



Le bon marché est-il trop cher ou pas assez ?

Courtage immobilier « à la carte »

Le courtage immobilier, comme d'autres métiers, est en voie d'«ubérisation». De nouveaux acteurs adeptes de technologies complètent depuis peu le modèle traditionnel du courtage, basé sur une commission au pourcentage. Révolution ou effet de mode ?



«L'idée de ce modèle «low cost» est de faire payer au propriétaire désirant vendre sa maison un forfait, qui dépend de la région où il vit.»



© Shutterstock

Le métier de courtier en immeubles n'est pas protégé en Suisse, même s'il est possible d'obtenir un brevet fédéral. Régulièrement, de nouveaux acteurs apparaissent, attirés par ce qu'ils croient être un métier facile et lucratif. Ils disparaissent assez rapidement, après avoir fait du tort à ceux qui l'exercent avec déontologie. Ceux-ci insistent sur les qualités requises: expérience, connaissance du terrain pour une estimation juste, mais aussi notions économiques, techniques, juridiques, carnet d'adresses bien rempli. Sans oublier l'entregent, la psychologie, et la neutralité affective quand il s'agit de vendre un bien que le client a imprégné de sa présence durant des années. Une bonne formation n'est donc pas négligeable! La section vaudoise de l'Union suisse des professionnels de l'immobilier (USPI) a introduit il y a une dizaine d'années un label de qualité de courtage qui met l'accent sur la transparence, la fidélité et la diligence. C'est donc avec une certaine inquiétude que certains professionnels voient arriver de nouveaux acteurs sur un marché pouvant s'avérer juteux.

Tout a commencé en 2012 en Angleterre avec la société Purplebricks, désormais cotée en bourse et qui a réalisé l'équivalent de 120 millions de

francs de chiffre d'affaires l'an dernier. L'idée de ce modèle «low cost» – qui a déjà fait ses preuves dans l'aviation, l'hôtellerie et les transports en taxi notamment – est de faire payer au propriétaire désirant vendre sa maison un forfait, qui dépend de la région où il vit. En économie, on appelle ce phénomène une disruption*.

LA SUISSE SUIT LE MOUVEMENT

En Suisse aussi, ce modèle se répand. Plusieurs sociétés ont vu le jour, au marketing plus ou moins agressif vis-à-vis du modèle traditionnel. Neho, «start-up» fondée par des diplômés de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) et HEC Lausanne, et lancée en février 2018, est une pionnière. Son idée est de jouer sur la transparence des services fournis et préférer un forfait de 7500 francs à la commission de 3 à 5% demandée d'habitude. Les 3000 premiers francs servent à payer l'évaluation du bien, la présentation numérique, la visite numérique

* En économie, la **disruption** désigne le bouleversement d'un marché sur lequel les positions sont établies avec une stratégie inédite. Théorisé dans les années 1990, le terme émerge dans les années 2010, alors que les nouvelles technologies facilitent son développement. (Wikipédia)

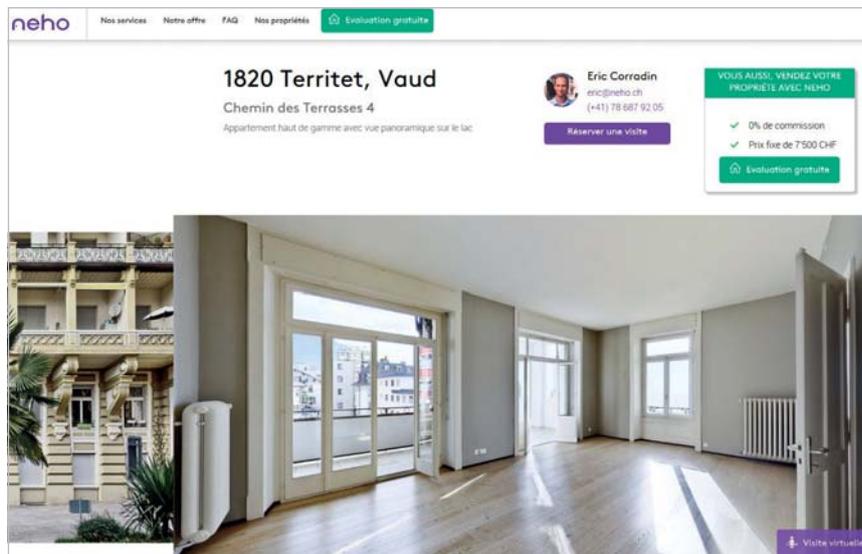


© Shutterstock



en 3D et la promotion sur les portails immobiliers. Le reste de la somme paie la gestion du dossier et tout le travail effectué jusqu'à la signature du contrat de vente devant notaire. Le client est invité s'il le désire à effectuer les visites lui-même s'il ne veut pas qu'elles s'ajoutent au forfait.

