

AGENCE IMMOBILIÈRE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

| COMPÉTENCES  | SPÉCIFICITÉS  | VIE PRIVÉE  |
|--|--|---|
| Qualification professionnelle  | Poids des investissements  | Niveau de rémunération  |
| Aptitudes commerciales  | Importance de la qualité de l'emplacement  | Degré des contraintes horaires  |
| Maîtrise de la gestion  | Intensité de la concurrence  | Facilité de remplacement  |

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| LE MARCHÉ DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE | 2 |
| LA RÉGLEMENTATION DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE | 5 |
| L'ACTIVITÉ DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE | 8 |
| LES POINTS DE VIGILANCE DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE | 11 |
| EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR | 13 |

LE MARCHÉ DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE

Amorcée mi-2015, la reprise du marché de l'immobilier s'est accélérée en 2016 et le volume des transactions a fortement progressé (964 000 transactions dans l'ancien en 2017, 970 000 en 2018).

D'une part, la capacité d'emprunt des ménages et des investisseurs immobiliers augmente sous l'effet de la faiblesse des taux d'intérêt. D'autre part, l'instauration du dispositif Pinel stimule les investissements locatifs, dont l'attrait est renforcé par le faible rendement des placements financiers. Enfin, la demande en biens immobiliers est aussi portée par les primo-accédants qui bénéficient de conditions de financement favorables (prêt à taux zéro).

Sur le plan structurel, la loi pour l'accès au logement et un urbanisme rénové (loi ALUR 2014-366 du 24 mars 2014) a conduit à une profonde réforme de la profession : obligation de justifier de compétences professionnelles pour le professionnel et ses collaborateurs, obligation de formation continue, mise en place d'un conseil national de la transaction et de la gestion immobilière, transparence des pratiques, etc.

Malgré un encadrement plus strict de l'accès à la profession, les acteurs traditionnels du secteur sont confrontés à la concurrence grandissante des réseaux de mandataires (Safti, Capi France, Optimhome) dont le nombre a doublé ces cinq dernières années. En développant leur activité exclusivement sur Internet, les mandataires sont en mesure de proposer des taux de commissions très attractifs avec lesquels les réseaux traditionnels peinent à rivaliser.

Dans ce contexte les professionnels tendent à rejoindre les réseaux sous enseigne, à se diversifier (administration de biens, gestion locative) et à proposer des services innovants pour se démarquer de leurs concurrents.

Tendances

La bonne tenue du marché de l'immobilier se confirmera et les volumes des transactions se maintiendront à un niveau élevé.

Les mesures gouvernementales annoncées dans le cadre du plan « logement » devraient contribuer à soutenir l'activité des professionnels du secteur (développement de l'accès à la propriété, prolongation des dispositifs d'incitations fiscales à l'investissement locatif, création d'un bail mobilité, etc.)

A plus long terme, l'image de la profession sera valorisée par le renforcement des contrôles de la déontologie professionnelle, mais aussi par la complexification de la législation qui nécessitera une expertise de plus en plus importante.

L'organisation du marché

- **Les agences indépendantes non rattachées à un réseau sous enseigne** : elles sont très largement majoritaires. Une sur quatre est adhérente à la FNAIM, qui propose un label de qualité et apporte un soutien commercial à ses adhérents (publicité, marketing,...).

Plus des 2/3 des entreprises du secteur n'emploient aucun salarié.

- **Les réseaux sous enseigne** : ils représentent 1/4 des entreprises du secteur et captent 35 à 40% du chiffre d'affaires du secteur. Les principaux leaders sont : Orpi (1 250 unités), Century 21 (850 unités) , Laforêt Immobilier (750 unités), Guy Hoquet l'Immobilier (500 unités), etc.

- **Les mandataires immobiliers** : ces indépendants ne travaillent que sur Internet. Ils bénéficient de la puissance d'achat de leurs réseaux en matière d'espaces publicitaires (sites immobiliers dédiés aux professionnels). Supportant moins de charges que les réseaux classiques (pas d'agence physique), ils sont en mesure de proposer des taux de commission attractifs.

Les réseaux de mandataires se sont beaucoup développés ces dernières années (Safti, Capi France, Optimhome, etc.). Les 10 000 mandataires qui exercent dans l'hexagone captent 5 à 10% du marché.

| | | AGENCE IMMOBILIÈRE |
|---|------|---------------------------|
| NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR | 2017 | 66 420 ⁽¹⁾ |
| | 2016 | 10,616 Md€ ⁽²⁾ |
| CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros) | 2018 | 139,3 ⁽³⁾ |
| | 2017 | 127,7 |
| ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2015) | 2016 | 111,8 |
| | 2015 | 100,0 |
| | 2014 | 92,1 |
| | 2013 | 91,7 |
| | 2012 | 95,5 |
| | 2011 | 99,7 |
| | 2010 | 94,9 |

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2017 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre 2017.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique.

