

SESSION 2024

CAPLP ET CAFEP
CONCOURS EXTERNE – TROISIEME CONCOURS

Section
ÉCONOMIE ET GESTION

Option
COMMERCE ET VENTE

Épreuve écrite disciplinaire

L'épreuve porte sur les sciences de gestion, le management, le droit et l'économie.

L'épreuve consiste à analyser une ou plusieurs situations organisationnelles et à proposer des solutions en mobilisant les sciences de gestion ainsi que les prolongements relevant du management des organisations, du droit et de l'économie.

Le sujet de l'épreuve est spécifique à l'option choisie.

Durée : 5 heures

L'usage de la calculatrice est autorisé dans les conditions relevant de la circulaire du 17 juin 2021 BOEN du 29 juillet 2021.

L'usage de tout autre ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Il appartient au candidat de vérifier qu'il a reçu un sujet complet et correspondant à l'épreuve à laquelle il se présente.

Si vous repérez ce qui vous semble être une erreur d'énoncé, vous devez le signaler très lisiblement sur votre copie, en proposer la correction et poursuivre l'épreuve en conséquence. De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, vous devez la (ou les) mentionner explicitement.

NB : Conformément au principe d'anonymat, votre copie ne doit comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé consiste notamment en la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de la signer ou de l'identifier.

Le fait de rendre une copie blanche est éliminatoire.

Tournez la page S.V.P.



Alexis Merluzzi a intégré l'entreprise IAD en qualité d'agent commercial indépendant en 2015.

IAD est un acteur majeur de l'immobilier qui connaît une croissance importante en France et se développe depuis quelques années à l'international.

Les métiers du réseau IAD sont la transaction résidentielle, la location résidentielle, l'immobilier neuf et commercial.

Le réseau IAD fonctionne sur le concept d'agence dématérialisée avec l'absence d'agence physique. L'autre particularité du réseau IAD réside dans la possibilité offerte aux agents commerciaux indépendants, de créer puis manager une équipe en parallèle de leurs missions commerciales.

Cette possibilité s'appuie sur le marketing de réseau (Vente Multi Niveaux). En effet, l'intégration du réseau IAD ne se fait que par le parrainage d'un membre du réseau. Cette perspective de parrainer a rapidement séduit Alexis Merluzzi.

Après quelques années d'expérience, ce dernier souhaite désormais se concentrer sur ses missions managériales.

Le marketing de réseau lui a ainsi permis de développer son fonds de commerce et sa propre organisation commerciale. Préalablement formés, les conseillers IAD officient à domicile et bénéficient de la présence et de l'accompagnement de leur parrain, ainsi que du support du siège social et de toutes les ressources nécessaires.

Alexis Merluzzi dispose aujourd'hui d'une équipe de 24 agents commerciaux indépendants (filleuls) et vient de « parrainer » une nouvelle associée (filleule), Jasmine Bouali.

Madame Bouali, ancienne responsable commerciale dans la téléphonie mobile à Nîmes (30), souhaite s'offrir de nouvelles perspectives professionnelles et vient de franchir le cap de l'entrepreneuriat.

Alexis Merluzzi, soucieux de l'intégration de ses nouveaux associés, compte sur votre expertise pour optimiser la reconversion professionnelle de notre nouvelle collaboratrice.

En votre qualité de conseiller développement partenaires, vous conseillerez Jasmine Bouali, dans l'analyse du marché immobilier du département de l'Hérault et le lancement de son activité. Cet accompagnement vous permettra de traiter la problématique suivante :

Comment accompagner notre nouvelle collaboratrice et optimiser le lancement de son activité dans la région de Montpellier (Département de l'Hérault) ?

Pour y répondre, vous traiterez les dossiers suivants :

- Dossier 1 : « La nouvelle collaboratrice sur son marché »
- Dossier 2 : « La communication digitale »
- Dossier 3 : « L'opération de prospection »

DOSSIER 1 : LA NOUVELLE COLLABORATRICE SUR SON MARCHÉ

1.1 Analysez de manière structurée le marché français de l'immobilier en identifiant les tendances du département de l'Hérault.

1.2 Réalisez le diagnostic de l'entreprise IAD. Vous concluez sur l'intérêt de rejoindre le réseau IAD.

L'accompagnement et la formation sont des éléments importants dans le rôle managérial de Alexis Merluzzi. Il souhaite organiser un séminaire de 3 jours fin avril pour les membres de son équipe. Ce séminaire permettra notamment d'aborder le volet juridique de l'entrepreneuriat et les perspectives managériales.

1.3 Appréciez l'intérêt pour Alexis Merluzzi d'organiser un tel évènement et pour Jasmine Bouali d'y participer.

1.4 Après avoir rappelé les critères de choix d'un statut juridique, proposez la forme juridique la plus adaptée pour le lancement de l'activité de Jasmine Bouali.

1.5 Exposez le principe du marketing de réseau et concluez sur la pertinence pour Jasmine Bouali de se lancer en qualité d'agent commercial au sein du réseau IAD dans l'Hérault.

DOSSIER 2 : LA COMMUNICATION DIGITALE

Jasmine Bouali souhaite développer son activité et pour cela elle envisage différentes actions lui permettant de communiquer sur son entreprise et trouver de nouveaux prospects pour l'achat, la location et la vente de biens immobiliers.

Son agence étant digitale, elle veut développer sa visibilité. Elle souhaite tout d'abord suivre les conseils d'Alexis Merluzzi et travailler sur la communication digitale.

2.1 Appréciez l'efficacité de son activité sur « Instagram » et formulez des propositions d'amélioration.

2.2 Sélectionnez les deux autres réseaux sociaux qui vous paraissent les plus pertinents pour optimiser la communication digitale de Jasmine Bouali. Justifiez ce choix au travers des possibilités de contenus.

À la suite de la publication de plusieurs avis concernant des opérations immobilières qu'elle a menées ces dernières semaines, Jasmine Bouali, en tant que mandataire, s'interroge quant à l'impact des réseaux sociaux sur la crédibilité professionnelle des agents IAD.

2.3 Après avoir expliqué le concept d'e-réputation, déterminez les moyens que madame Bouali peut mettre en œuvre pour l'entretenir.

DOSSIER 3 : L'OPÉRATION DE PROSPECTION

Jasmine Bouali veut poursuivre sa prospection en menant une action de prospection physique chez les particuliers dans le Pays Cœur d'Hérault, situé dans l'arrière-pays héraultais. Elle vous demande d'organiser cette opération et de questionner l'intérêt de cette action.

Elle souhaite faire de la prospection terrain sur les conseils d'Alexis Merluzzi qui lui a conseillé de créer un flyer pour communiquer sur les services de son agence et sur la recherche de biens à vendre. Son objectif est de signer des mandats exclusifs car ceux-ci aboutissent une fois sur deux à une vente d'après la formation suivie lors du séminaire.