C'est ce système «à la carte», variable d'une société à l'autre, qui est novateur et fait grincer des dents certains professionnels. Certaines anciennes sociétés, comme la régie Galland à Lausanne, qui a 130 ans d'expérience, ont déjà adopté ce modèle «à la carte» pour ne pas rater le train en marche, mais tout en conservant parallèlement



Les clients de Neho bénéficient d'une plateforme digitale avec un suivi 24 h sur 24.



PATRICE GALLAND

leur modèle d'affaires habituel. «Depuis quelque temps, en Suisse romande, plusieurs sites étaient apparus, avec un argument principal: enfin, par la grâce du numérique, le propriétaire pourrait vendre son bien pour une bouchée de pain. Les médias leur ont donnés une forte audience. Nous avons recherché ce qui se faisait ailleurs, dans les pays européens notamment. C'était pour notre régie et notre équipe de courtiers une occasion d'essayer de sortir des sentiers battus, de développer en équipe un projet qui soit viable et qui pourrait, sans fausses promesses, satisfaire une nouvelle clientèle. Une régie comme la nôtre ne pouvait pas faire l'économie d'une telle réflexion qui s'inscrivait de surcroît en plein dans la digitalisation progressive de nos services», explique Patrice Galland.

«À LA CARTE» CHEZ GALLAND

«Notre approche a été de décortiquer complètement les phases de vente. De les répartir en quatre catégories et de les proposer à la carte: préparation de la vente, mise en vente, discussion avec les acheteurs potentiels et conclusion des conditions de la vente. Enfin, dernière phase, le passage devant le notaire et les démarches qui doivent le précéder pour éviter tout traquenard final.»

Est-ce qu'un client sait faire tout cela? «En examinant cette liste, on voit immédiatement que certaines phases requièrent des connaissances professionnelles et de l'expérience. C'est le cas notamment de l'estimation du bien, de l'organisation du CECB (Certificat Energétique Cantonal des Bâtiments), de la préparation et du contrôle de l'acte de vente, du décompte acheteur-vendeur, de démarches administratives diverses, dont la préparation de la déclaration d'imposition des gains immobiliers. Certains savent ou pensent maîtriser d'autres phases, comme la réalisation d'une plaquette de vente attractive et adéquate, la recherche de clients, l'accueil des personnes intéressées, la négociation avec les clients potentiels, etc. Nous laissons

nos clients choisir pour quelles prestations ils sollicitent notre aide. C'est cela l'aboutissement de notre réflexion et nous n'avons vu nulle part ailleurs une offre comparable. Chaque prestation est facturée pour elle-même sur une base forfaitaire.»

UN ROBOT NE PEUT PAS TOUT FAIRE...

Mais Patrice Galland estime qu'il n'est pas possible de digitaliser l'entier d'une démarche de courtage: «La capacité d'analyse et d'adaptation à l'évolution de la situation dans une vente requièrent, à notre sens et sans discussion, une maîtrise qu'aujourd'hui encore, et probablement pour un moment encore, aucun ordinateur ni robot ne saurait remplacer.» La régie lausannoise conserve sa clientèle traditionnelle, «habituée à des prestations professionnelles de qualité et qui nous fait confiance. Il s'agissait d'abord pour nous et notre service des ventes de conduire une réflexion sur l'évolution actuelle d'un secteur même si on ne sait pas aujourd'hui si et comment il se restructurera. Quoi qu'il en soit et quelles que puissent être par ailleurs nos conclusions, c'est une démarche vitale pour une PME de notre taille

que de faire le tour de la question et de se préparer intellectuellement au changement. Et nous ne le faisons pas uniquement dans le secteur des ventes. Ensuite, cela devait également nous permettre d'intéresser une clientèle qui pourrait être tentée de tester une vente non conventionnelle tout en étant consciente qu'il lui manque des connaissances indispensables pour maîtriser l'affaire de bout en bout avec suffisamment de garanties de ne pas se tromper sur un point ou sur un autre, ni se faire spolier.»

