel et interactifs,
- Application d'échange et de partage de mandats entre agents immobiliers,
- Éditeur de logiciel de transaction pour les professionnels de l'immobilier,
- Fournisseur de documents juridiques pour les professionnels,
- Gestionnaire locatif courte durée,
- Logiciel de gestion locative pour les professionnels de l'immobilier,
- Place de marché pour la transaction immobilière,
- Plate-forme collaborative pour les notaires et les agents immobiliers,
- Producteur de contenus (photos HDR, visites virtuelles 360, VR-3D) pour l'immobilier.

Source : REAL ESTECH. « **3<sup>e</sup> baromètre de la Real Estech en France en 2019** », 2019.

## Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE. « **Ces start-ups françaises qui dessinent l'immobilier de demain** », article publié le 19/11/2018.
- La Fédération française de l'Internet immobilier (**FF2I**) qui regroupe les industriels et les *start-ups* de ce secteur en France.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

- **Real Estech**, association loi 1901 constituée d'une communauté d'acteurs de l'innovation dans le secteur de l'immobilier. Elle publie chaque année un baromètre de l'innovation dans l'immobilier en France.
- **The French PropTech** qui regroupe les entrepreneurs de la *proptech* afin de mettre en commun leurs ressources.

Les agences *proptech* ne sont pas des agences « en dur » : elles n'ont pas de locaux commerciaux. Ce sont des *start-ups* qui pour certaines fournissent des produits innovants, technologiques, ou qui introduisent de nouveaux modèles sur le marché immobilier ; et qui pour d'autres sont des concurrents.

## Pour en savoir plus :

- IMMOBILIER 2.0. « **Définition et enjeu de la nouvelle vague de start-ups immobilières** », article publié le 09/06/2017.
- MYSWEETIMMO. « **L'arrivée de la proptech signe-t-elle la fin des agences immobilières ?** », article publié le 07/11/2019.
- PRESSECITRON. « **La proptech : est-ce bientôt la fin des agences immobilières physiques ?** », article publié le 10/10/2017.

Certes, les plates-formes numériques permettent à un client de gagner du temps en amont d'une recherche ; certes, celui-ci peut utiliser les services de la *proptech* ; mais l'agent immobilier reste indispensable, car il allie sa connaissance du marché à la présence humaine dans la négociation et la transaction, ce qu'aucun ordinateur ne peut encore faire.

Source : MON IMMEUBLE. « **Agent immobilier : face à la révolution numérique, l'agent sera toujours valorisé** », article publié le 31/10/2018.

## Clientèle

### Les particuliers

Les particuliers constituent environ **50 % de la clientèle** des agences immobilières et des mandataires spécialisés dans les résidences principales, secondaires, ou les investissements locatifs.

## Pour en savoir plus :

- FORBES. « **Qui sont les acheteurs de 2019 ?** », article publié le 20/12/2019.
- KAUFMAN & BROAD. « **Quel est le profil de l'acquéreur en 2019 ?** », article publié le 20/01/2020.

Concernant le logement, la **résidence principale** représente 81 % des transactions immobilières, l'investissement locatif 11 % et la résidence secondaire 7 %.

La catégorie professionnelle la plus active parmi les clients est celle des cadres et des professions libérales. Ils représentent 11 % des ménages français, mais constituent 27 % des acheteurs et 18 % des vendeurs. Ils sont de plus en plus connectés.

Source : POWERTRAFIC. « **Le profil de ces acheteurs de plus en plus connectés** », article publié le 06/11/2016.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La profession se doit de relever des défis en faveur des clients :

- Baisser ses honoraires ;
- Innover, notamment dans le digital ;
- Apporter plus de transparence dans la relation qu'elle entretient avec eux.

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « [Les trois défis majeurs pour la profession](#) », numéro 65, 1<sup>er</sup> trimestre 2020.

Selon l'Insee, plus de 70 % des **déménagements** sont motivés par des raisons personnelles (mariage, divorce, naissance d'un enfant, retraite) et 30 % par des motifs d'ordre professionnel (embauche, licenciement, mutation). En 2019, 3 millions de Français ont déménagé pour des raisons personnelles liées à un investissement immobilier ou à un événement familial.

Source : LA TRIBUNE. « [Tout savoir sur le marché du déménagement](#) », article publié le 17/01/2019.

## L'image des agences

Selon une enquête de l'Ifop et d'Opinion System réalisée en 2018, l'image des professionnels de l'immobilier auprès de la clientèle des particuliers s'est améliorée, même si leurs honoraires sont jugés encore trop élevés.

Une autre enquête de l'Ifop et d'Opinion System confirme la bonne image dont bénéficient les professionnels de l'immobilier et classe les moyens par lesquels les agences se font connaître de leurs clients : en premier lieu par leur vitrine, puis par le bouche-à-oreille et, enfin, par Internet.

Sources :

- JOURNAL DE L'AGENCE. « [Les Français toujours satisfaits de leur agent immobilier](#) », article publié le 03/03/2020.
- LE FIGARO. « [Les Français plutôt satisfaits des agents immobiliers, de leurs tarifs un peu moins](#) », article publié le 27/11/2018.

## Le code de déontologie

Les professionnels du secteur ont la volonté de rendre les pratiques plus transparentes et de fournir un meilleur service afin de rétablir la confiance avec leur clientèle — voire d'en faire un atout commercial. Ainsi, la Fnaim, l'Unis et le SNPI ont intégré dans leurs statuts le **code de déontologie issu de la loi Alur**.

D'une façon générale, la profession cherchant à redorer son image de marque, elle emploie des méthodes rigoureuses (notamment dans les franchises), et souhaite offrir un réel service... Mais la loi 2018-1021 du 23 novembre 2018 (**loi Élan**) menace ce code de déontologie. Le Conseil national de transaction et de la gestion immobilière (**CNTGI**), mis en place le 30 juillet 2014, est chargé de veiller au maintien et à la promotion des principes de moralité, de probité et de compétence nécessaires au bon accomplissement des activités exercées par les professionnels de l'immobilier ; permettra-t-il de prendre des sanctions ?

Sources :

- **Décret n° 2015-1090** du 28 août 2015 fixant les règles constituant le code de déontologie applicable à certaines personnes exerçant les activités de transaction et de gestion des immeubles et des fonds de commerce.
- IMMO FORMATION. « [Loi Élan et l'avenir du CNTGI et du code de déontologie](#) », article publié le 15/11/2018.

## Comment toucher de nouveaux clients ?

Le choix d'une agence immobilière se ferait principalement dans la rue, alors que les intéressés passent devant sa vitrine (23 % des cas). Vient ensuite la recommandation d'un proche (20 %), puis la consultation d'annonces immobilières (18 %). Seuls 8 % des sondés affirment avoir trouvé leur agent *via* un moteur de recherche.

Source : OPINION SYSTEM, IFOP. « [La profession immobilière : focus 'Trouver un professionnel de l'immobilier'](#) », infographie publiée en novembre 2019.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Les avis des clients sont un facteur important, ils permettent aux lecteurs qui recherchent une agence immobilière de mieux cibler l'agence qui leur convient !

Mais, il est important également, notamment en ligne (site Internet ou réseaux sociaux) ou au cours d'un rendez-vous en présentiel de bien aborder les questions que se posent les clients en matière d'immobilier, de façon à les capter par la qualité du service d'information fourni.

Il faut aussi mener une prospection plus *soft*, à savoir une approche qui combine différentes techniques, telles que l'optimisation des moteurs de recherche (référencement ou SEO), le marketing *via* les réseaux sociaux et par email, la mise en place d'un logiciel de gestion de la relation client (ou CRM, *Customer relationship management*), l'usage automatique du *Web*, etc.

L'idée principale est d'attirer les visiteurs sur un site Internet en créant et distribuant du contenu utile, convertir ces visiteurs en prospects, gagner leur confiance, puis les transformer en clients fidèles.

## Pour en savoir plus :

- FRANCE INTER. « [Toutes vos questions sur l'immobilier](#) », émission « Grand bien vous fasse » du 23 janvier 2020.
- JOURNAL DE L'AGENCE. « [La smart prospection entre soft et hard](#) », article publié le 20/02/2020.
- MONIMMEUBLE.COM. « [Satisfaction client : une note de 7 sur 10 pour les agences immobilières](#) », article publié le 11/12/2018.

## Le recrutement de prescripteurs ou *Farming*

Dans ce métier, il faut être le premier à savoir qu'un logement va être mis en vente : c'est l'un des secrets du succès.

Pour repérer ces biens, le travail de fond revient à mettre en place un réseau d'informateurs. La technique utilisée par certains négociateurs, appelée *Farming* (littéralement « élevage »), consiste à s'attirer les faveurs d'une centaine de personnes-clés (gardiens d'immeuble, facteurs, commerçants, observateurs privilégiés de la vie des quartiers tels que les coiffeurs...) en organisant pour eux une fête pour la sortie du Beaujolais, en leur offrant des chocolats, des fleurs, du champagne... puis à entretenir les relations que l'on a développées avec eux.

Source : LE BLOG DE KYLIA IMMOBILIER. « [Prospection – Le farming](#) », article publié le 06/09/2015.

## Concurrence

Les professionnels de l'immobilier réalisent 70 % des transactions, les notaires 5 % et les 25 % restants se traitent entre particuliers, une proportion stable depuis plusieurs décennies. À titre illustratif, les réseaux immobiliers Century 21 et Orpi réalisent chacun environ 45 000 ventes par an, soit 4,5 % du marché ; le site PAP de vente entre particuliers en annonce 125 000.