3.1 Rédigez les éléments du flyer en précisant la méthodologie retenue.

3.2 Au regard des informations fournies, calculez le nombre de semaines nécessaires pour couvrir la zone prospectée, sachant que Jasmine Bouali souhaite prospector les résidences principales effectivement occupées et ne faisant pas partie du parc des logements sociaux.

3.3 Calculez le chiffre d'affaires potentiel lié à cette prospection.

3.4 Concluez sur cette opération de prospection, puis proposez et justifiez d'autres actions qui permettraient de développer l'activité.

Liste des annexes

N° de l'annexe	Titre de l'annexe	N° de page
Annexe 1	Infographie IAD	5
Annexe 2	Présentation du projet de Jasmine Bouali	6
Annexe 3	Marché immobilier - Septembre 2023	6 / 7
Annexe 4	Le marché de l'agence immobilière en 2023	8
Annexe 5	Le prêt à taux zéro	8
Annexe 6	Immobilier : les nouvelles mesures contre les passoires thermiques bousculent le marché	9
Annexe 7	Immobilier : les réseaux de mandataires gagnent du terrain	10 / 11
Annexe 8	Infographie - L'immobilier et le Digital en 2022	11
Annexe 9	Immobilier : dans l'Hérault, les ventes chutent mais les prix continuent leur ascension	12 / 13
Annexe 10	Immobilier : Ce qu'en disent les professionnels	13
Annexe 11	Comparatif des statuts juridiques	14
Annexe 12	En quoi le patrimoine des indépendants est-il désormais mieux protégé ?	15
Annexe 13	Compte Instagram Jasmine Bouali	16
Annexe 14	Les réseaux sociaux qui comptent en 2022	17 / 18
Annexe 15	Le réseau IAD confirme son professionnalisme avec les avis immodvisor	19
Annexe 16	Professionnels de l'immobilier, maîtrisez votre E-réputation !	19 / 20
Annexe 17	Emploi du temps de Mme Bouali	21
Annexe 18	Statistiques Cœur d'Hérault	21
Annexe 19	Résultats de la prospection	21



L'ADN D'IAD

IAD s'est fondé sur trois piliers que sont **l'Immobilier**, le **Digital** et le **Marketing de réseau**.

Dates importantes

- 2008 Création d'IAD
- 2012 Certification Qualité ISO 9001
- 2013 Lancement d'IAD **Portugal**
- 2016 Cap des **50 000** transactions
- 2017 Cap des **100 millions d'€** de CA
- 2018 Lancement d'IAD **Espagne** et **Italie**
- 2019 Cap des **200 millions d'€ de CA**
- 2021 **Levée de fonds** (300 millions) auprès de Insight Partners

Chiffres clés (06/2021)

- 300 salariés
- + de 15 000 mandataires indépendants qui relèvent de la carte professionnelle de l'agent immobilier qui dirige le groupe
- + 70 000 biens en ligne
- 400 millions d'€ de CA (06/2020 - 07/2021)

Formation et accompagnement



Issu de l'immobilier ou en reconversion professionnelle, IAD propose un suivi personnalisé grâce au système de **coaching** tout au long de l'activité et de formations offertes via un parcours d'apprentissage sur mesure unique développé par des professionnels du secteur en **e-learning** et en **présentiel**. Ces formations sont conformes à la loi Alur.

Diffusion des annonces

IAD assure une large diffusion des annonces sur les principaux portails immobiliers nationaux, régionaux, internationaux et prestige.



Des Supports de communication personnalisables



Des ressources et outils

Un(e) **Gestionnaire administrative et commerciale** disponible du lundi au vendredi de 09h à 18h. Grâce à son accompagnement, les tâches administratives sont allégées.

Une **plateforme de services en ligne exclusive**, de la pige à l'entrée de mandat, tout se réalise depuis votre intranet. IAD met plusieurs logiciels complets nécessaires à l'activité (pige immobilière, logiciel d'estimations, tableaux de bord, ...).

Des partenariats permettant de mettre en valeur les biens immobiliers (photographes, professionnels du "home-staging", visite virtuelle ...)

Les statuts juridiques conseillés



Agent commercial
Auto-Entrepreneur



Agent commercial en
Entreprise Individuelle

La rémunération



Source : interne

ANNEXE 2 : Présentation du projet de Jasmine Bouali

A 30 ans, après une expérience de responsable commerciale dans la téléphonie mobile, je souhaite devenir agent commercial dans le domaine de l'immobilier aux alentours de Montpellier (Hérault) et plus particulièrement dans l'arrière-pays du département de l'Hérault.

Cette reconversion professionnelle est un véritable challenge qui nécessitera une formation et un accompagnement pour faciliter une immersion dans ce nouveau secteur d'activité.

Forte de mon expérience en B to C, je souhaite aujourd'hui évoluer vers un métier me permettant d'allier dans un premier temps autonomie, indépendance et relation commerciale.

Dans une seconde étape, après la consolidation de mon chiffre d'affaires, je souhaite utiliser mes compétences managériales pour encadrer une équipe de commerciaux à moyen terme et ainsi développer mon entreprise.

Je possède un patrimoine constitué de mon épargne qui s'élève à 100 000 euros, d'une résidence principale située à Montpellier d'une valeur de 375 000 euros et d'une maison de famille à Clermont-l'Hérault (34), dont je viens d'hériter et à laquelle j'attache une grande valeur sentimentale. Elle est estimée à 550 000 euros. Ceci me permettra de lancer mon activité d'agent commercial.

Le secteur du Pays Cœur d'Hérault, situé dans l'arrière-pays héraultais, que je connais bien, affiche depuis une dizaine d'années un développement démographique, immobilier et économique. Je souhaite y établir mon activité pour pouvoir prospecter physiquement les différentes villes et villages.

Source : interne

ANNEXE 3 : Note de conjoncture marché du logement / Septembre 2023

L'année 2023 devrait se terminer avec un record historique de baisse de ventes sur un an (-20%, à 900 000 ventes), et une baisse des prix d'environ 4%. En 2024, le marché restera morose et les prix devraient continuer à baisser : aucun élément ne permet de penser l'inverse à l'heure actuelle. L'offre de biens disponibles à la vente reste en augmentation. Globalement, nous assistons à une inversion entre le marché de la transaction et celui de la location.

(...)

Léger rebond en trompe l'œil de l'inflation

Pour 2023, l'INSEE comme la Banque de France prévoient une croissance modeste du PIB à +0,6 % et +0,7 %, qui se redresserait légèrement en 2024 (1,0 %). Le spectre d'une croissance moindre n'est toutefois pas à exclure. L'indicateur à suivre reste l'inflation. L'inflation a commencé à refluer ces derniers mois en Europe et également en France.

L'indice mensuel demeure à un niveau relativement élevé en août 2023 à +4,8 %. Le léger rebond en août est toutefois en trompe l'œil : il est lié à un rebond des prix de l'énergie. Hors énergie, l'inflation continue de refluer.