«ÉCONOMIQUEMENT MINCE MAIS ENCOURAGEANT»...

Quel est le bilan intermédiaire? «Quelques mandats ont été remplis, à la satisfaction de nouveaux clients et, disons-le aussi, de nos courtiers. Nous attendons par ailleurs quelques retours plus spécifiquement de la part de copropriétaires dans des immeubles que nous administrons. Economiquement parlant, c'est encore assez mince mais encourageant. Il s'avère en effet que notre clientèle, ayant le choix, préfère la version «all inclusive», plus sécurisante.»

Et l'avenir? «Nous n'en savons rien. Ces offres continueront d'exister. Quant à prévoir quelles parts de marché elles prendront, cela reste bien opaque. Nous comprenons bien que dans un pays de plusieurs millions de personnes, avec une forte proportion de propriétaires, et où le marché immobilier présente donc une certaine liquidité, cela puisse fonctionner. De ce point de vue et à notre sens, en Suisse romande, le marché n'est pas assez étoffé ni suffisamment fluide pour que de telles méthodes puissent rencontrer un vrai succès commercial.»

COURTAGE

Un savoir-faire gagnant et des présentations à la carte

Vous souhaitez vendre votre bien et gérer vous-même tout ou une partie des diverses procédures de vente ?
 Nos nouvelles solutions « Courtage by yourself » vous permettent d'effectuer les tâches de votre choix.
 La prestation « All Inclusive » vous permet toujours, et à tout moment, de nous confier la gestion complète de la vente de votre bien.

CHOISISSEZ VOTRE PACKAGE

	Do it yourself	Push	Contracting	All inclusive
1	Rencontre et entretien entre le courtier et le vendeur	■		■
2	Visite du bien à vendre	■		■
3	Signature du mandat « Courtage by yourself »	■		■
4	Estimation professionnelle sur place et immédiate, selon le marché actuel	■		■
5	Signature du mandat de courtage	■		■
6	Prise de photos de qualité	■		■
7	Rédaction et mise en page d'une notice de vente au prix défini par le vendeur	■		■
8	Remise au vendeur de la notice en format PDF	■		■
9	Organisation du CECB (le coût du CECB reste à charge du vendeur)	■		■
10	Envoi de la notice à une sélection de clients potentiellement intéressés (sur devis)		■	■
11	Recherche d'acquéreurs par Galland & Cie			■
12	Préparation et livraison de diverses annonces web, presse et divers			■
13	Mise en ligne sur des portails immobiliers			■
14	Traitement des demandes téléphoniques, Internet et autres			■
15	Organisation des visites			■
16	Conduite des négociations entre acheteurs et vendeur			■
17	Assistance et conseils aux acheteurs pour le financement			■
18	Commande de l'acte notarié		■	■
19	Contrôle de l'acte notarié avec explications au vendeur		■	■
20	Explication de l'acte à l'acheteur		■	■
21	Accompagnement du vendeur chez le notaire		■	■
22	Décompte acheteur/vendeur (excepté objet loué)		■	■
23	Déclaration du gain immobilier, en fortune privée		■	■

PRIX (+ TVA)

CHF 1'200.00
Déductible de All inclusive

CHF 50.00 par adresse

CHF 3'300.00

5% à 3%

Le modèle de courtage «à la carte» mis en place par la régie lausannoise Galland. © Galland



ERIC CORRADIN

«UN PRIX PLUS JUSTE»

Pas de doute chez Neho, qui fait partie du Groupe Delarive: «Notre société propose un service de courtage complet de A à Z, pour un forfait fixe. A la différence de certains modèles anglo-saxons, nous proposons sur le marché suisse un modèle hybride: nous avons des agents immobiliers physiques dans chaque région, qui se déplacent et conseillent nos clients et sont accompagnés d'une plateforme digitale. La majorité des solutions françaises équivalentes à la nôtre proposent souvent un accompagnement à distance par exemple», témoigne Eric Corradin, directeur général, qui a des arguments à faire valoir: «A l'heure ou plus