Source : LE MONDE. « [Dans la jungle des agences immobilières](#) », article publié le 22/09/2019.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Les concurrents « traditionnels »

Ventes ou locations, une partie des opérations immobilières ne passe pas par les agences immobilières :

- Sur le marché de la location, les **propriétaires particuliers** louent directement leurs appartements *via* des plates-formes en ligne, déléguant parfois une partie du travail de gestion à des services de conciergerie. S'il a l'autorisation de son bailleur, le locataire d'un logement peut en faire autant. Mais, selon une enquête du réseau Laforêt, les règles ne sont pas toujours les mêmes entre les bailleurs, notamment pour les vacances : d'un côté, les règles de la location traditionnelle sont très contraignantes et, d'un autre côté, la location courte durée bénéficie d'une très grande souplesse.

Source : LAFORÊT. « **1 Français sur 2 louerait son bien avec une agence immobilière** », sondage réalisé par l'Ifop, 11 octobre 2018.

- Depuis la loi n° 94-529 du 28 juin 1994 modifiant la loi n° 46-942 du 7 mai 1946 instituant l'ordre des géomètres-experts, et sur autorisation du Conseil régional de l'Ordre, les **géomètres-experts** peuvent effectuer à titre accessoire des opérations de gestion immobilière et d'entremise.
- Les **éditeurs d'annonces immobilières** sur Internet : portails destinés aux agences (comme par exemple Bien'ici, SeLoger, Explorimmo), ou aux particuliers (PAP, ParuVendu, AVendreALouer, La Vie Immo/BFM Immo... par exemple) proposent des biens à vendre ou à louer.
- Les **agences pure players** (uniquement en ligne), comme Meilleurstaux, sont également des concurrents, mais aussi les **sites d'annonces généralistes** comme Leboncoin, Vivastreet, etc.

Toutefois les agences immobilières résistent à la concurrence numérique, car elles aident à trouver un terrain d'entente et à réaliser les transactions : les particuliers n'ont pas toujours ce savoir-faire. En effet, les agents immobiliers sont des tiers de confiance, ils réduisent les risques d'asymétrie de l'information, évitent les fausses annonces, trient les acheteurs sur le volet et sont des tiers dans la négociation qui permettent de trouver le juste prix.

- Certains particuliers se font conseiller par des **chasseurs d'appartement**. Ces derniers défendent le point de vue de l'acheteur et prendront le temps de chercher un appartement à sa place. Ils sont encore peu répandus en France, quelques centaines tout au plus.

### Pour en savoir plus :

- ➔ SE LOGER. « **Profession chasseur d'appartement** », article publié le 17/12/2019.
- ➔ PIC BLEU. « **Avantages et inconvénients d'une agence immobilière** », article publié le 06/11/2019.

## Les mandataires immobiliers

Les mandataires immobiliers sont de plus en plus nombreux et leurs réseaux se sont multipliés à une telle vitesse qu'ils se font maintenant concurrence... Leur nombre et leurs effectifs ne cessent de croître. En 2020, **IAD** compte 8 000 mandataires, **Safti** 4000, **Capifrance** 2 100, **Propriétés privées** 2 000, et **OptimHome** 1 400.

Ces réseaux de mandataires captent entre 13 % et 15 % des ventes immobilières réalisées en France.

Sources :

- LE MONDE. « **Immobilier : la guerre des mandataires** », article publié le 17/07/2017.
- LES ÉCHOS. « **Les réseaux de mandataires immobiliers aiguisent les appétits** », article publié le 24/01/2019.
- XERFI. « **Les réseaux mandataires dans l'immobilier à l'horizon 2021** », collection Xerfi Precepta, 5 juin 2019.



## Conseils aux créateurs

En premier lieu, une **vision à long terme** est indispensable. Car passé le cap des deux ans d'existence, la garantie financière d'un agent immobilier passe à 110 000 € (voir la rubrique « **Obtention de la carte professionnelle** » en partie 6). Et dans un souci de sécurisation du consommateur, certaines fédérations comme la Fnaim demandent même à leurs adhérents une garantie financière supérieure aux obligations légales.

En second lieu, pour **choisir sa zone d'implantation** l'agent immobilier devra porter son attention :

- sur les zones de forte chalandise et les quartiers en développement ;
- sur les transactions effectuées annuellement et sur la concurrence ;
- sur la population — tant sur le nombre d'habitants que sur leur niveau social, qui est directement corrélé à leur capacité d'achat. Les enquêtes logement de l'Insee fournissent régulièrement des indications sur ce point (voir l'encadré ci-après) ;
- la structure administrative — préfecture, centre administratif... une ville universitaire ou encore la présence de grandes écoles conduit à une forte demande en studios ;
- les secteurs d'activité de la région ;
- les besoins en logement, notamment en logement professionnel ;
- le prix du mètre carré, à la location mais aussi à la revente du fonds de commerce ;
- la lecture des annonces, qui l'informera sur le nombre d'affaires proposées par les particuliers et leur nature.

Un élément déterminant est de trouver un emplacement de premier choix, car la notoriété a une grande importance pour contrer une concurrence qui ne cesse de se durcir depuis la structuration de la profession en réseaux — les novices en font souvent les frais.

Enfin, il devra s'interroger sur les **mutations à venir** : par exemple, sur le phénomène du « papy-boom », qui conduit à une augmentation du nombre de logements mis en vente, soit 400 000 de plus chaque année selon la société d'analyse PrimeView pour qui ce phénomène durera jusqu'en 2035 avant de se normaliser progressivement.

Source : PRIMEVIEW. « **Immobilier : des vendeurs nets bien plus nombreux que les acheteurs nets** », article publié le 10/06/2015.

### AUTRES SOURCES D'INFORMATION POUR UNE ÉTUDE DE MARCHÉ LOCALE OU RÉGIONALE

- La mairie, les organismes consulaires (Chambre de commerce et d'industrie – CCI – et Chambre de métiers et de l'artisanat – CMA), les données de l'**Outil d'aide au diagnostic d'implantation** (Odil) de l'Insee et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site de la **Direction générale des finances publiques** (DGFIP) du ministère de l'Action et des Comptes publics permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee grâce aux **indices de disparité des dépenses de consommation** (IDC).
- Les antennes départementales des fédérations professionnelles (voir la partie 7 « **Contacts et sources d'information** ») et la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) qui présente aussi **ses ratios par région**.
- La **base de données publiques** en *open data*.
- Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le **pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France** (BNF) permet l'accès – physique uniquement – à des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

La **chasse aux mandats** reste cependant le nerf de la guerre... L'usage généralisé d'Internet oblige les agences à adopter une démarche marketing, à cibler leur marché et à se spécialiser.

Une **double orientation** (transaction et gestion immobilière orientée vers la gérance d'immeubles) permet d'assurer des revenus réguliers et de trouver plus facilement des financements. Si elle est bien maîtrisée, la gestion locative permet, elle aussi, une bonne rentabilité.

Il est aussi possible de s'intéresser aux viagers (la population française vieillissant, c'est un marché d'avenir), aux colocations, à la vente d'immobilier neuf ou à celle de fonds de commerce...

## Pour en savoir plus :

- FRANCE TV INFO. « **Viager : un placement d'avenir ?** », article publié le 21/05/2016.
- VILLAGE NOTAIRES. « **Quel avenir pour le viager ?** », article publié le 14/12/2017.

Quant aux **visites**, il faut les proposer en mettant toutes les chances de son côté : les préparer — en se rendant auparavant aux adresses à visiter, en ouvrant les volets, en aérant les pièces... ; bien choisir les acquéreurs avec lesquels y procéder ; toujours leur proposer trois biens et faire visiter en deuxième celui qui correspond le mieux à leurs *desiderata* ; se taire pendant les visites et ne pas faire l'article ; anticiper les objections concernant des travaux par des chiffrages justifiés, sans exagérer ; toujours faire suivre les visites par un *debriefing*...

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « **10 bonnes attitudes lors de la visite acquéreur** », article publié le 01/10/2019.

## Les conseils des professionnels

- Miser sur le professionnalisme et la qualité du service — donc sur ses collaborateurs — grâce à la formation.
- Être vraiment le spécialiste immobilier de son quartier.
- Développer un marketing et tirer parti d'Internet et des nouvelles technologies et notamment des outils numériques et des services des *proptech*.
- Élargir la gamme des services (aborder le financement du projet, créer des partenariats — voire devenir soi-même courtier en crédit) ; et, d'une façon générale, pouvoir répondre aux questions juridiques, fiscales et financières des clients.
- Favoriser les fichiers communs de mandats exclusifs afin de mutualiser les compétences, travailler en « inter-cabinets ».

Sources :

- JOURNAL DE L'AGENCE. « **20 recettes pour devenir un agent immobilier extraordinaire** », article publié le 14/08/2016.
- LE MONDE. « **Les agents immobiliers bousculés par les géants du numérique** », article publié le 09/11/2019.

## Des agences d'un nouveau type

Les agences immobilières sont omniprésentes sur le territoire ; s'en démarquer, occuper une niche est une bonne stratégie. En voici quelques exemples :

- Une agence à vocation sociale, qui se charge de reloger les personnes dont l'habitat est indigne, en lien — notamment — avec des bailleurs sociaux ;
- Une agence dédiée aux femmes — et dirigée par des femmes ;
- Une agence spécialisée sur un créneau original : les viagers ; les rez-de-chaussée ; les appartements avec terrasses... ;
- Une agence avec des honoraires réduits ou à frais fixes.

## Pour en savoir plus :

- Retrouvez des exemples dans le **baromètre 2019** de Real Estech.

# ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

## Développement durable – Solidarité

Avec la COP 21 et le confinement sanitaire de la crise du Coronavirus en mars-avril 2020, la préoccupation des Français se focalise davantage sur la réduction des énergies fossiles. L'agence immobilière est bien placée pour conseiller un client qui veut réaliser des économies d'énergie.

Elle peut également devenir une agence solidaire, par exemple en faveur de la Fondation Abbé Pierre pour le logement (voir l'[Agence solidarité logement](#)) ou pour favoriser la colocation intergénérationnelle.

## Principales entreprises

### Les principaux réseaux pour les agences immobilières

Selon la, Fédération française de la franchise ([FFF](#)), l'immobilier regroupe 50 réseaux de franchise et plus de 4 000 franchisés avec un chiffre d'affaires de près de 2 milliards d'euros.

Ces réseaux diversifient leur offre en proposant, par exemple :

- un crédit immobilier en partenariat avec les banques ;
- des garanties portant sur tous les équipements durant un an (après avoir vérifié l'état de ces équipements – installation électrique, plomberie... – au moment de la vente) ;
- des prestations d'assistance (aide au déménagement, assistance en cas de cambriolage ou de perte de clés...) ;
- des réductions chez certaines enseignes de décoration ou d'électroménager...

Les principaux groupes en nombre d'agences sont : Orpi, Century 21, Laforêt immobilier, Foncia T02I, Guy Hoquet, Era immobilier, L'adresse, Avis immobilier, Solvimo... sans oublier le réseau de La Bourse de l'immobilier, premier réseau intégré de France. Des informations à propos de ces principales enseignes sont disponibles sur les sites :

- [L'observatoire de la franchise.](#)
- [Toute-la-franchise.](#)

#### Pour en savoir plus :

- ➔ Le site de Bpifrance Création et de la Fédération française de la franchise mettent à la disposition des porteurs de projet un [guide méthodologique](#) pour accompagner étape par étape le créateur d'entreprise en franchise.

**4.**

**MOYENS POUR  
DÉMARRER  
L'ACTIVITÉ**

# MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

## Ressources humaines

Pour commencer, un agent immobilier peut employer un **assistant** (même à mi-temps) pour les tâches administratives. Ultérieurement, il pourra recruter un **négociateur**, soit avec un statut de salarié voyageur, représentant et placier (VRP) rémunéré à la commission ou au fixe, soit avec celui d'**agent commercial** (non-salarié, donc, rémunéré de façon fixe, proportionnelle ou mixte). Les négociateurs représentent environ 60 % des effectifs.

### Pour en savoir plus :

- DROIT FINANCES. « [VRP : définitions, statut et règles du Code du travail](#) », article publié en juin 2020.
- JOURNAL DE L'AGENCE. « [Agent commercial versus VRP exclusif](#) », article mis en ligne le 25/06/2016.

Certaines agences ont recours à des négociateurs indépendants qui travaillent depuis leur domicile – ils se déplacent mais n'ont pas l'obligation de rejoindre tous les jours l'agence immobilière.

Soyez prévenus : le *turn-over* est important dans le secteur.

La profession attire de plus en plus de jeunes diplômés, rodés à l'informatique et aux nouvelles techniques de communication, ayant de solides connaissances juridiques.

Source : LA BOÎTE IMMO. « [Qui est l'agent immobilier d'aujourd'hui ?](#) », enquête publiée le 27 septembre 2017.

## Agent commercial en immobilier

Il est courant que les commerciaux des agences immobilières travaillent pour elles en tant qu'agents commerciaux — c'est même la majorité des cas. Ainsi, les agences se dispensent de salarier leurs commerciaux, ceux-ci étant considérés comme des travailleurs indépendants – dès lors, ils supportent eux-mêmes leurs frais et leurs charges sociales.

Cependant, la Cour de cassation rappelle les modalités d'exercice de l'activité d'un agent commercial lorsqu'il est mandaté par un agent immobilier pour exercer ses prospections :

- il n'a pas à être lui-même titulaire de la carte professionnelle d'agent immobilier, mais doit détenir une attestation de collaborateur délivrée par l'agent immobilier (et obtenue auprès de la CCI) ;
- il n'est pas soumis à l'obligation de garantie financière, car il lui est interdit notamment de recevoir des sommes d'argent à l'occasion de son activité ;
- il doit répondre aux mêmes conditions d'honorabilité que celles permettant l'accès à la profession d'agent immobilier ;
- il ne lui est pas permis d'exercer son activité pour le compte d'un mandant qui ne serait pas titulaire de la carte professionnelle.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Agent commercial – Réglementation](#) » (rubrique « Définition de l'activité »).

# MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

## Mandataire

C'est un agent commercial qui fait partie d'un réseau mais qui n'a pas de rapport salarial avec une agence immobilière. Il est en concurrence avec les agents immobiliers, notamment au niveau des commissions, mais ne peut pas rendre tous les services nécessaires pour la vente d'un bien immobilier, même s'il a des partenariats avec les notaires : il n'est pas agent immobilier et ne détient pas la carte professionnelle (seul le propriétaire du réseau la détient).

Source : SNPI. « [L'agent commercial immobilier](#) », article en ligne.

## Négociateur

Le négociateur immobilier est l'employé de l'agent immobilier. Il passe le plus clair de son temps à prospecter puis à chercher des mandats de vente ; il peut assurer la promotion du bien et prépare aussi la vente finale. Une formation Bac+2 est conseillée.

Source : MA FORMATION. « [Comment devenir négociateur immobilier ?](#) », article mis à jour le 22/08/2017.

## Convention collective

Les agents commerciaux immobiliers relèvent de la Convention collective nationale de l'immobilier ([brochure 3090](#)) qui est disponible au Journal Officiel, ou gratuitement sur [legifrance.gouv.fr](http://legifrance.gouv.fr). Au 1<sup>er</sup> juin 2020, cette convention collective nationale de l'immobilier a été actualisée par l'avenant 83 du 2 décembre 2019 signé à l'unanimité des partenaires sociaux.

## Modalités de recrutement

L'immobilier recrute en ligne. Voici les principaux sites d'offre :

- Rubrique « [Nos adhérents recrutent, offres d'emploi](#) » sur le site de l'Unis.
- Rubrique « [Offres d'emploi dans l'immobilier](#) » sur le site d'Orpi.
- Rubrique « [Rechercher un emploi](#) » sur le site de Business Immo.
- Rubrique « [Recherche d'un emploi](#) » sur le site du Journal de l'Agence.
- Site [Recrutimmo](#).

Les profils recherchés portent sur des personnes avec une formation de type BTS professions immobilières.

En cas d'embauche de salarié ou de recours à un agent commercial, les agences doivent demander auprès de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) une « **attestation de collaborateur** » et la délivrer à chacun d'eux.

### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Formulaire 15315\\*01 : Agent immobilier, demande d'attestation d'habilitation](#) » sur le site de Service-public.fr.

# MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

## Formations

### Formation initiale

Le métier d'agent immobilier s'exerce avec un Brevet de technicien supérieur (BTS) immobilier. Voici quelques adresses utiles pour trouver des formations :

- Le site de l'[Onisep](#).
- Le site de la [reconversion professionnelle](#).
- Le site [Diplomeo](#).
- Le site de [L'étudiant](#).

### Formation continue

Elle est devenue obligatoire pour les agents immobiliers et leurs collaborateurs avec la promulgation du [décret n° 2016-173](#) du 18 février 2016.

La durée de la formation continue est de quatorze heures par an ou de quarante-deux heures au cours de trois années consécutives d'exercice. Elle porte sur les domaines juridique, économique, commercial, sur l'urbanisme, sur la transition énergétique...

Les fédérations organisent des journées de formation professionnelle et les réseaux immobiliers dispensent des formations dans leur propre école. Ainsi, tout mandataire reçoit une formation de la part de son réseau qui comprend un apprentissage de la législation, de la technique de vente et des logiciels du réseau.

Avec la dernière loi votée en 2018 sur la formation professionnelle continue, il est possible d'utiliser son compte professionnel de formation (CPF) et de valoriser la formule par l'apprentissage. Il existe plus de 400 formations pour découvrir l'immobilier ou renforcer ses compétences.

Sources :

- JOURNAL DE L'AGENCE. « [La formation, la voie royale de l'immobilier](#) », article publié le 25/04/2018.
- LE MONDE. « Formations en immobilier » dans la rubrique en ligne « [Formation professionnelle](#) ».

## Locaux

Il est préférable de choisir l'implantation de son agence en centre-ville ou dans des zones appelées à se développer et, surtout, d'avoir une vitrine sur la rue.

Le local peut être loué, acheté ou construit, et il doit répondre aux dispositions liées aux établissements recevant du public (ERP).

### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Les obligations de sécurité des établissements recevant du public \(ERP\)](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Dans un premier temps, une superficie de 40 m<sup>2</sup> suffit – avec deux pièces, si possible. Le loyer et le droit au bail dépendent bien sûr de la ville et du quartier d'implantation. Une vitrine mettra en valeur les annonces, qui pourront être éclairées par LED ; la mise en place de vidéo y est également possible.

L'agence doit être « transparente » et ouverte, multi-services et multi-experts, connectée voire digitalisée, mais aussi sociale et accueillante (espace café et lieu de vie).

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « [Les agents immobiliers enfin reconnus](#) », numéro 59, 3e trimestre 2018.

## Fonds de commerce – Reprise

Dans l'évaluation du fonds de commerce d'une agence immobilière, le bénéfice net annuel est l'élément principal. Sa valeur se situe, en 2017, entre 2 et 5 fois le montant du bénéfice net annuel, ou entre 15 % et 35 % du montant des recettes annuelles (TTC).