De son côté, la confiance des ménages reste en berne et proche de son plus bas niveau depuis 2000.

Poursuite de la baisse des ventes

Les ventes de logement poursuivent leur ralentissement entamé depuis septembre 2021 : à fin juin 2023, 1 002 000 ventes avaient été réalisées sur 12 mois (-14 % sur un an). Sur les 6 premiers mois de 2023, les ventes baissent même de 21 % par rapport à la même période en 2022. (...)

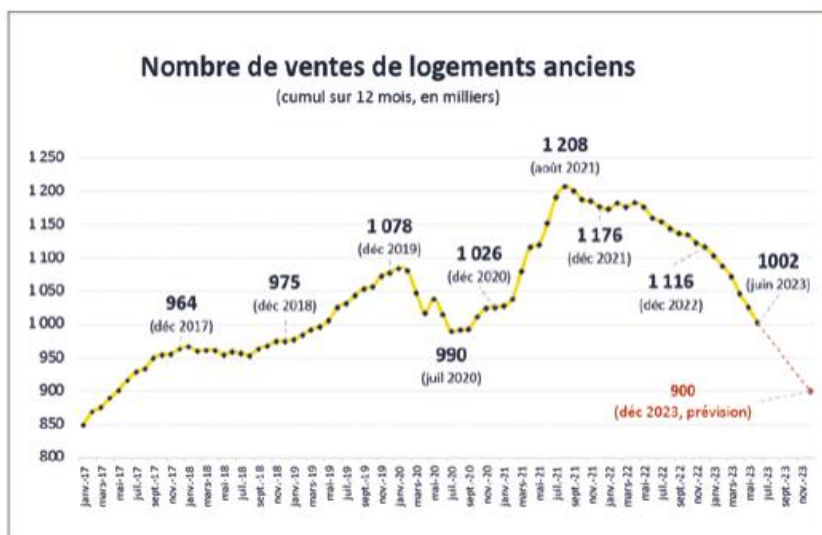
Le nombre de transactions redescendrait donc en-dessous des niveaux « pré-covid » et reviendrait 6 ans en arrière. Surtout, il s'agirait de la plus forte baisse des ventes sur un an jamais observée depuis plus de 50 ans. Une déflagration, un choc majeur pour le marché immobilier. La baisse des ventes se fait un peu plus ressentir dans l'Ouest (où les prix et les ventes avaient le plus augmenté) et le Nord du pays.

Des prix en légère baisse

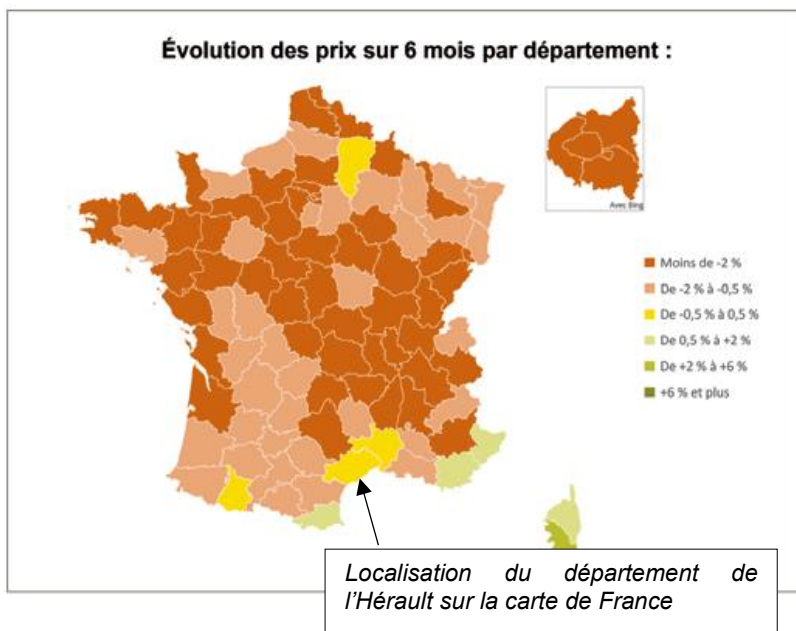
Après avoir fortement augmenté avant et après le covid (sauf à Paris), l'évolution des prix s'est retournée et les valeurs s'inscrivent en baisse depuis février 2023. La forte hausse des taux des crédits immobiliers depuis début 2022 rend nécessaire cette baisse des prix (en pente douce à ce stade) pour ne pas trop obérer la capacité d'achat des acheteurs. On observe un net fléchissement de la demande. S'ils restent en hausse sur un an à l'échelle nationale (+1,1%), les prix sont en revanche en baisse de 2% sur les 6 derniers mois.

Cette baisse concerne toutes les zones, à l'exception des stations balnéaires qui résistent encore (+0,9% sur 6 mois). Paris (-3% sur 6 mois) et sa périphérie (-2,7%) sont les plus touchées. D'autres grandes villes connaissent des baisses de prix significatives : Lyon (-4,2% sur 6 mois), Nantes (-4,1%), Rennes (-3,1%), tandis que les prix sont quasi stables à Toulouse (en baisse de... 0,07%).

Au niveau départemental, la baisse des prix concerne la quasi exhaustivité des territoires, à l'exception de la Corse et de la côte méditerranéenne (notamment Alpes Maritimes et Var). De manière générale, cette tendance, à davantage de modération des prix, est sans doute la bienvenue pour fluidifier le marché. On assiste à un changement de dynamique et à un rééquilibrage du marché au profit des acheteurs, qui reprennent le pouvoir, avec une plus grande prise en compte des coûts annexes au logement (énergie, ...). Mais les relations se crispent entre les acheteurs et les vendeurs, et la baisse des prix est loin de compenser la hausse des taux.



Source : IGEDD



L'Hérault et le Gard qui semblent bien résister, dans le contexte actuel.

Source : www.fnaim.fr/..., Septembre 2023

ANNEXE 4 : Le marché de l'agence immobilière en 2023

Contexte

Après avoir atteint un nouveau niveau record en 2021 (1 172 000 ventes), et tout en se maintenant au-dessus du seuil du million d'unités, le nombre de transactions immobilières a reculé de 5,4% en 2022 (soit 1 109 000 ventes). La hausse des prix de l'immobilier dans l'ancien (+4,9% sur un an) a toutefois soutenu le chiffre d'affaires du secteur en valeur.

Le volume des transactions immobilières a été freiné par la remontée des taux d'intérêt et le durcissement des conditions d'octroi des crédits immobiliers qui ont exclu nombre de primo-accédants et de foyers modestes du marché immobilier.

Sur le plan structurel, bien qu'elles réalisent plus de la moitié des ventes immobilières, les agences traditionnelles évoluent dans un environnement très concurrentiel. L'euphorie immobilière de ces dernières années a entraîné un fort accroissement du nombre d'agences immobilières, notamment à l'initiative des réseaux franchisés.