Le modèle de courtage au pourcentage ne fait plus sens si l'on compare le même travail effectué à Moudon (en photo ci-dessus) et Genève (photo du bas), selon Neho. © DR

de 95% des acheteurs effectuent leur recherche en ligne, le modèle du courtage au pourcentage ne fait plus de sens. Un appartement de 3,5 pièces à Moudon amène le même travail qu'un appartement de 3,5 pièces au centre de Genève. Pourtant, un courtier genevois touchera deux voire trois fois plus de commissions de courtage qu'un courtier sur Moudon. Nous avons également fait le choix d'un prix plus juste, à 7500 francs. Une commission

de 3% sur un prix moyen à 900 000 fr. en Suisse représente une facture finale pour le client vendeur d'environ 25 000 fr., alors que la prestation de courtage ne devrait pas durer plus de 40 heures. Grâce à la digitalisation (peu



© Shutterstock



de processus papier, automatisation administrative, pas de pignons-sur-rue aux centres-villes, etc.), nous sommes capables de faire baisser la charge au propriétaire sans lésiner sur la qualité du courtage et la vente au meilleur prix.»

«TRANSPARENCE TOTALE»

Pour Neho, ce système avantage tout le monde: «Nous notions peu de transparence, de «feedbacks» dans le service de courtage, d'où la mise en place d'une plateforme digitale qui amène un suivi 24h/24 et une transparence totale. Nous proposons un modèle juste et moderne sur le marché immobilier et ne travaillons pas dans le vide en ayant une rémunération systématique pour le travail effectué. Pour notre clientèle, les avantages sont un prix juste pour la vente de leur bien immobilier, un suivi complet par leur agent, qui peut se concentrer sur son métier de conseil et non sur la prospection et l'administration, une transparence totale et un suivi constant, et bien sûr une vente au meilleur prix grâce à l'utilisation du digital: multi-diffusion, visite virtuelle, «tracking» des acheteurs, «feedbacks» et suivis, analyse, etc.