Source : ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES. « [Administrations de biens et agence immobilière : analyse sectorielle 2017-2018](#) », décembre 2017.

Le « Dossier pratique » des Éditions Francis Lefebvre publié en 2018, consacré (en partie) à l'évaluation des fonds de commerce, indique que la valeur du fonds de commerce d'une agence immobilière se situerait entre 20 % et 40 % du chiffre d'affaires annuel (HT).

Source : ÉDITIONS FRANCIS LEFEBVRE. « [Évaluation](#) », collection *Dossiers pratiques*, 1<sup>er</sup> octobre 2018 (dernière édition en date).

Outre l'approche financière, les techniques d'évaluation du fonds de commerce doivent être complétées par une approche globale. La fixation de la valeur doit être affinée selon la nature et l'ancienneté des mandats et du parc immobilier géré ; les méthodes et la politique de tarification du cabinet doivent être analysées ; les compétences du personnel prises en compte ; certaines clauses à insérer dans le protocole (durée de présence du cédant, garantie de chiffre d'affaires, prélèvement des honoraires, travaux, garantie de passif, etc.) doivent être mises en évidence. Un compte de résultat prévisionnel doit être établi pour mesurer la capacité d'autofinancement (dans le cas du remboursement d'un emprunt, par exemple). Enfin, il est préférable de se faire accompagner par un médiateur pour réussir la transaction.

### Pour en savoir plus :

- [La bourse de la transmission](#) de Bpifrance répertorie des opportunités d'achat de fonds de commerce partout en France.

## Équipement – Investissement de départ

Il n'est pas rare que l'investissement initial atteigne 150 000 € à 180 000 € :

- 45 000 € de droit au bail ;
- 70 000 € de travaux et d'achat de matériel ;
- 6 mois à un an de fonds de roulement d'activité car il faut du temps avant de prospecter, de vendre et d'encaisser les honoraires.

Dans le cas d'un franchisé, il faut ajouter les droits d'entrée, ainsi que le coût des travaux nécessaires pour mettre le local aux couleurs de la franchise.

### Pour en savoir plus :

Des informations à propos des principales enseignes sont disponibles sur les sites :

- [L'observatoire de la franchise](#),
- [Toute-la-franchise](#).

Quant aux mandataires, ils doivent s'acquitter d'un abonnement mensuel pour pouvoir travailler dans un réseau.



## MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

---

Voici la liste des frais de fonctionnement et d'équipement d'une agence qui démarre. Certaines dépenses sont des investissements, d'autres sont des charges (sous la forme d'abonnement à des services) :

- installation du local (matériel d'occasion) : mobilier, micro-ordinateur, téléphone avec répondeur (prévoir plusieurs postes), *etc.*
- logiciel pour les transactions et la gestion de clientèle ;
- agencement (vitrines, panneaux de présentation, écrans pour afficher les offres, décoration) ;
- Internet : le coût de conception d'un site dépend de son importance, de ses fonctionnalités, du nombre de pages, des développements qu'il nécessite... : de l'ordre de 3 000 à 7 000 €, davantage si des usages tels que la vidéo sont envisagés. Il faut prévoir aussi des frais de fonctionnement et de maintenance ;
- frais de déplacement : scooter ou véhicule personnel (voir [barème kilométrique](#)) ;
- électricité, chauffage, abonnement Internet, *etc.* ;
- fournitures de bureau ;
- publicité (y compris sur le lieu de vente, PLV), petites annonces : plus de 1 500 € par mois à Paris, moins en province.

### Pour en savoir plus :

- ➔ NETTY. « [Combien coûte la création d'une agence immobilière ?](#) », article publié le 02/04/2019.

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

**5.**

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

## Chiffre d'affaires – Facturation

### Achat et vente

L'agent immobilier a le droit de percevoir des honoraires si les quatre conditions suivantes, définies par la loi et la jurisprudence, sont réunies :

- il est détenteur d'un mandat écrit et enregistré ;
- il a présenté un client au mandant ;
- il a participé activement aux négociations ;
- il a réalisé la transaction.

Il doit apporter la preuve qu'il a effectivement rapproché les parties en produisant des pièces telles que des annonces, des publicités ou des bons de visites.

Sources :

- DGCCRF. « [Fiche pratique : l'agent immobilier](#) », novembre 2018.
- FNAIM. « [Que recouvrent les honoraires d'une agence immobilière ?](#) », article en ligne.

En vertu de l'**ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986**, les honoraires d'un agent immobilier sont libres depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1987 : le montant de sa commission est ainsi fixé librement après accord avec le mandant, vendeur ou acquéreur, et précisé dans le mandat de vente puis dans le compromis de vente. La commission est due par l'acquéreur et/ou par le vendeur.

L'agent immobilier a obligation d'afficher, de façon visible pour la clientèle, le barème des honoraires.

### Honoraires ou commission

Honoraires et commission ont le même usage. Dans la pratique, les honoraires sont versés à l'agence immobilière qui rémunère le cas échéant un négociateur ou un agent commercial ou mandataire ; cette rémunération est communément appelée « commission » pouvant aller de 25 à 99 % des honoraires de l'agence immobilière.

Ainsi, certains mandataires – peu nombreux – parviennent à toucher de bonnes commissions, la plupart travaillent pour l'équivalent d'un Smic, ce qui induit un *turnover* important.

#### Pour en savoir plus :

- ➔ CÔTÉ ACHETEUR. « [Honoraires ou commission](#) », article en ligne.
- ➔ FNAIM. « [De la commission à l'honoraire](#) », communiqué de presse du 22/05/2013.

Les honoraires d'une vente sont généralement supportés par le vendeur. La tendance serait susceptible d'être inversée depuis que l'Administration fiscale a admis que les honoraires ne sont pas une charge augmentative du prix de vente pour le calcul des droits d'enregistrement. L'exigence d'un engagement écrit interdit à l'agent immobilier, mandaté par le vendeur, de demander une quelconque rémunération à l'acheteur sauf si le mandat de vente précise que la commission sera à la charge de l'acquéreur.

La caisse de garantie de l'immobilier de la Fnaim communique le taux moyen des honoraires. Le négociateur perçoit un salaire et aussi une commission : sa rémunération est en général fixe, mais peut contenir une partie variable liée au nombre de ventes réalisées (commissions).

### Pour en savoir plus :

- BERNARD Lise. « [La précarité en col blanc](#) », PUF, 2017 (enquête sur les agents immobiliers).
- FNAIM. « [La vérité sur les honoraires des agents immobiliers](#) », article publié le 08/09/2018.
- THE BLOG IMMOBILIER. « [Quelle est la rémunération d'un agent immobilier ?](#) », article publié le 19/10/2019.

## Locations immobilières

Les honoraires pour la location d'un logement sont plafonnés depuis le [décret n° 2014-890](#) du 1<sup>er</sup> août 2014. L'agence doit communiquer à un observatoire local des loyers les informations relatives aux logements mis en location.

Les loyers sont plafonnés à Paris depuis juillet 2019, mais cette réglementation n'est pas toujours respectée.

Source : LE MONDE. « [Près d'une annonce sur deux ne respecte pas le plafonnement des loyers à Paris](#) », article publié le 27/01/2020.

Pour les baux à usage d'habitation, le partage des honoraires entre propriétaire et locataire est prévu dans les cas de locations régies par la loi du 6 juillet 1989 (article 5).

Depuis le 15 septembre 2014, les frais d'agence imputés au locataire pour la visite du logement, la constitution du dossier effectuée par le professionnel et la rédaction du bail sont plafonnés à 8 €, 10 € ou 12 € par mètre carré de surface habitable, selon la zone géographique où est situé le logement ([décret n° 2014-890](#) du 1<sup>er</sup> août 2014).

## Prix de revient – Marge – Résultat

### Un cas d'école

Considérons une agence-type pratiquant uniquement la vente avec trois négociateurs et une assistante commerciale. Son budget annuel moyen représenterait :

- 300 mandats avec un taux de transformation de 15 % ;
- 45 ventes ;
- un CA de 320 000 € HT, soit 7 111 € par vente, en moyenne ;
- des charges qui s'élèveraient à 288 000 €.

Les principales charges seraient ventilées comme suit :

- salaires : 53 %,
- publicité : environ 10 %,
- local : 6 %,
- frais divers : abonnements, présence à des salons, aménagement du local, assurances...

# ÉLÉMENTS FINANCIERS

Ci-dessous sont indiqués les ratios moyens d'activité des entreprises individuelles relevant de l'activité des agences immobilières.

## RATIOS 2018 POUR LES ACTIVITÉS D'AGENCE IMMOBILIÈRE

AGENCE IMMOBILIÈRE	
Chiffres d'affaires HT moyen	168 051 €
Effectif moyen	2,3
Chiffre d'affaires/salarié	73 391 €
EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES HT TOTAL	
Marge brute	100,0 %
Valeur ajoutée	60,6 %
Charges de personnel	20,4 %
Résultat courant	27,3 %
Résultat pour 1 personne	10 311 €
EN NOMBRE DE JOURS*	
Crédit fournisseurs	41
Crédit clients	21

\* Nombre de jours d'achat TTC pour les fournisseurs et de chiffre d'affaires TTC pour les clients.

Champ : France, 1 011 entreprises individuelles adhérentes de la FCGA, relevant de l'activité d'agence immobilière.

Source : FCGA (statistiques 2018).

Notons que le résultat est inférieur lorsque l'agent immobilier exerce seul son métier : il s'élève à 10 300 € par an contre 45 900 € pour l'agence immobilière moyenne, c'est-à-dire avec 2,3 salariés.

## Besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement (BFR) correspond à la trésorerie que l'entreprise doit mobiliser pour assurer l'exploitation quotidienne de son activité : elle est amenée, en effet, à engager des dépenses qui ne seront récupérées que lors de l'encaissement des ventes ou des prestations à la fin de son cycle de production.

Pour une agence immobilière, ce BFR équivaut à un fonds de démarrage de 6 à 9 mois de chiffre d'affaires.

### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Le besoin en fonds de roulement](#) » sur le site de Bpifrance Création (définition et mode de calcul).

## Financements – Aides spécifiques

### Réussir son *business plan*

Construire un *business plan* (plan d'affaires) qui tienne la route nécessite :

- Un apport personnel suffisant, de l'ordre de 40 à 50 % du financement du projet.
- De l'expérience, la détention de la carte professionnelle, des revenus nécessaires pour couvrir les dépenses de fonctionnement.
- Un plan de trésorerie mensualisé.
- Une stratégie commerciale.

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « [Financement bancaire : réussir son business plan](#) », article publié le 05/10/2015.

Le *business plan* (BP) nécessite de définir un concept, de procéder à une étude de marché, de disposer d'une équipe complémentaire en compétences pour vous aider à monter votre projet.

Sources :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Comment faire un business plan efficace](#) ».
- LA TRIBUNE. « [Créer son agence immobilière : nécessité d'avoir un business plan](#) », article publié le 06/11/2017.

### Sources de financement

Le site de Bpifrance Création détaille les différentes formes de financements mobilisables en fonction du projet, de la situation personnelle du porteur de projet et de ses besoins. Ces informations se trouvent dans la rubrique « [Trouver des financements](#) » du site.

Pour connaître les principales aides financières, sociales et fiscales à la création ou reprise d'entreprise, vous pouvez consulter la rubrique « [Les aides à la création et à la reprise d'entreprise](#) » du site de Bpifrance Création.

#### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Ce qu'il faut savoir sur les aides à la création d'entreprise](#) » sur le site de Bpifrance Création.

### Sociétés de caution mutuelle

Les sociétés de caution mutuelle (SCM) facilitent l'obtention de crédits bancaires par leurs membres en garantissant directement l'emprunteur auprès de la banque ou en contre-garantissant la banque qui prend le risque. Voici trois SCM spécialisées dans les activités immobilières :

- [Galian](#), société de caution en France et en Europe,
- La Compagnie européenne de garantie et de caution ([CEGC](#)),
- La Société de caution mutuelle des professions immobilières foncières ([Socaf](#)).

**6.**

**RÈGLES  
DE LA  
PROFESSION**

# RÈGLES DE LA PROFESSION

Le début de chaque année marque très souvent l'arrivée d'une série de dispositions concernant l'immobilier portant sur la fiscalité, les aides au logement, les prêts...

## Contexte général

L'activité d'agent immobilier est soumise :

- à la **loi n° 70-9** (loi Hoguet) du 2 janvier 1970 réglementant les conditions d'exercice des activités relatives à certaines opérations portant sur les immeubles et les fonds de commerce, et modifiée par l'**ordonnance 2004-634** du 1<sup>er</sup> juillet 2004, qui fixe les conditions d'accès et d'exercice des activités de transaction et de gestion immobilière ;
- au **décret d'application n° 72-678** du 20 juillet 1972 modifiés par le **décret n° 2005-1315** du 21 octobre 2005.

L'agent immobilier doit connaître les principales dispositions concernant l'achat et la vente des biens immobiliers :

- La **loi n° 2014-344** (loi Hamon) du 17 mars 2014 relative à la consommation, pour sa partie concernant les mandats.
- La **loi n° 2015-990** (loi Macron) du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques qui comporte quelques mesures sur l'immobilier.
- La **loi n° 2014-366** du 24 mars 2014 pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (loi Alur) et ses décrets d'application, dont les principales dispositions en matière d'immobilier portent sur :
  - > la création du Conseil national de la transaction et de la gestion immobilière (CNTGI) qui est garant de la déontologie ;
  - > la délivrance de la carte professionnelle par la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) ;
  - > la formation continue obligatoire pour les agents ;
  - > la redéfinition du rôle de l'agent commercial ;
  - > les documents à fournir par le vendeur sur l'état de la copropriété ;
  - > la modification du régime des locations vides et meublées et, notamment, une nouvelle répartition des honoraires, *etc.*
- L'**arrêté du 10 janvier 2017**, relatif à l'information des consommateurs par les professionnels de l'immobilier intervenant dans une transaction immobilière, modifie les modalités d'affichage des annonces immobilières, obligeant notamment à indiquer le montant des honoraires.
- La **loi Cosse**, entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> février 2017, promulguée dans la loi de finances rectificative de 2016 et prorogée jusqu'au 31 décembre 2022 par la loi de finances pour 2020, qui incite par des dispositions fiscales les propriétaires-bailleurs dont les biens sont situés dans des zones où la demande en logement est forte à mettre ceux-ci en location à des prix abordables.
- Le **dispositif Pinel**, reconduit en 2020, qui offre une réduction d'impôt lors de l'achat d'un bien immobilier neuf à condition qu'il soit mis en location pendant six ans au minimum.



# RÈGLES DE LA PROFESSION

- La [loi n° 2018-1021](#) du 23 novembre 2018 portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (loi Élan) qui a reconnu les titres d'agent immobilier, de syndic et d'administrateur de biens.

## Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Loi Élan](#) » du site du ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités territoriales.

- La [proposition de loi n° 2645](#) (loi Nogal) visant à sécuriser les propriétaires-bailleurs et à faciliter l'accès au logement des locataires, qui est destinée à réconcilier propriétaires et locataires. Cette loi devrait être adoptée dans le courant de l'année 2020.

## Pour en savoir plus :

→ Rubrique « [Agent immobilier – Réglementation](#) » sur le site de Bpifrance Création.

## Conditions d'installation

### Ordre des démarches pour l'agent immobilier

- Se rendre au greffe du Tribunal de commerce pour constituer un dossier d'immatriculation de son entreprise individuelle ou déposer les statuts de sa société.
- Vérifier qu'il possède les aptitudes nécessaires (voir la rubrique « [Obtention de la carte professionnelle](#) » ci-dessous).
- Obtenir la garantie financière et l'assurance responsabilité civile professionnelle (RCP).
- Obtenir la carte professionnelle auprès de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI).

### Détention d'une carte professionnelle

La carte professionnelle est obligatoire pour exercer l'activité d'agent immobilier. Dénommée « carte T », elle doit porter la mention « Transactions sur immeubles et fonds de commerce ».

Les agents immobiliers désirant s'adjoindre l'activité de gérance d'immeubles doivent posséder une carte professionnelle comportant les mentions « Transactions sur immeubles et fonds de commerce » (carte T) et « Gestion immobilière » (carte G).

La carte est valable trois ans. Elle n'a pas d'effet rétroactif. Tout changement d'adresse du siège de l'activité doit être déclaré. La création d'une succursale ou d'une filiale n'entraîne pas l'obligation de posséder une nouvelle carte professionnelle, seule une déclaration à la CCI est nécessaire.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2015, cette carte est à demander à la Chambre de commerce et d'industrie (CCI).

Source : [Décret n° 2015-702](#) du 19 juin 2015 modifiant le décret n° 72-678 du 20 juillet 1972 fixant les conditions d'application de la loi n° 70-9 du 2 janvier 1970 réglementant les conditions d'exercice des activités relatives à certaines opérations portant sur les immeubles et les fonds de commerce.

Les modèles de la carte professionnelle d'agent immobilier, du récépissé de déclaration remis lors de la déclaration préalable à la CCI et de l'attestation délivrée par le titulaire d'une carte professionnelle à un mandataire sont fixés par arrêté. Les modèles sont à retrouver sur le [formulaire Cerfa n° 15312\\*01](#).

# RÈGLES DE LA PROFESSION

Il existe aussi une [carte européenne](#) qui est délivrée par CCI France. Les ressortissants d'un État membre de l'Union européenne ou partie à l'accord sur l'Espace économique européen peuvent demander, par voie électronique, la carte professionnelle européenne, définie à l'[article 1](#) de l'ordonnance n° 2016-1809 du 22 décembre 2016 relative à la reconnaissance des qualifications professionnelles des professions réglementées.

## Obtention de la carte professionnelle

La **demande de carte professionnelle** doit être présentée par la personne qui exerce ou envisage d'exercer l'activité d'agent immobilier. Qu'il s'agisse d'une personne physique ou d'une personne morale, elle doit préciser la nature des opérations envisagées. Dans le cas d'une personne morale, les représentants légaux ou statutaires doivent justifier notamment de leur aptitude professionnelle.

Cette demande comporte :

- pour les personnes physiques : l'état civil, la profession, le domicile, le lieu où sera exercée l'activité ;
- pour les personnes morales : la dénomination, la forme juridique, le siège social ainsi que l'état civil, le domicile, la profession et la qualité du ou des représentants légaux ou statutaires.