Les perspectives de croissance du marché n'ont pas manqué d'aiguiser l'appétit des réseaux de mandataires dont le nombre a presque triplé au cours des cinq dernières années. En développant leur activité quasi exclusivement sur Internet, ces acteurs sont en mesure de proposer des taux de commissions très attractifs avec lesquels les réseaux traditionnels peinent à rivaliser. Dans ce contexte, leur poids ne cesse de progresser d'année en année au détriment des acteurs traditionnels : les mandataires captent aujourd'hui près d'un quart du volume des transactions intermédiées.

L'offensive menée par les acteurs de la PropTech¹ (*Homeloop.fr, Dili.fr, Smartloc.fr, Igestionlocative.com, Welmo.fr, etc.*) ces dernières années a également contribué à accroître les rivalités concurrentielles et à accélérer la mutation structurelle du secteur : services 100% digitaux, prestations innovantes, forfaits fixes ou commissions très compétitives.

Enfin, la désintermédiation des transactions immobilières, favorisée par les plateformes d'annonces en ligne (*leboncoin.fr, pap.fr* ou encore *seloger.com* qui a ouvert sa plateforme aux particuliers en juin 2023), soutient les ventes entre particuliers qui représentent aujourd'hui 30% du volume des transactions.

Dans ce contexte, les acteurs traditionnels du secteur doivent aujourd'hui intensifier leurs efforts pour valoriser leur valeur ajoutée, innover à travers de nouveaux services et accélérer leur digitalisation (visites virtuelles, estimation en ligne, dématérialisation des mandats, etc.).

Source : www.propulsebycreditagricole.fr/..., Septembre 2023

ANNEXE 5 : Prêt à taux zéro

Afin de mieux accompagner les primo-accédants à la propriété, le Gouvernement prolonge le prêt à taux zéro (PTZ) jusqu'en 2027 et annonce la refonte de ce dispositif dès 2024. Les conditions d'accès seront assouplies et les barèmes de revenus pour éligibilité revalorisés pour la première fois depuis 2016. Des changements qui bénéficieront à 6 millions de foyers supplémentaires.

Source : www.economie.gouv.fr/..., le 18 octobre 2023

¹ **PropTech** : résulte de la contraction de "property" et "technology". Fait référence aux entreprises qui passent par la technologie pour repenser l'intégralité de la chaîne de valeur immobilière à savoir la transaction, la location, la construction, la gestion des actifs, les assurances etc. Ce sont des startups qui fournissent, sur le marché immobilier, des produits innovants, technologiques ou des modèles nouveaux pour répondre aux nouveaux modes de consommation.

ANNEXE 6 : Immobilier : les nouvelles mesures contre les passoires thermiques bousculent le marché

Les logements étiquetés « F » ou « G », pour consommation énergétique excessive, mis en vente sur le site SeLoger ont presque doublé entre 2020 et 2022. Le volume d'annonces de location « passoires énergétiques » a, lui, reculé de 40 % en un an.

Sur le site SeLoger, qui affiche en continu 1 million de petites annonces immobilières, un nouveau critère de recherche des biens à louer ou à vendre vient de faire son apparition : le diagnostic de performance énergétique (DPE). Entre les cases permettant de cocher les offres avec ascenseur et les annonces uniquement avec photos, l'internaute peut désormais sélectionner les logements classés de « A » (extrêmement performant) à « F » ou « G » (consommation énergétique excessive).

(...) « *La loi Climat et résilience est venue bouleverser le comportement des Français.* ». Le texte a interdit à la location les pires passoires thermiques (classées « G+ ») depuis le 1er janvier 2023, une interdiction qui sera étendue à tous les biens classés « G » en 2025, aux « F » en 2028 et aux « E » en 2034. Une mesure dont l'objectif est de pousser les propriétaires bailleurs à engager des travaux de rénovation, pour faire baisser les émissions de gaz à effet de serre. (...)

SeLoger, qui regroupe les annonces de quelque 30 000 professionnels de l'immobilier, constate que ces mesures coercitives se sont déjà traduites par une progression importante des mises en vente de passoires thermiques, dès 2021. (...)

Si cette hausse peut aussi s'expliquer par une obligation plus stricte d'afficher les DPE sur les annonces et par un durcissement des diagnostics, elle tient surtout, au comportement de propriétaires « *qui anticipent la perte de valeur de leur bien et ne veulent pas faire de travaux, le tout dans un contexte de crise énergétique* ». Ce mouvement de ventes accroît la tension sur le marché locatif : le volume d'annonces de location de « passoires » a ainsi reculé de 40 % en France sur douze mois et, à Paris, le nombre de passoires thermiques à louer a même chuté de 60 % sur la plate-forme.

(...)

Le marché parisien, en particulier, interpelle. Alors que les prix ont commencé à reculer et que les professionnels de l'immobilier constatent une suroffre de biens disponibles à la vente, le site immobilier SeLoger recense quatre fois plus d'annonces de vente de passoires thermiques à Paris qu'en juillet 2021. (...)

Une étiquette très énergivore entraîne pourtant une sévère décote sur le prix d'un bien immobilier. SeLoger estime aujourd'hui que les passoires sont proposées sur le marché à un prix de vente en moyenne 4 % moins cher qu'un bien équivalent mieux classé (...). S'y ajoute une autre pénalité : les achats de passoires thermiques sont plus souvent et plus durement négociés (avec une marge de négociation de – 5,6 % en moyenne en France).

Source : www.lemonde.fr/..., 1^{er} février 2023

ANNEXE 7 : Immobilier : les réseaux de mandataires gagnent du terrain

Entre 2017 et 2021, ces réseaux qui fonctionnent avec un maillage de travailleurs indépendants, sans avoir pignon sur rue, ont vu leur part de marché dans la vente de logements anciens passer de 11 % à 22 % face aux agences physiques.

Les réseaux de mandataires immobiliers souffrent encore d'un déficit de notoriété auprès du grand public. Mais ils commencent bel et bien à faire de l'ombre aux agences qui ont pignon sur rue.

Nés dans les années 2000 dans l'Hexagone, ils fonctionnent avec un maillage de travailleurs indépendants s'appuyant sur leurs outils numériques. Et leur modèle à coûts réduits qui permet de proposer aux clients des commissions de 10 % à 15 % inférieures à celles des agences traditionnelles - est en train de s'imposer.

IAD numéro un du marché

En cinq ans, entre 2017 et 2021, ils ont doublé leur part de marché dans la vente de logements anciens, passée de 11 % à 22 %. Dans le même temps, celle des agences physiques est passée de 82 % à 72 % selon le premier baromètre publié mercredi par La Maison des mandataires, qui fédère les différents réseaux. Son président, Vincent Pavanello, affirme même que « IAD, le premier réseau de mandataires en France, est devenu numéro un du marché, devant Orpi et Century 21. » Fin 2021, Xerfi parlait déjà d'une « véritable redistribution des cartes ».