Le bilan de Neho, après une année d'activité, est «extrêmement positif,

SIMPLEMENT PLUS PROCHE



Jacques Andrey
Responsable de vente
modernisation

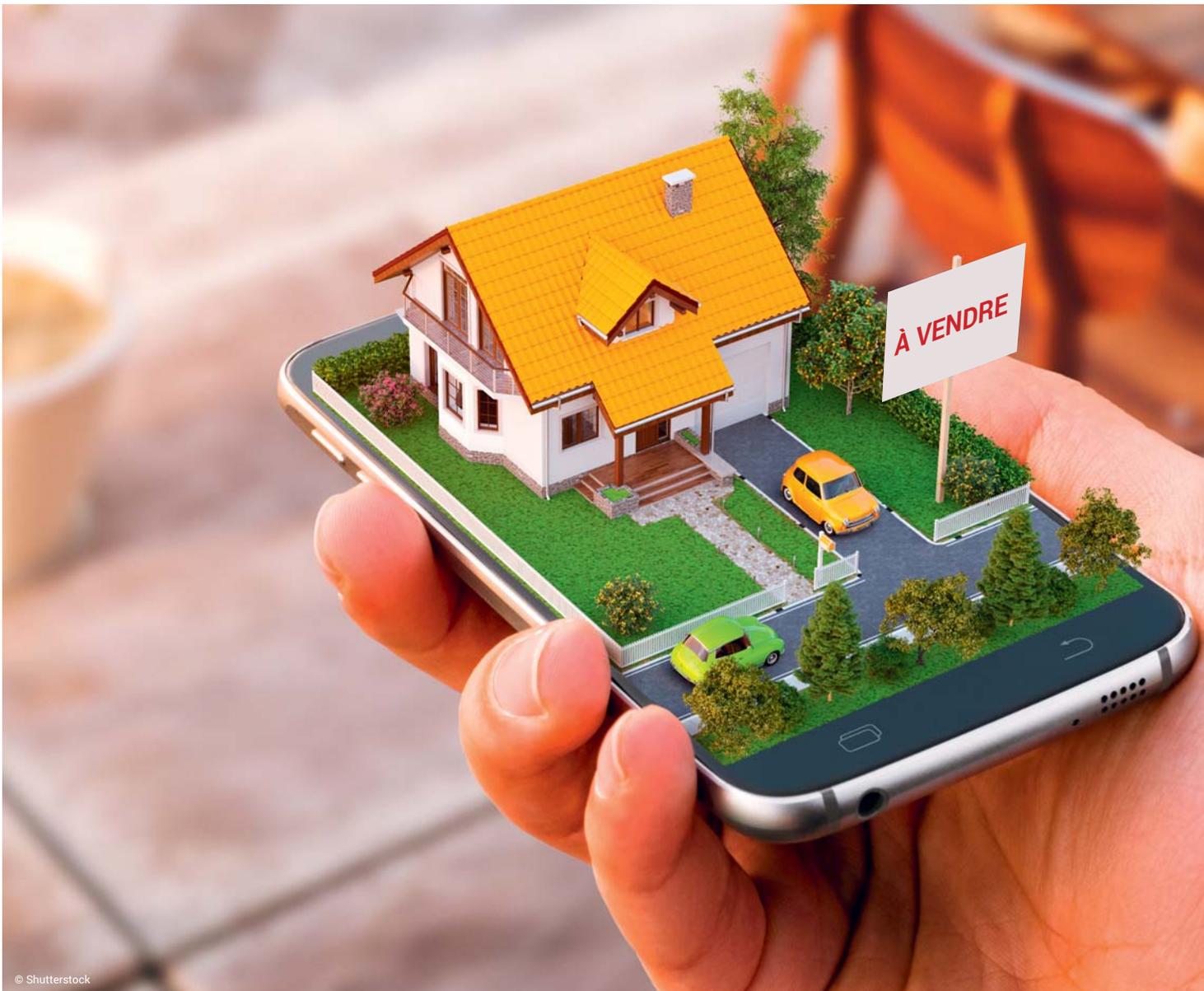
Les ascenseurs, c'est mon truc

Vous cherchez un partenaire fiable pour la modernisation de votre ascenseur? Mes collègues et moi-même sommes les personnes qu'il vous faut. Ce qui nous différencie? Notre compétence multimarque.

Parlons-en, tout simplement!



AS Ascenseurs



puisque nous comptons plus de 100 clients sur les 9 premiers mois de 2018, une satisfaction du client et un retour du marché très positifs, une forte couverture médiatique, et une réaction du marché traditionnel par rapport à notre modèle, prouve que cette solution fait du sens de nos jours».

«DOMAINE TRÈS SPÉCIFIQUE»

Pas encore suffisamment pour Didier Golay, de la régie éponyme: «Nous n'avons pas adopté ce système «à la carte», notre courtière offrant les services d'un mandat complet, de la pla-

quette de vente jusqu'à la signature de l'acte de vente chez le notaire, soumis à honoraires. Ce modèle offre une possibilité au client vendeur de choisir les services dont il souhaite bénéficier, sans pour autant confier l'entier de la tâche à un mandataire. Du point de vue de l'entreprise immobilière, cela nécessitera à mon sens une organisation plus particulière en terme de personnel/courtier, puisqu'un courtier, de manière générale, est rémunéré en pourcentage des commissions des ventes qu'il a effectuées. Il m'est difficile de répondre si cette pratique va se



DIDIER GOLAY



généraliser ou ne pas évoluer. Le domaine de la vente immobilière est un domaine très spécifique qui demande des qualifications et une formation accrue afin d'éviter des erreurs, compte tenu notamment de la législation importante en la matière, ou tout simplement afin d'arriver à son objectif de vente. Aujourd'hui, un courtier professionnel avec une qualité de vendeur, une expérience et un conseil avisés, réussira à mon avis à convaincre un potentiel client de lui confier un mandat global, en lieu et place d'un mandat partiel.»

«ON INVESTIT DANS L'HUMAIN»

Président du groupe Gérofinance-Dunand SA/Régie de la Couronne SA, Jérôme Félicité abonde: «Il y a de la place pour tout le monde. Nous allons beaucoup investir ces prochaines années pour notre clientèle en terme de courtages, achat-vente ou vente sur plans, et au vu de ces éléments il nous semble important de ne pas baisser nos tarifs, au contraire. Le digital est une chose importante, il faut vivre avec et faciliter la vie de nos clients, mais il ne faut pas négliger l'expérience et la connaissance du terrain. On pourra