Pour obtenir cette carte professionnelle, chaque gérant doit justifier d'une **aptitude professionnelle** qui varie selon sa situation ([article 1](#) du décret n° 72-678 du 20 juillet 1972). Il doit justifier :

- soit d'un des diplômes suivants :
  - > Baccalauréat ou diplôme ou titre inscrit au répertoire national des certifications professionnelles d'un niveau équivalent (niveau IV) et sanctionnant des études juridiques, économiques ou commerciales, et de trois années d'expérience professionnelle salariée dans ces activités,
  - > Diplôme délivré par l'État ou au nom de l'État, d'un niveau égal ou supérieur à trois années d'études supérieures et sanctionnant des études juridiques, économiques ou commerciales,
  - > Diplôme ou titre inscrit au répertoire des certifications professionnelles d'un niveau équivalent (niveau II) sanctionnant des études juridiques, économiques ou commerciales,
  - > Brevet de technicien supérieur « Professions immobilières »,
  - > Diplôme de l'Institut d'études économiques et juridiques appliquées à la construction et à l'habitation.
- soit d'une expérience professionnelle salariée de dix ans (quatre ans pour les cadres) à temps complet ou de l'équivalent en temps complet d'un emploi à temps partiel, que cette occupation ait été continue ou non, dans l'une de ces activités.

Précision : les personnes qui assument la direction d'un établissement secondaire, d'une succursale, d'une agence ou d'un bureau ne doivent pas être titulaires d'une carte professionnelle, mais ont à justifier de leur aptitude professionnelle. Dans ce cas, le temps d'activité professionnelle est réduit de moitié par rapport à celui exigé pour les titulaires de la carte professionnelle.

Sources :

- [Articles 11 à 16](#) du décret n° 72-678 du 20 juillet 1972.
- Rubrique « [Agent immobilier. Réglementation](#) » sur le site de Bpifrance Création.

Une **garantie financière** doit obligatoirement être souscrite auprès d'une compagnie d'assurance ou de la Caisse des Dépôts (CDC). Son montant doit au moins être égal aux sommes maximales dont l'agent immobilier est redevable à tout moment. Elle ne peut être inférieure à :

- 110 000 €, à partir de la troisième année d'exercice ;
- 30 000 € pendant les deux premières années d'exercice, sauf si l'un des représentants légaux ou statutaires de la personne morale a déjà été soumis aux dispositions de la loi Hoguet (dans ce cas, le montant de la garantie financière ne pourra être inférieur à 110 000 €).

# RÈGLES DE LA PROFESSION

En cas d'exercice de plusieurs activités immobilières, la garantie financière souscrite doit couvrir chacune de ces activités.

Source : [Articles 19 à 48](#) du décret n° 72-678 du 20 juillet 1972.

La garantie doit permettre le remboursement des fonds, effets et valeurs détenus par l'agent immobilier en qualité de séquestre. Un engagement écrit est délivré par le garant, justifiant de l'obtention de cette garantie financière. La garantie financière a pour objet de sécuriser la transaction immobilière : la clientèle pourra, en cas de difficulté du professionnel, demander la restitution des fonds détenus pour son compte au garant.

## Pour en savoir plus :

- ➔ Retrouvez les sociétés de caution mutuelle dans la rubrique « [Financements – Aides spécifiques](#) » de la partie 5 de ce dossier Projecteurs.

La [loi n° 2010-853](#) du 23 juillet 2010 prévoit qu'une personne qui souhaite obtenir la carte d'agent immobilier et qui déclare ne détenir aucun fonds, effet ou valeur a une **dispense de justification d'une garantie financière**. Le [décret n° 2010-1710](#) du 30 décembre 2010 précise les modalités de cette dispense et simplifie les conditions d'obtention de la carte professionnelle pour les ressortissants communautaires.

## Autres justificatifs à produire pour devenir agent immobilier

- Attestation d'assurance couvrant la responsabilité civile professionnelle (RCP). La RCP couvre les dommages incorporels, et le détenteur d'une carte professionnelle doit être couvert au minimum à concurrence de 76 224,51 € par an. Cette assurance ne doit pas être confondue avec l'assurance multirisque de tout commerçant.
- Attestation d'honorabilité : l'agent immobilier ne doit pas être frappé d'une des incapacités ou interdictions d'exercer énumérées au titre II de la loi du 2 janvier 1970 (articles 9 à 15).
- Attestation de la banque qui a ouvert le compte séquestre pour les agents immobiliers qui ont opté pour la réception de fonds de tiers et qui justifient d'une garantie financière adéquate.
- Double de la demande d'immatriculation au Registre du commerce et des sociétés (RCS) ou extrait du registre du commerce datant de moins de trois mois pour un renouvellement de carte.

## Formalités pour le mandataire immobilier

Les mandataires immobiliers ne sont pas soumis à la loi Hoguet, ne possèdent pas la carte T et n'ont pas l'obligation de suivre une formation même si des connaissances en immobilier sont recommandées. Ils sont inscrits au Registre spécial des agents commerciaux (RSAC).

## Pour en savoir plus :

- ➔ CPFAC. « [Comment devenir agent commercial en immobilier](#) », article publié le 07/01/2019.

# Règles et usages de l'activité

## Code de déontologie

Ce code définit les obligations de probité, de moralité et de loyauté applicables aux professionnels de l'immobilier. Le [décret n° 2015-1090](#) qui en fixe les règles a été publié le 28 août 2015.

Le Conseil national de la transaction et de la gestion immobilières ([CNTGI](#)) contrôle la déontologie des professionnels de l'immobilier.

L'agence immobilière devra veiller à ne pratiquer aucune forme de discrimination. Mais elles sont nombreuses à ne pas appliquer la loi ([article 225-1](#) du Code pénal) !

## Détention d'un mandat

Au terme de l'article 72 du décret du 20 juillet 1972, l'agent immobilier ne peut négocier ou s'engager, dans le cadre de la mission qui lui a été confiée, que si un mandat écrit lui a été préalablement délivré à cet effet par l'une des parties. Le mandat peut avoir un caractère exclusif ou non. Si 85 % des ventes sont réalisées avec des mandats simples, la vente avec un mandat exclusif est plus rapide.

### Pour en savoir plus :

- DROIT-FINANCES. « [Agent immobilier : mandat exclusif et mandat simple](#) », article publié en juin 2020.
- SE LOGER. « [Vendre avec une agence immobilière : quel mandat choisir ?](#) », article publié le 19/03/2019.
- WELMO. « [Ce que vous devez savoir sur le mandat exclusif](#) », article mis à jour le 01/08/2018.

Il existe un pot commun de mandats exclusifs, le [fichier Amepi](#), qui est un outil accélérateur de prise de mandats exclusifs entre les professionnels qui l'utilisent. Le principe est simple : chaque agent ayant rentré un mandat exclusif en reste propriétaire, mais le partage sur un fichier informatique avec ses confrères. Soit il réalise lui-même la transaction et empoche l'intégralité de la commission, soit c'est un autre agent qui finalise la vente et, dans ce cas, la commission est partagée en deux parts égales (parfois à 60 % et 40 % dans les marchés les plus tendus). Il existe également des outils informatiques intelligents et dynamiques : [Tissot](#) ou [Modelo](#) pour éditer des formulaires juridiques immobiliers.

L'avant-contrat de vente peut être réalisé chez le notaire ou à l'agence. L'agence peut en profiter pour obtenir une simulation de la banque de l'acquéreur et faire relire cet avant-projet par les notaires des deux parties.

## Mentions, affiches et documents obligatoires

- Sur tous les documents, contrats et correspondances doivent figurer, notamment, le numéro et le lieu de délivrance de la carte professionnelle, le nom ou la raison sociale et l'adresse de l'entreprise ainsi que l'activité exercée, le nom et l'adresse du garant.
- Dans les lieux où la clientèle est reçue, une affiche indique le numéro de la carte professionnelle, le montant de la garantie, la dénomination et l'adresse du cosignataire ou du garant ainsi que l'établissement de crédit et le numéro du compte où doivent être effectués les versements et remises ainsi que les modes obligatoires de versement.

# RÈGLES DE LA PROFESSION

- À l'entrée de l'établissement, sont affichés : les prix des prestations TTC et à qui incombe le paiement de la rémunération. Si l'agence dispose d'un accès indépendant à partir de la voie publique ou d'une vitrine, ces informations doivent y être également affichées de façon visible.
- Les agents immobiliers ont l'obligation de tenir plusieurs registres reliés et cotés sans discontinuité tels que le registre des mandats et le registre-répertoire.
- La carte professionnelle peut porter la ou les mentions suivantes : « Transactions sur immeubles et fonds de commerce », « Gestion immobilière », « Prestations touristiques » ou « Marchand de listes ». Néanmoins, cette dernière mention (« Marchand de listes ») est exclusive des autres. Dans le cas où plusieurs activités sont exercées, il est donc nécessaire de détenir une autre carte portant la ou les mentions correspondantes.

Source : [Arrêté du 16 mars 2006](#) établissant le modèle des cartes professionnelles.

## Chasseurs d'appartement

Les personnes exerçant l'activité dite de « chasseur d'appartement » doivent obtenir la carte professionnelle et respecter la réglementation des agents immobiliers (loi Alur). Ils sont au service de l'acheteur n'ayant pas le temps de prospecter. Cette activité est soumise à la loi Hoguet.

**Pour en savoir plus :**

- [Fédération française des chasseurs immobiliers.](#)
- [Fédération nationale des chasseurs immobiliers.](#)

## Marchands de liste

La [loi n° 94-624](#) du 21 juillet 1994 relative à l'habitat impose aux marchands de liste la possession de la carte professionnelle (après avoir justifié de leurs compétences, moralité, assurance de RCP et garantie financière). Les marchands de liste disposent d'une carte portant la mention spécifique de leur activité. Leurs obligations sont renforcées : ils ne peuvent recevoir aucune somme d'argent préalablement à l'exécution parfaite de leurs obligations (fournir effectivement les listes ou les fichiers contractuellement prévus).

Source : [Ordonnance n° 2004-634](#) du 1<sup>er</sup> juillet 2004 relative à l'entremise et à la gestion des immeubles et fonds de commerce.