Les aptitudes professionnelles

L'agent immobilier doit être un excellent commercial, capable de répondre rapidement à une offre ou à une demande. Il doit être très rigoureux, organisé et très disponible (soirées et week-end). Des connaissances juridiques (droit de la propriété, droit des contrats...) sont indispensables.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

La loi Hoguet du 2 janvier 1970 (no 70-9), modifiée par le décret du 29 juin 1995, puis par la loi 2014-366 du 24 mars 2014 (dite loi ALUR), réglemente l'accès à la profession. Il faut être titulaire d'une carte professionnelle qui porte mention des opérations autorisées (transactions sur immeubles, fonds de commerce et/ou gestion immobilière). Pour obtenir cette carte, le professionnel doit justifier du niveau d'étude ou d'expérience suffisant : soit un niveau bac + 3 dans les domaines juridiques, économiques ou commerciaux, soit un baccalauréat et 3 ans d'expérience professionnelle en tant que salarié dans le secteur, soit 10 ans d'expérience professionnelle dans le secteur, ou encore, être titulaire du BTS des professions immobilières.

Depuis le 1er juillet 2015, la délivrance des cartes professionnelles est du ressort des CCI. Elles doivent être renouvelées tous les trois ans (et non plus tous les 10 ans). A compter du 1er avril 2016, les professionnels de l'immobilier doivent suivre une formation continue d'une durée minimale de 14 heures par an pour obtenir le renouvellement de leur carte (décret n°2016-173 du 18 février 2016 relatif à la formation continue des professionnels de l'immobilier).

Le professionnel doit en outre posséder des garanties financières minimums s'il détient ou manie des fonds : 110 000 euros, 30 000 euros les deux premières années (120 K€ si le professionnel est garanti par la société de caution mutuelle Galian). En cas d'exercice de plusieurs activités immobilières, la garantie financière souscrite doit couvrir chacune de ces activités.

L'inscription au registre du commerce et des sociétés est obligatoire.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

La loi ALUR du 24 mars 2014 encadre les frais d'agence liés à la location : les honoraires restent libres mais sont à la charge exclusive des bailleurs à l'exception des prestations qui bénéficient aux locataires (visite, constitution de son dossier, rédaction du bail, réalisation de l'état des lieux) dont les coûts peuvent être mis pour moitié à la charge du locataire mais sont plafonnés (décret 2014-890 du 1er août 2014).

La loi ALUR fixe de nouvelles obligations en matière d'informations dans les annonces immobilières (indiquer si le bien en vente se situe en copropriété, le nombre de lots au sein de la copropriété, le montant moyen annuel des charges, préciser si une procédure d'alerte ou de redressement du syndicat est en cours). Les honoraires de l'agence, à la charge de l'acquéreur, doivent être indiqués en pourcentage du prix de vente (sauf pour les fonds de commerce).

Pour prendre en charge une transaction, l'agent immobilier doit justifier d'un mandat écrit de vente l'autorisant à négocier, qui peut être simple (le client confie son bien à plusieurs agences), exclusif (le client ne confie son bien qu'à une seule agence mais peut lui même traiter directement avec son futur acheteur) ou exclusif absolu (seule une agence peut vendre le bien). Chaque mandat doit être inscrit dans un registre.

Le professionnel doit obligatoirement souscrire à une assurance responsabilité civile professionnelle. La limite de la garantie ne peut être inférieure à 76 224,51 € par an et les franchises ne peuvent excéder 10% des indemnités dues.

Enfin, la loi ALUR prévoit que les marchands de liste doivent avoir l'exclusivité des logements proposés sur les listes qu'ils vendent.

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE

L'installation

L'investissement de départ étant faible, les créations sont très nombreuses. Le local (40 à 60 m²) doit être bien situé, avec une large vitrine proposant une grande gamme de produits. La principale difficulté du créateur est de se constituer un fichier de produits et d'acquéreurs.

Les investissements

Les équipements sont restreints et ne nécessitent pas de gros investissements. L'agence doit être équipée d'un matériel informatique performant, avec logiciels de gestion spécifiques à la profession. Seuls les véhicules professionnels nécessitent un financement tous les 4 à 5 ans.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel suit son compte de gestion (loyers, commissions sur loyers, qui génèrent un chiffre d'affaires récurrent) et son compte de transactions s'il détient des fonds au titre de tiers. Il suit de très près son fichier client, en veillant surtout à ce que les mandats d'exclusivité soient suffisamment nombreux pour qu'il puisse proposer une gamme de produits différenciés aux acquéreurs. Il affecte ses dépenses de publicité en priorité aux mandats d'exclusivité, puisqu'il a l'assurance d'effectuer seul la vente.