La France compte désormais 45.000 mandataires immobiliers, dont 14.800 pour le seul réseau IAD, à comparer à un total de 18.000 en 2017. Sur la population de conseillers immobiliers, 40 % appartiennent à un réseau de mandataires, 31 % sont salariés en agence et 29 % rattachés à une agence, selon cette étude.

Force de vente

En 2021, les réseaux de mandataires ont vu leur chiffre d'affaires bondir de 35 %, à 1,34 million d'euros dans un contexte de transactions record. Ils ont réalisé 177.000 ventes, sur un total de près de 1,2 million, soit une hausse de 31 % par rapport à 2020, quand la croissance du marché a été de +15 %. Pour Vincent Pavanello, 2021 a aussi été une année de « reconnaissance du modèle. » Des fonds d'investissement s'y sont intéressés, notamment Insight Partners, qui a participé à la levée de 300 millions d'euros d'IAD en février 2021.

FRANCHISE - Mandataire, un statut propre aux services

Selon le président de la Fédération nationale des agents immobiliers (Fnaim), Jean-Marc Torrollion, « les agences traditionnelles n'ont pas su augmenter leur force de vente pour accompagner la croissance exceptionnelle du marché de la transaction immobilière. Elles ont laissé le terrain aux réseaux de mandataires qui, eux, ont démontré leur agilité. » Il souligne tout de même deux faiblesses : le « fort turnover » qui continue de sévir dans ces réseaux et souvent aussi un déficit de formation.

« Guerre de modèles »

Dans un marché ultra-dynamique, cette percée des réseaux de mandataires n'a pas encore réellement affecté les agences physiques, qui subissent aussi l'arrivée des agences 100 % en ligne (Liberkeys, Hosman, Proprioo...). En cinq ans, elles ont continué à enregistrer une croissance de 2,2 %. Mais dans le même temps, celle des réseaux de mandataires était de 23,6 % ! « Avec la contraction du marché que l'on pressent, la concurrence va s'exacerber, la guerre des modèles va s'enclencher », prédit Jean-Marc Torrollion, qui anticipe une baisse de 15 % à 20 % du volume de transactions cette année.

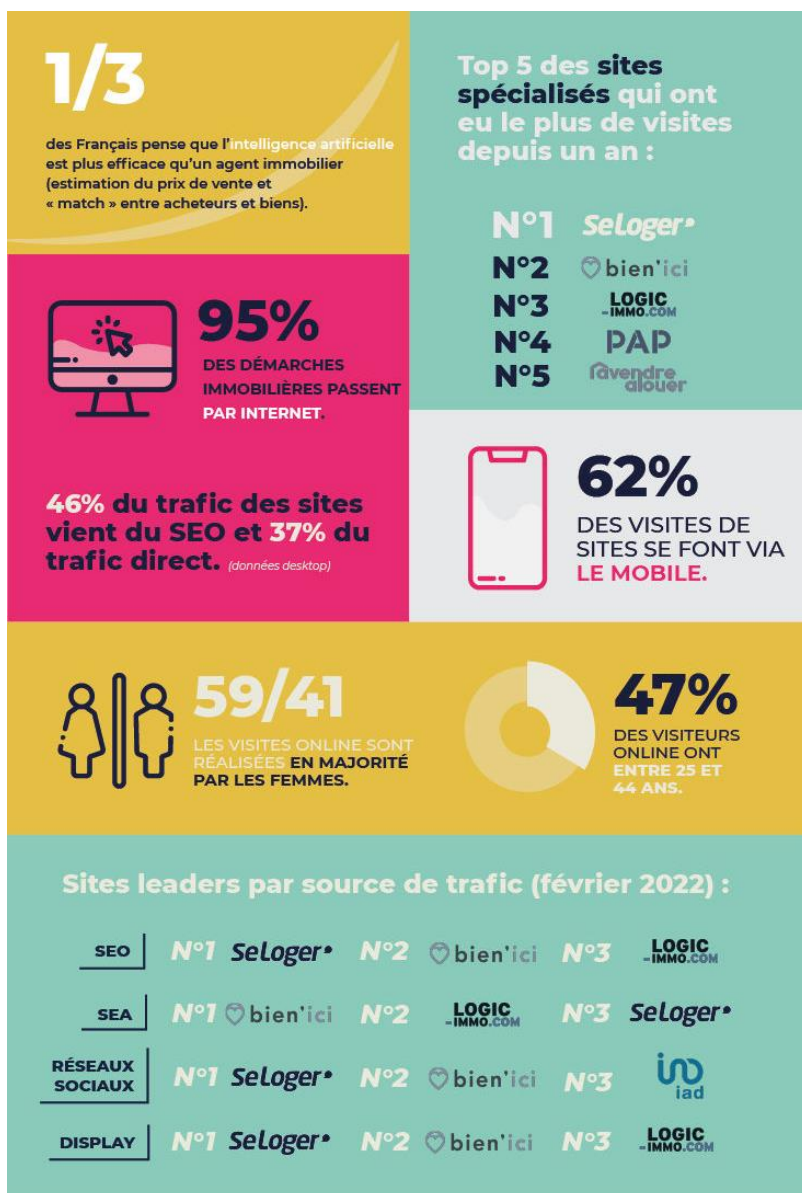
La percée spectaculaire du réseau Stéphane Plaza Immobilier, qui mise sur l'attrait des clients pour l'agence du coin de la rue, prouve que le modèle classique n'est pas obsolète. Le groupe Arche, qui a acheté en quelques années les réseaux Laforêt, Guy Hocquet, Century 21 et Nestenn, croit aussi dur comme fer à la proximité.

Capter les ventes entre particuliers

Une autre inconnue réside dans la capacité des professionnels de l'immobilier à capter des ventes qui se réalisent jusqu'à présent entre particuliers. C'est notamment pour contrer Leboncoin et SeLoger ou PAP qu'ils ont créé, fin 2015, leur propre plateforme, bien'ici. Ce marché entre particuliers représente aujourd'hui 30 % des transactions, à comparer à 37 % il y a dix ans, selon la Fnaim. Pour l'heure, cette baisse a surtout profité aux mandataires immobiliers. Mais demain ? Le jeu reste ouvert.

Source : <https://business.lesechos.fr/...>, 31 mars 2022

ANNEXE 8 : Infographie - L'immobilier et le Digital en 2022



Source : <https://comarketing-news.fr/...>, 14 avril 2022

ANNEXE 9 : Immobilier : dans l'Hérault, les ventes chutent mais les prix continuent leur ascension

L'équation est désormais bien identifiée : hausse des taux de crédits et difficulté d'accès aux crédits immobiliers, pénurie d'offres notamment dans le neuf, inflation. Autant d'indicateurs qui crispent largement le marché immobilier partout en France, y compris dans les zones tendues comme l'Hérault, pourtant soutenu par une dynamique démographique.