JÉRÔME FÉLICITÉ

faire tout ce que l'on veut en termes de logiciels, de matrices de calculs ou autres, mais on a des marchés tellement spécifiques et régionaux qu'on ne remplacera jamais le facteur humain.» C'est cet aspect qui semble diviser le plus les deux modèles: «On n'a pas tous la même approche. Je n'ai pas encore compris comment le modèle d'affaires de Neho peut tenir économiquement. Dans notre groupe, on investit dans le personnel, dans l'humain, des commerciaux qui sont avec nous depuis plus de 15 ans. Il faut donc les payer... Notre modèle d'affaires consiste à fidéliser nos collaborateurs, il n'y a pas que des commissions, ils sont salariés. Je ne vois pas encore, avec une tarification à 7500 francs, comment on arrive à un concept qui tient la route. Avec notre modèle – la connaissance du terrain, de la clientèle, des outils, du marketing

etc. – je pense qu'on peut vendre un objet plus cher pour notre client mandant. Pour 7500 fr. on ne peut fournir un travail de qualité comme chez nous. Selon moi, le bon marché coûte cher, on a aussi vécu et on vit cela dans la gérance, ou la copropriété, mais je ne suis pas sûr que le calcul soit bon pour un travail de qualité. Mais comme le client ne doit pas être pris en otage, il a aujourd'hui une alternative. Ce sera intéressant de voir ce qui se passera dans les prochains mois et années. J'aime bien me baser sur des faits et non sur du marketing et des effets de manche. J'espère pour eux que leur modèle d'affaires marche, sachant le travail qu'on doit faire dans un marché concurrentiel, et où les financements hypothécaires sont encore difficiles à obtenir.»

Et M. Félicité de conclure: «Quand j'ai commencé le courtage en 1996, on ne faisait pas du tout les choses de la même façon. Nous n'avions pas les mêmes outils, dans le cas de la vente sur plan dans la promotion immobilière par exemple. Quand je vois aujourd'hui tout ce qu'on met au service d'un promoteur afin de commercialiser! Et dans 20 ans ce sera encore très différent. Il y a le marché du luxe, du moyen de gamme, de la vente sur plans. Des segments très différents dans l'approche

«Il y a de la place pour tout le monde. Nous allons beaucoup investir ces prochaines années pour notre clientèle en terme de courtages, achat-vente ou vente.»

à avoir vis-à-vis des clients. Il est très intéressant de suivre ce qui se passe, même si on n'y adhère pas. Le système à la carte fonctionne peut-être pour certains objets. Par exemple, Neho ne s'est pas du tout inscrit dans le segment



du luxe. Peut-être de facto, économiquement, devront-ils s'y mettre aussi. Mais à quelle tarification travailleront-ils?»

FORFAIT TROP CHER

Au sujet des tarifs, Joëlle Noirjean, de Espace-Mobilier & Immobilier, dit être souple: «Nous savons adapter nos tarifs lorsque nous voulons vraiment un mandat de vente que nous savons



JOËLLE NOIRJEAN

facile à réaliser, ou lorsque la situation financière du propriétaire est difficile.» Elle ne voit que peu d'avantages pour le client dans le nouveau modèle: «Il marche particulièrement mal dans les régions où le prix de l'immobilier est plus modeste, comme le Jura, où nous sommes actifs. La situation est un peu différente dans le canton de Vaud, où nous développons également une partie de nos activités, le système au forfait pouvant faire économiser certains coûts aux vendeurs. Cela pose néanmoins deux problèmes de fond. Pourquoi le forfait serait-il identique, quelle que soit la valeur du bien, eu égard aux risques encourus ainsi qu'aux démarches effectuées, régulièrement plus fastidieuses en fonction de la valeur du bien? Deuxièmement, il est difficile d'expliquer à un propriétaire d'un bien modeste que la commission de 3% en l'occurrence ne suffirait pas à la commercialisation de son bien, celui-



ANNICK VAUTHEY

ci étant d'une valeur trop modeste, et que le tarif appliqué sera de 7500 fr. à forfait...»

Annick Vauthey, de la régie du même nom à Châtel-St-Denis, estime qu'«il n'est pas possible dans une régie immobilière d'entretenir un département de vente avec des forfaits qui me paraissent beaucoup trop bas. Comme dans tous les métiers, les nouveautés apparaissent, sont mises en application et doivent durer sur la longueur, j'attends pour voir.»

Nous aussi, pour un prochain bilan... •



LIENS UTILES

www.arcid.ch
www.e-mi.ch
www.galland.ch
www.gerofinance-dunand.ch/
www.golay-immobilier.ch/
www.neho.ch
www.purplebricks.co.uk/
www.regiechatel.ch
www.svit.ch/fr/sres-lausanne
www.uspi.ch