## Petites annonces immobilières

Ne sont pas soumis à la loi du 2 janvier 1970, l'éditeur de revue ou de journal qui se contente de vendre des espaces pour annonces immobilières sans faire aucune démarche en vue de rapprocher des vendeurs et des acheteurs.

Sources :

- HAAS AVOCATS. « [La loi Hoguet ne s'applique pas à l'éditeur d'un site Web d'annonces immobilières](#) », article en ligne.
- LEXING. « [La publication d'annonces immobilières en ligne et la loi Hoguet](#) », article mis à jour le 17/08/2015.

Par un arrêt du 19 février 2009 de la Cour d'appel de Dijon, il a été établi que l'activité professionnelle d'un éditeur d'annonces immobilières sur Internet ne peut être considérée comme un exercice illégal de la profession d'agent immobilier alors même qu'il n'est pas détenteur de la carte professionnelle.

L'activité qui consiste uniquement à diffuser des annonces entre particuliers, moyennant rémunération, sans intervenir dans les relations entre les auteurs des annonces et les personnes intéressées, n'équivaut

pas à une activité d'entremise en matière de ventes immobilières. Tout au plus, elle peut s'analyser en une vente de listes ou de fichiers, mais cette activité est libre lorsqu'elle est exercée par voie de presse et notamment par Internet.

## Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT)

L'immobilier est un secteur à risque pour le blanchiment de l'argent sale et objet d'activités criminelles déstabilisatrices de l'économie.

La [directive européenne du 26 octobre 2005](#) donne une définition précise et large du blanchiment. Elle prévoit une obligation de vigilance de l'agent immobilier à l'égard de sa clientèle et énumère les mesures de vigilance à prendre.

Actuellement (articles L.561-1 et suivants du Code monétaire et financier), l'agent immobilier est soumis à une déclaration de soupçons auprès de la cellule de renseignements financiers [Tracfin](#), avec qui il doit coopérer. Il existe [un guide](#) rédigé par Tracfin et la DGCCRF concernant cette réglementation et paru en novembre 2018.

Les intermédiaires immobiliers qui font une déclaration de soupçon (de bonne foi) bénéficient des mêmes immunités que les organismes financiers, et ne peuvent faire l'objet de poursuites sur le fondement des [articles 226-13](#) et [226-14](#) du Code pénal ni d'une action en responsabilité civile.

L'[ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 2016](#) renforce la lutte contre le blanchiment des capitaux.

## Règlement général de la propriété des données (RGPD)

L'agent immobilier doit lui aussi appliquer le Règlement général de la propriété des données (RGPD) qui vise à la protection de la vie privée en régulant les conditions d'usage des données personnelles par des tiers. Ainsi, la gestion de fichiers clients obéit à des règles déontologiques. Il est interdit de collecter et de stocker des données à caractère personnel qui ne sont pas directement utiles à l'exercice de la profession.

### Pour en savoir plus :

- BPIFRANCE CRÉATION. « [Se mettre en conformité avec le RGPD \(Cnil\)](#) », article en ligne.
- BPIFRANCE LE LAB, CNIL. « [Guide pratique de sensibilisation au RGPD pour les PME](#) », 2018.
- CNIL. « [RGPD : par où commencer ?](#) », article publié en 2018.
- JOURNAL DE L'AGENCE. « [Comment vous conformer au RGPD en 6 étapes concrètes ?](#) », article publié le 15/02/2018.

## Démarchage à domicile

Les agents immobiliers qui pratiquent la vente à domicile doivent respecter les dispositions des [articles L.121-21 et suivants](#) du Code de la consommation octroyant au consommateur un délai de rétractation de 14 jours. Le texte s'applique de manière générale, même si la démarche du prestataire a été sollicitée par le client. Il a une portée absolue. La Cour de cassation considère que le non-respect de ce formalisme est sanctionné par la nullité relative de la convention litigieuse et, partant, le non-versement de la commission.

Des sanctions pénales sont également encourues : une peine d'emprisonnement d'un an et/ou une amende de 3 750 €.

## Dossier de diagnostic technique (DDT)

Depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2007, l'[article L.271-4](#) du Code de la construction et de l'habitation oblige le vendeur à fournir à l'acquéreur un Dossier de diagnostic technique (DDT) en cas de vente de tout ou partie d'un immeuble bâti. Le certificat Carrez qui impose d'indiquer la surface d'un lot de copropriété dans l'avant-contrat de vente est toujours applicable, mais ne fait pas partie du DDT.

En vertu de son obligation de conseil, l'agent immobilier doit informer ses clients de la nécessité d'effectuer ces constats techniques dans les immeubles qu'il est chargé de vendre, de louer ou de gérer ; à défaut, sa responsabilité risque d'être engagée.

Ces tâches très techniques sont confiées à des prestataires extérieurs, les diagnostiqueurs immobiliers.

### Pour en savoir plus :

- ➔ BPIFRANCE CRÉATION. « [Devenir diagnostiqueur immobilier](#) », collection Dossier Projecteurs, février 2020.

De plus, depuis 2011, les petites annonces immobilières (visibles dans les vitrines des agences et dans des catalogues) doivent afficher la performance énergétique des biens mis en vente ou en location, qui est déterminé à l'issue d'un diagnostic spécifique : le **Diagnostic de performance énergétique (DPE)**.

## Contrôles

Les agences sont contrôlées par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et par différentes associations de consommateurs.

Les pratiques commerciales des agences immobilières sur Internet ont un fort taux d'anomalies, un phénomène déjà constaté en 2014 par la DGCCRF.

Selon une enquête publiée en mars 2015 par l'association Consommation logement cadre de vie (CLCV), sur les 76 % des agences qui affichaient leurs honoraires, 42 % d'entre elles ne les respecteraient pas.

En mars 2016, l'UFC Que choisir pointait la persistance des manquements des agents immobiliers face à la location, et ce malgré l'adoption de la loi Alur : opacité des honoraires, non-respect de leur plafonnement, DPE parfois inexistant, dossier de location établi avec des documents non conformes...

Sources :

- CLCV. « [Plafonnement des honoraires de location loi Alur : 42 % de non-respect](#) », article mis à jour le 01/04/2015.
- DGCCRF. « [Que contrôlent les DDCCRF dans une agence immobilière « transactions » ?](#) », article publié le 07/12/2016.
- DOSSIER FAMILIAL. « [Agences immobilières : les consommateurs sont mal informés](#) », article publié le 13/02/2018.
- UFC QUE CHOISIR. « [Accès à la location : 400 agences immobilières mises en demeure !](#) », article publié le 21/03/2016.

## Sanctions

Le fait de se livrer ou de prêter son concours, d'une manière habituelle, même à titre accessoire, à des opérations entrant dans le champ d'application de la loi sans être titulaire de la carte professionnelle est puni d'une amende de 7 500 € et de six mois d'emprisonnement.

Est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende le fait de recevoir ou de détenir, à quelque titre et de quelque manière que ce soit, à l'occasion d'une transaction, des sommes d'argent, biens, effets ou valeurs quelconques :

- en l'absence de carte professionnelle, d'assurance RCP et/ou de garantie financière ;
- ou en ne respectant pas les formalités de tenue des registres et de délivrance de reçus, ainsi que les autres obligations découlant du mandat ([article 16](#) de la loi n° 70-9 du 2 janvier 1970).



# RÈGLES DE LA PROFESSION

Est puni des mêmes sanctions le fait d'exiger ou d'accepter des sommes d'argent, biens, effets, ou valeurs quelconques sans détention d'un mandat.

## Les règles d'or à respecter pour garantir la conformité de vos pratiques à la législation :

- Afficher les honoraires et s'y tenir.
- Vérifier les propos des vendeurs.
- Garder la carte professionnelle à portée de main.
- Afficher la garantie professionnelle.
- Inscrire tous les biens proposés dans le registre des mandats.
- Indiquer les prix TTC, honoraires inclus.
- Indiquer qui doit payer les honoraires (vendeur ou acquéreur).
- Renseigner correctement les portails Internet.
- Solliciter son organisation professionnelle.
- Payer ses amendes rubis sur l'ongle.
- Pratiquer la transparence.
- Afficher les DPE (diagnostic de performance énergétique).

Source : JOURNAL DE L'AGENCE. « [10 règles d'or pour ne pas être accusé de pratiques abusives](#) », article publié le 26/01/2008 (toujours d'actualité).

Il faut ajouter : **se tenir au courant des dispositions réglementaires qui changent souvent** dans la profession et qui peuvent mettre en cause la réputation de l'agence !

## Statut de l'entrepreneur

L'activité d'agent immobilier est une activité commerciale : il doit donc demander son immatriculation au Registre du commerce et des sociétés (RCS). Il relève, de fait, de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) qui est son centre de formalité des entreprises (CFE) de référence.

### Pour en savoir plus :

- ➔ Rubrique « [Vérifier la nature de mon activité](#) » sur le site de Bpifrance Création pour connaître le CFE compétent.

L'agent commercial est tenu de s'inscrire au Registre spécial des agents commerciaux (RSAC) tenu par le greffe du Tribunal de commerce dans le ressort duquel il est domicilié, qui lui délivre un numéro d'inscription. Il doit effectuer certaines formalités dont celle de remplir le [formulaire 13847\\*08](#) de « Déclaration de début d'activité – Agent commercial (ACO) ».

Sources :

- CPFAC. « [Comment devenir agent commercial immobilier ?](#) », article publié le 07/01/2019.
- CPFAC. « [Comment s'inscrire sur le Registre spécial des agents commerciaux \(RSAC\) ?](#) », article publié le 02/01/2019.