Prix médians et évolutions

Appartements anciens	Prix au m ² médian	Évolution sur		
		1 an	5 ans	10 ans
Occitanie	2 620 €/m ²	+6,3%	+20,5%	+11,5%
Hérault	3 180 €/m ²	+9,2%	+24,5%	+15,4%
Montpellier	3 200 €/m ²	+6,5%	+25,3%	+22,3%
Maisons anciennes	Prix de vente médian	Évolution sur		
		1 an	5 ans	10 ans
Occitanie	197 700 €	+4,6%	+16,3%	+11,9%
Hérault	253 700 €	+5,4%	+20,0%	+23,8%
Montpellier	376 600 €	+12,5%	+40,7%	+29,0%

« C'est vrai que les prêts sont plus difficiles à obtenir mais emprunter à 4 ou 5 %, on l'a déjà connu, observe Me Maguelonne Escande-Cambon, présidente de la Chambre des notaires de l'Hérault. Aujourd'hui, le blocage est aussi un blocage psychologique chez des acheteurs qui ont connu des taux entre 1 et 2 %, donc le marché est attentiste. »

Le résultat de l'équation se voit pour le moment dans les volumes de ventes (32.590) en baisse de 13 % dans l'Hérault, (...), contre 12,5 % au niveau national. Dans le détail, les ventes d'appartements anciens ont ainsi baissé de 9 %, celles des maisons anciennes de 11,3 %, celles des appartements neufs - dont la production est très fortement ralentie à Montpellier notamment - de 21 %, et celles des terrains à bâtir de 26 %.

Appartements anciens : +7,4%

Toutefois, il est encore trop tôt pour parler d'un rééquilibrage entre les prix de vente et la hausse des taux de crédits : dans l'Hérault entre juin 2022 et juin 2023, le prix médian a continué d'augmenter plus vite qu'ailleurs en France sur les biens dans l'ancien.

Elle est de +7,4% pour les appartements anciens (+4,6% en Occitanie, +3,4% dans les autres régions de France), ce qui porte le prix médian à 3.390 euros/m² (...). La hausse cumulée des prix sur les appartements anciens atteint donc les +30,7% sur les cinq dernières années. Mais les évolutions géographiques des prix sont hétérogènes : ils ont beaucoup augmenté en pays sétois (+14% à 3.460 euros/m²), sur le littoral en général (+10% à 4.060 euros/m²), ou en pays biterrois (+10% à 2.220 euros/m²). A Montpellier, les prix ont grimpé de 6,1% (3.370 euros/m²). Les prix ont augmenté partout (...).

Paradoxe du neuf

Pour les maisons anciennes, la hausse des prix est de +5,8% (+3,1% en Occitanie, +2% dans les autres régions de France), avec un prix de vente médian qui se monte à 266.500 euros. Soit une hausse similaire à celle des départements voisins. La hausse est encore plus forte à Montpellier (+7,4%), en pays sétois (+7%) ou à Béziers (+8,7%).

(...)

Sur le marché des logements neufs, le plus affecté par la crise immobilière, la hausse du prix médian dans l'Hérault a été de +4,2% en un an, à 4.710 euros/m².

« On est sur une situation paradoxale puisque les volumes s'effondrent mais la baisse des prix n'est pas là, même si on pourrait observer qu'elle s'amorce depuis la fin de l'été, décrypte Me Valéry Flandin, notaire à Prades-le-Lez. La hausse touche tous les secteurs géographiques. Les prix du neuf augmentent plus vite et plus fort sur dix ans que dans l'ancien. »

A Montpellier, les prix ont grimpé de +4,5% (5.370 euros/m²) mais de +7,7% en périphérie (4.750 euros/m²). L'ascension des prix du neuf est encore plus forte à Béziers (+8,9%, à 3.360 euros/m²), sur le littoral (+9,6%, à 4.550 euros/m²) et dans les Hauts Cantons (+10%, à 4.130 euros/m²).

Enfin, sur les terrains à bâtir, le prix de vente médian atteint 112.300 euros, soit une hausse annuelle significative de +12,3%, contre une baisse de -10,7% observée un an auparavant. Un seul secteur connaît une évolution annuelle négative : le Littoral, avec une baisse de -15,5% (120.000 euros). Les parcelles les plus vendues restent inférieures à 900 m².

Source : La Tribune, 7 octobre 2023

ANNEXE 10 : Biens immobiliers : ce qu'en disent les professionnels

Boom dans l'arrière-pays héraultais, du jamais vu depuis 20 ans

L'immobilier ne s'est jamais aussi bien porté dans l'arrière-pays héraultais et dans les Hauts cantons. Les professionnels parlent même d'un boom immobilier depuis la crise du Covid en 2020.

Dans l'arrière-pays héraultais et dans les Hauts cantons, les maisons en vente restent très rarement sur le marché. (...) Les demandes de particuliers explosent alors que les taux bancaires progressent. Par endroit, les produits se font rares, voire inexistants (...). Les prix, qui ont augmenté de 10% en moyenne, restent en dessous du marché proposé sur la côte ou dans les grandes villes attractives. (...) *Cependant, il y a un léger ralentissement depuis quelques semaines car il y a moins de biens.*"

Pierres au Soleil, agence immobilière à Bédarieux, possède aujourd'hui en moyenne un carnet d'une cinquantaine de maisons à la vente. Il y en avait quatre fois plus avant la crise sanitaire. Les biens sont plus rares à la vente. Ce constat est le même chez les professionnels. Le bâti se fait rare dans de nombreuses communes. (...)

"Les maisons restent quelques semaines en vente, qu'il y ait des travaux ou pas, confie Simon Leroy, l'adjoint en charge de l'urbanisme à Riols. Elles ne restent pas plus de deux mois en vente. La sécurité, le bien vivre, c'est ce que recherchent les investisseurs. C'est essentiellement de la résidence annuelle qui s'installe. On est à Riols. On a tout. On est à une heure de la montagne, autant de la mer. Les gens viennent s'installer ici sans réfléchir car il y a du travail et ils y retrouvent ce dont ils ont besoin." (...)

Selon les secteurs, il s'agit de résidences principales en grande majorité. Un public âgé à la retraite et des actifs plus jeunes en provenance de Toulouse, le Grand Narbonnais, Montpellier, ou le Biterrois. Les Belges sont aussi très nombreux à investir. Ce qui n'est plus le cas des Anglais, qui étaient très nombreux au début des années 2000. Les acheteurs recherchent la tranquillité, la campagne, des prix raisonnables.

"Le télétravail a fait changer les habitudes des investisseurs" conclut Eric Chabrier, de l'agence immobilière Pierre au Soleil à Bédarieux.

Source : <https://www.francebleu.fr/> Mars 2023

Hérault Immobilier : Les notaires héraultais ont dressé le profil-type des acheteurs

27% d'entre-deux sont issus des professions intermédiaires (Infirmières, enseignants, assistantes sociales, commerciaux, comptables, contremaîtres, etc...), et 23% sont cadres supérieurs. On trouve en 3ème position les retraités (moins de 19%) puis les employés (15%). Et selon les notaires toujours, les + de 60 ans (retraités ou pas) représentent la plus importante catégorie d'acheteurs : 24% des opérations enregistrées [...]