Les recettes de l'activité

Le montant de la commission est fixé librement après accord avec le vendeur. Elle est constituée par un pourcentage du prix de vente (3 à 10% selon

l'importance de la transaction) ou par un montant forfaitaire. Les commissions sont payées par l'acquéreur et déduites du prix de vente. La gestion locative, qui représente 10 à 40% des recettes, est rémunérée sous forme de "frais d'agence" et de frais de gestion.

Les charges à surveiller

Dans les petites agences, les frais de publicité constituent la principale charge. Le contexte de ralentissement de l'activité rend nécessaire une gestion rigoureuse des charges de personnel. Les loyers et les frais de déplacement doivent aussi être parfaitement maîtrisés.

La maîtrise du résultat

Dans les petites agences, surtout spécialisées dans la transaction, le résultat est très aléatoire. Il dépend de quelques opérations qui se dénouent favorablement ou non. Dans les agences plus importantes, le chiffre d'affaires étant plus stable, le résultat dépend surtout de la capacité à maîtriser les charges de personnel et les frais de publicité.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

En phase d'installation, les capitaux propres doivent financer le besoin en fonds de roulement sur 6 à 8 mois, du fait de la lenteur du démarrage d'activité. Les besoins en trésorerie sont fréquents, même en phase de développement, du fait du mode de rémunération (versement des honoraires chez le notaire au terme de la vente). Ils doivent être financés en grande partie sur les fonds de roulement.

| | | AGENCE IMMOBILIÈRE |
|--|--|--------------------------|
| EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION | 2018 | 14 738 ⁽¹⁾ |
| | 2017 | 11 852 |
| | 2016 | 9 849 |
| | 2015 | 9 849 |
| | 2014 | 8 887 |
| | 2013 | 9 145 |
| | 2012 | 7 015 |
| | 2011 | 8 145 |
| | 2010 | 8 902 |
| | LES RATIOS DE GESTION CLEFS | Chiffre d'affaires moyen |
| Marge brute | | 99,59 % |
| Excédent brut d'exploitation | | 34,52 % |
| Rotation des stocks | | 2 jours |
| Crédit clients | | 25 jours |
| Crédits fournisseurs | | 69 jours |
| Besoin en fonds de roulement | | 1 jour |

⁽¹⁾ Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾ Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

Les principales difficultés du métier

Le secteur des agences immobilières est très sensible à la conjoncture économique et aux évolutions réglementaires et fiscales.

• L'intensité de la concurrence

Le nombre élevé d'agences conjugué à la concurrence des professions connexes renforce les pressions concurrentielles sur les indépendants isolés. Le maillage territorial des réseaux ainsi que leurs politiques de développement d'offres packagées leur permettent de capter d'importantes parts de marché.

• La maîtrise des coûts publicitaires

De mauvaises cibles et des supports publicitaires mal choisis constituent un facteur de risque important, surtout pour les petites agences.

• La gestion de la trésorerie

Le besoin en fonds de roulement est difficile à maîtriser dans la mesure où les recettes sont aléatoires sur les transactions et ne sont versées qu'au moment de la signature de l'acte de vente.

• Le manque de capitaux propres

Beaucoup de professionnels sont attirés par cette activité du fait des faibles investissements initiaux. Disposant de peu d'apport personnel, ils ne peuvent pas faire face aux premiers mois d'activité qui génèrent peu de recettes.

Dans ce contexte, les agences les plus performantes sont celles qui ont “pignon sur rue”, du fait de leur emplacement de premier choix, de leur notoriété et de l’expertise de l’agent immobilier.

| | | |
|---|------------------------|-----------------------|
| TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES | Activités immobilières | 56,8 % ⁽¹⁾ |
| | Moyenne tous secteurs | 60,4 % |

⁽¹⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

Les principales organisations professionnelles

FNAIM

Fédération Nationale de l'Immobilier
129 rue du Faubourg St Honoré - 75008 Paris
Tel : 01 44 20 77 00
<http://www.fnaim.fr>

SNPI

Syndicat National des Professionnels de l'Immobilier
26 avenue Victor Hugo - 75116 Paris
Tel : 01 53 64 91 91
<http://www.snpi.com>

La presse spécialisée

Le journal de l'Agence

<http://www.journaldelagence.com>