## Organismes sociaux

L'agent immobilier qui a le statut de non-salarié doit obligatoirement cotiser à trois caisses pour couvrir les risques liés à la vieillesse, la famille ou la maladie. Il existe un organisme fédérateur, la **Sécurité sociale des indépendants** (ex-RSI), qui est intégrée au régime général de la Sécurité sociale depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020.

## Structure juridique

La forme juridique la plus couramment choisie par les porteurs de projet est celle d'entreprise individuelle. Viennent ensuite les immatriculations sous le régime du micro-entrepreneur, loin devant la forme sociétaire par action (unipersonnelle ou pluripersonnelle).

### STRUCTURE JURIDIQUE CHOISIE PAR LES NOUVEAUX CHEFS D'ENTREPRISE EN 2019

ENTREPRISES INDIVIDUELLES	MICRO-ENTREPRENEURS	EURL	SARL	SAS	SASU	DIVERS*
8 953	5 523	402	559	1 094	1 159	43

\* Associations, fondations, collectivités territoriales, organisations professionnelles.

Champ : France entière, entreprises créées en 2019 relevant du secteur NAF 68.31Z « Agences immobilières » qui inclut aussi les mandataires immobiliers immatriculés sous ce code NAF.

Source : Insee.

#### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Que dois-je savoir avant de choisir un statut juridique](#) » sur le site de Bpifrance Création (détail des différentes structures juridiques, calcul des cotisations sociales, aspects sociaux et fiscaux, etc. de la création d'entreprise).

## Micro-entrepreneur (ex-auto-entrepreneur)

L'activité d'agent immobilier, soumise au régime de la TVA immobilière, ne peut être exercée sous le régime de la micro-entreprise (ex-régime de l'auto-entrepreneur mis en place le 1<sup>er</sup> janvier 2009 par la loi de modernisation de l'économie ou LME).

#### Pour en savoir plus :

- Rubrique « [Quelles activités peuvent être créées sous le régime micro-entrepreneur](#) » sur le site de Bpifrance Création, janvier 2020.

Un agent ou mandataire immobilier peut, quant à lui, bénéficier des régimes fiscaux et sociaux de la micro-entreprise dans le cadre de son immatriculation au régime du micro-entrepreneur (ex-régime de l'auto-entrepreneur) qui s'appuie sur la loi Pinel du 18 juin 2014. Ce régime implique obligatoirement

# RÈGLES DE LA PROFESSION

le régime micro-social (mode de calcul et de paiement des charges ultra simplifié). Il implique aussi le régime fiscal de la micro-entreprise, sauf option pour le régime du versement fiscal libératoire lorsque certaines conditions sont respectées.

Source : BPIFRANCE CRÉATION. « [Quelle est la fiscalité applicable au micro-entrepreneur](#) », janvier 2020.

Dans ce cas, s'il veut être inscrit au régime de la micro-entreprise, l'agent commercial devra impérativement procéder à son immatriculation auprès du Registre spécial des agents commerciaux ([RSAC](#)) tenu par le greffe du Tribunal de commerce. Ce régime n'est pas forcément adapté à tous les projets : il rend impossible, notamment, la déduction des charges réelles et la récupération de la TVA.

Le mandataire peut aussi adopter un autre statut juridique comme celui de l'EIRL.

Source : SEXTANT. « [Mandataire immobilier : à quelle fiscalité est soumis mon statut ?](#) », article en ligne.

## Pour en savoir plus :

- Rubriques « [Le micro-entrepreneur ou auto-entrepreneur](#) » et « [Les numéros d'identification des entreprises](#) » sur le site de Bpifrance Création.

## Régime fiscal - TVA

L'activité d'agent immobilier étant une activité commerciale par assimilation, elle est rattachée sur le plan fiscal au régime des bénéfices industriels et commerciaux (BIC).

Selon la structure juridique choisie, le bénéfice relèvera soit du régime de l'impôt sur le revenu (IR), soit de l'impôt sur les sociétés (IS). Il peut aussi bénéficier du régime fiscal de la micro-entreprise (voir la rubrique précédente).

La TVA sur les honoraires est de 20 %.

## Quelques références juridiques

- DALLOZ. « [L'agent immobilier 2020/21](#) », 20<sup>e</sup> édition, septembre 2019.
- DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES (DGCCRF). « [L'agent immobilier](#) », Fiches pratiques, novembre 2018.
- ÉDITIONS FRANCIS LEFEBVRE. Rubrique « [Au cœur du droit immobilier](#) ».
- JURIS HEBDO. « [La lettre du droit pour les professionnels de l'immobilier](#) ».

**7.**

**CONTACTS  
ET SOURCES  
D'INFORMATION**

# CONTACTS

## ET SOURCES D'INFORMATION

---

### Institutionnel

- **Conseil national de la transaction et de la gestion immobilière (CNTGI)** au Ministère de la Cohésion des Territoires et des Relations avec les Collectivités territoriales.  
Créée en 2014 par la loi Alur, cette instance a un rôle consultatif sur les nouveaux textes réglementaires relatifs aux opérations immobilières.

### Organismes professionnels

#### Pourquoi adhérer à un organisme professionnel ?

---

Pour rompre son isolement, être tenu au courant des évolutions de sa profession, se constituer un réseau, participer aux congrès annuels, obtenir des conseils juridiques, recevoir une assistance administrative, suivre une formation, etc. Les services offerts sont nombreux et généralement mis en valeur sur le site Internet de ces organismes.

La procédure d'affiliation diffère beaucoup d'un organisme à l'autre. Il en est de même des coûts : certaines adhésions sont gratuites, d'autres payantes, en fonction des revenus ou du chiffre d'affaires. Des tarifs spéciaux sont parfois prévus pour les nouveaux adhérents en phase de création. Certains organismes n'acceptent pas les créateurs et réservent leurs services aux entreprises ayant une certaine ancienneté.

#### Les principaux organismes professionnels et fédérations

---

- **Fédération nationale de l'immobilier (Fnaim)**  
Cette fédération représentative des professionnels de l'immobilier est amenée à dialoguer avec les instances nationales et européennes sur tous les sujets susceptibles d'avoir des implications décisives dans la pratique des métiers de l'immobilier et la politique du logement. Elle revendique la place de premier syndicat français des métiers de l'immobilier.
- **Syndicat national des professionnels de l'immobilier (SNPI)**  
Ce syndicat est consacré à la défense des intérêts de ses adhérents, agents immobiliers, administrateurs de biens, syndics de copropriété, experts immobiliers ou négociateurs immobiliers et fait partie des interlocuteurs de référence auprès des instances de décisions nationales et européennes. Il accompagne plus de 8 300 entreprises.
- **Union des syndicats de l'immobilier (Unis)**  
Cet organisme professionnel représente tous les métiers du secteur, y compris les promoteurs-rénovateurs. Il compte 2 200 entreprises adhérentes (indépendants, réseaux et groupes) à travers toute la France. Il collabore auprès des pouvoirs publics et siège au sein des principales instances dont le CNTGI.

## Ouvrages, rapports et études

- BUSINESSCOOT. « **Le marché des agences immobilières en France** », collection Construction et bâtiment, 2 mars 2020.
- FRANCE STRATÉGIE. « **La révolution numérique et le marché du logement** », dossier publié le 29 novembre 2016.
- LARCENEUX Fabrice, PARENT Hervé. « **Marketing de l'immobilier** », 3<sup>e</sup> édition, Dunod, juillet 2018.
- RICS. « **Innovations et nouvelles stratégies immobilières** », Édition 64, août 2018.
- RIVATON Robin. « **L'immobilier demain** », 2<sup>e</sup> édition, Dunod, février 2020.
- XERFI. « **Les agences immobilières pour particuliers** », collection Xerfi France, février 2020.

## Salons et manifestations

- **Congrès de la Fnaim**, tous les ans, Paris.
- **Mapic**, salon international annuel de l'immobilier commercial, Cannes.
- **Mipim**, marché international annuel des professionnels de l'immobilier, Cannes.
- **Rent**, salon annuel dédié aux innovations pour les professionnels de l'immobilier, Paris.
- **Salon national de l'immobilier**, Paris et régions françaises.

## Revues

- **Journal de l'agence**, magazine trimestriel et ses **tutos** en vidéo.
- **L'Actualité immobilière**, revue mensuelle et juridique de la Socaf.
- **Mon immeuble**, média indépendant en matière de copropriété et d'immobilier.
- **Zepros**, journaux gratuits pour les professionnels de l'immobilier et de la construction.

Les organismes professionnels proposent aussi des informations sur l'immobilier et la conjoncture, sur abonnement ou sur leur site.

## Annuaire – Sites Internet

- Annuaire des agences immobilières chez **Seloger.com** ou chez **LogicImmo.com**.

Il existe plusieurs sites Internet avec des informations destinées aux créateurs d'entreprise immobilière :

- Le blog de Netty « **Ouvrir une agence immobilière** » (articles divers publiés depuis 2019).
- Site « **Ouvrir son agence immobilière** » géré par la Fnaim.
- Site « **Je crée mon agence en 4 étapes** », un service du groupe Galian, spécialiste de la garantie financière.
- Veille sectorielle « **Devenir agent immobilier et créer son agence immobilière** » par Immobilier 2.0.



[www.bpifrance-creation.fr](http://www.bpifrance-creation.fr)



<https://twitter.com/bpifrancecrea>



<https://www.linkedin.com/company/bpifrance>

**bpifrance**

**CRÉATION**

**CE DOSSIER EST VENDU DANS LA LIBRAIRIE DE BPIFRANCE CRÉATION**

Prix : 16 € TTC

ISBN : 978-2-38076-013-2