Source : [actu.fr/...](https://actu.fr/), Septembre 2021

ANNEXE 11 : Comparatif des statuts juridiques
(selon données recueillies en Janvier 2023)

	ENTREPRISE INDIVIDUELLE	SAS	SARL
Nombre d'associés	Entrepreneur	1 à illimité	2 à 100
Capital social	Pas de capital social	Librement fixé par les actionnaires	Librement fixé par les actionnaires
Régime social du dirigeant	Régime des travailleurs indépendants	Le président est assimilé salarié	Gérant minoritaire ou égalitaire : assimilé-salarié. Gérant majoritaire : travailleur indépendant (non-salarié)
Mode d'imposition des bénéfices	Imposition sur le revenu pour le chef d'entreprise, soit de manière forfaitaire (régime de la micro-entreprise), soit de manière réelle (régime réel d'imposition). L'entrepreneur individuel soumis à un régime réel d'imposition peut toutefois opter pour l'impôt sur les sociétés.	Les bénéfices sont soumis à l'impôt sur les sociétés. Une option pour l'IR est possible pour les SAS de moins de 5 ans, sous certaines conditions.	Les bénéfices sont soumis à l'impôt sur les sociétés. Il est toutefois possible d'opter pour l'impôt sur le revenu dans le cas de la SARL de famille. Une option pour l'IR est également possible, sous certaines conditions, pour les SARL de moins de 5 ans.
Plafonds de chiffre d'affaires sur des activités commerciales (prestations de services BIC)	· Régime micro-entreprise : 77 700 € maximum · Régime réel simplifié : De 77 700 € à 254 000 € · Régime réel normal : Au-delà de 254 000 €	/	/
Personnalité morale	Non	Oui	Oui
Protection patrimoine	Patrimoine personnel insaisissable par les créanciers depuis la loi du 14/02/22.	La responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports.	La responsabilité des associés est limitée au montant de leurs apports, sauf s'ils ont commis des fautes de gestion ou accordé des cautions à titre personnel.

Source : Interne

ANNEXE 12 : En quoi le patrimoine des indépendants est-il désormais mieux protégé ?

Les entrepreneurs individuels devaient jusqu'ici opter pour un statut spécifique s'ils voulaient mettre à l'abri leurs biens personnels. Mais depuis le 16 février 2022, cette protection s'applique par défaut. [...]

Un statut unique protecteur

La loi du 14 février 2022 en faveur des indépendants est venue simplifier la donne. Exit l'EIRL et place à un statut d'entrepreneur individuel unique et mieux protégé puisque son patrimoine personnel est dorénavant insaisissable par les créanciers professionnels. Une véritable avancée quand on sait que 848.200 entreprises ont été créées en 2020, dont 82.200 sous le statut d'EI.

De même, il sera désormais plus simple de faire évoluer son activité pour passer du statut d'entrepreneur individuel à celui d'une société comme l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), la société par actions simplifiée unipersonnelle (SASU) ou encore la société par actions simplifiée (SAS). Toutes permettent en effet de se lancer sans aucun associé et limitent la responsabilité financière de l'entrepreneur au montant de ses apports dans l'entreprise. En revanche, elles impliquent des démarches de création plus lourdes. [...]

Source : www.20minutes.fr/economie/..., le 22 avril 2022

ANNEXE 13 : Compte Instagram Jasmine Bouali



Ancienneté du compte Instagram : **2 mois**
 Nombre de publications depuis la création : **18**
 Nombre de « j'aime » en moyenne par publication : **6**

Performances de la dernière publication
 (vente d'un appartement 4 pièces sur Montpellier) sur la semaine du 04 au 10 mars

Type de publication : **photos + annonce**
 Heure de publication : **19h**
 Jour de publication : **Dimanche 03 mars**

Couverture

Comptes touchés : **39** (dont 22 non abonnés)
 Impressions : **42**

- Depuis la page d'accueil : **18**
- Depuis les hashtags : **24**

Interactions :

Comptes ayant interagi avec le contenu : **5**

Interactions avec la publication :

Mentions j'aime : **4**
 Commentaires : **0**
 Enregistrements : **0**
 Partages : **1**

Activité du profil

Visites du profil : **3**
 Nombre de nouveaux abonnés : **2**
 Nombre d'abonnés perdus : **0**

Clics vers le site web : **1**

Clics sur le bouton appeler : **0**

Performances moyennes d'une publication Instagram « immobilière » IAD après 2 mois d'activité

- Taux d'engagement : **5%**
- Nombre d'abonnés : **50**
- Nombre de publication : **3 par semaine en moyenne**
- Nombre d'impression : **60 dont 60% depuis les hashtags**
- Nombre de mentions j'aime : **15**
- Nombre de commentaire : **1**
- Nombre de partages : **5**
- Nombre de nouveaux abonnés : **4**
- Nombre de visites du profil : **6**
- Nombre de clics vers le site web : **2**
- Nombre de clics vers le bouton appeler : **1**

Source : interne



RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK



YOUTUBE



INSTAGRAM

4,8 MILLIARDS
D'INTERNAUTES

5,27 MILLIARDS
D'UTILISATEURS
MOBILE

4,5 MILLIARDS
D'ACTIFS SUR LES RÉSEAUX

99% ACCÈDENT À AU MOINS
UN RÉSEAU VIA
MOBILE

TEMPS PASSÉ
SUR LES
RÉSEAUX

1H41 PAR JOUR EN FRANCE
2H27 PAR JOUR
DANS LE MONDE

4H15 PAR JOUR
AUX PHILIPPINES

8,4 COMPTES SOCIAUX
EN MOYENNE PAR UTILISATEUR

15,5 NOUVEAUX
UTILISATEURS
PAR SECONDE

RÉSEAU SOCIAL N°1
DANS 154 PAYS

2,89 MILLIARDS
D'ACTIFS PAR MOIS
40 MILLIONS EN FRANCE

81,8% D'ACTIFS SE CONNECTENT
UNIQUEMENT VIA MOBILE

17 MILLIARDS
DE PHOTOS ÉCHANGÉES PAR MOIS

68177 EMPLOYÉS CHEZ FACEBOOK
À TEMPS PLEIN

300.000
CHATBOTS ACTIFS SUR MESSENGER

TEMPS MOYEN PASSÉ
SUR FACEBOOK
19,5 HEURES
PAR MOIS

ÂGE MOYEN DES ACTIFS : 25-34 ANS

100 MILLIONS
D'HEURES DE VIDÉOS VUES
PAR JOUR

85% DES VIDÉOS SONT
VUES SANS LE SON

2,28 MDS DE PERSONNES SONT
TOUCHÉES PAR LES PUBS

10% DE PUBS PAR CONTENU
VISIONNÉ

1^{er} RESEAU UTILISE AU
QUOTIDIEN

2,29 MILLIARDS
D'ACTIFS PAR MOIS

500 HEURES
DE VIDÉOS AJOUTÉES PAR MINUTE

88000 VIDÉOS
VUES CHAQUE SECONDE

70% DES VIDÉOS
SONT VUES SUR MOBILE

1 MILLIARD
D'HEURES DE VIDÉO VUES CHAQUE JOUR

39 MILLIONS
D'UTILISATEURS
ACTIFS PAR MOIS
EN FRANCE

TEMPS MOYEN PASSÉ
SUR YOUTUBE

18-34 ANS **25-49 ANS**
50 **31**
MINUTES/JOUR

79% DES INTERNAUTES ONT UN
COMPTE YOUTUBE

90% DES ACTIFS ONT DÉCOUVERT
UNE MARQUE OU UN PRODUIT
VIA YOUTUBE

62% DES ENTREPRISES UTILISENT
YOUTUBE POUR PUBLIER DES
VIDÉOS

1^{er} MEDIA VIDEO SOCIAL

1,4 MILLIARD D'ACTIFS PAR MOIS

500 MILLIONS
PAR JOUR

21 MILLIONS
D'UTILISATEURS ACTIFS
PAR MOIS EN FRANCE

100 MILLIONS DE PHOTOS
PARTAGÉES PAR JOUR

4,2 MILLIARDS
DE LIKES CHAQUE JOUR

TEMPS MOYEN PASSÉ
10,3 HEURES PAR MOIS

#LOVE EST LE PLUS UTILISÉ
2 MILLIARDS DE FOIS

9H À 11H HORAIRES LES
PLUS ACTIFS

63% DES ACTIFS
ONT ENTRE **18 - 34**
ANS

60% DES VIDÉOS SONT VUES
AVEC LE SON
25 M D'ENTREPRISES ONT
UN COMPTE
90% DES UTILISATEURS SUIVENT
AU MOINS UNE MARQUE
81% DES UTILISATEURS
DÉCOUVRENT DES NOUVEAUX
PRODUITS SUR INSTAGRAM

ANNEXE 14 (suite) : Les réseaux sociaux qui comptent en 2022 (extrait)



TIK TOK



LINKEDIN



PINTEREST



TWITTER

**DANS 155 PAYS
ET 75 LANGUES**

1 MILLIARD
D'ACTIFS PAR MOIS

167 MILLIONS/MIN
VUES DE VIDÉOS

9 OUVERTURES EN MOYENNE
DE L'APPLICATION PAR JOUR

90%
DES UTILISATEURS SE
CONNECTENT TOUS LES
JOURS

52 MINUTES
TEMPS MOYEN PAR JOUR

66% DES UTILISATEURS ONT
ENTRE 16 ET 34 ANS

35%
DES UTILISATEURS ONT DÉJÀ
PARTICIPÉ À UN CHALLENGE

67%
DÉCOUVERTE DE
NOUVEAUX PRODUITS
GRÂCE À LA PUB

PLATEFORME AVEC LE TAUX
D'ENGAGEMENT LE PLUS ÉLEVÉ

800 MILLIONS
DE MEMBRES
DANS 200 PAYS

400 MILLIONS
D'ACTIFS PAR MOIS

1^{ER} RESEAU SOCIAL
PROFESSIONNEL DANS
LE MONDE

12 MILLIONS DE

57% DES UTILISATEURS Y
ACCÈDENT AVEC LEUR MOBILE

81 CANDIDATURES
ENVOYÉES PAR SECONDE

60% DES MEMBRES
ONT ENTRE 25 ET 34 ANS

6000 PERSONNES
EMBAUCHÉES CHAQUE JOUR

€ 40M EN RECHERCHE D'EMPLOI
PAR SEMAINE

46M D'ÉTUDIANTS
ONT UN COMPTE LINKEDIN

58M D'ENTREPRISES
ONT UN COMPTE

20M D'OFFRES D'EMPLOI
SUR LINKEDIN JOBS

454 MILLIONS
D'ACTIFS PAR MOIS

20 MILLIONS
EN FRANCE

85% DES RECHERCHES
SUR MOBILE

77%
DES MEMBRES
SONT DES FEMMES

ÂGE MOYEN DES UTILISATEURS
ACTIFS :
20-30 ANS

PLUS DE 4 MILLIARDS
DE TABLEAUX CRÉÉS

PLUS DE 200 MILLIARDS
D'ÉPINGLES ENREGISTRÉES

97% DES RECHERCHES N'INCLUT
PAS LE NOM D'UNE MARQUE

80% CONSIDÈRENT QUE LA PLATE
FORME LES A RENDUS + POSITIF

LES ÉPINGLES AVEC «NOUVEAU»
DANS LE TITRE ONT 9 FOIS PLUS DE
VISIBILITÉ

TEMPS MOYEN PASSÉ
SUR PINTEREST
14 MIN/SESSION

2M RECHERCHES PAR
MOIS

397 MILLIONS
D'ACTIFS PAR MOIS

500 MILLIONS
DE TWEETS PAR JOUR

80%
SUR MOBILE

44%
DES MEMBRES N'ONT
JAMAIS TWEETÉ

71% DES UTILISATEURS
Y CONSULTENT L'ACTUALITÉ

125M. DE HASHTAGS SONT
POSTÉS CHAQUE JOUR

DURÉE DE VIE D'UN TWEET
30 MINUTES

TEMPS MOYEN
PASSÉ SUR TWITTER
5,6 H PAR MOIS

92% DES MARQUES POSTENT DES
TWEETS + D'UNE FOIS PAR JOUR

67% DES ENTREPRISES UTILISENT
TWITTER POUR DU MARKETING

UN TWEET AVEC UNE VIDÉO
OBTIENT 10 FOIS + D'ENGAGEMENT

Source : <https://www.bridge-communication.com>

ANNEXE 15 : Le réseau IAD confirme son professionnalisme avec les avis Immodvisor

Depuis 2017, le réseau de mandataires IAD a collecté 87 177 avis garantis par Immodvisor et affiche un taux de satisfaction client de 96 % et un taux de recommandation de 99 % ! Ces résultats excellents lui permettent d'affirmer le professionnalisme et la réussite de ses près de 15 000 conseillers immobiliers.

Pionnier des avis clients, le réseau IAD a tout de suite vu l'importance des avis comme levier de réassurance. La satisfaction client est la priorité des conseillers et leur engagement avec Immodvisor en est la preuve.

« En 2017, nous avons cherché une solution d'avis clients fiable, spécialiste de l'immobilier, capable d'assurer l'authenticité de chaque avis IAD France. Immodvisor s'est alors imposé comme une évidence », affirme Laurent Molin, directeur marketing du réseau de mandataires.

En effet, le spécialiste des avis clients immobiliers assure une note incontestable aux professionnels et aux particuliers, grâce à sa certification AFNOR (norme ISO20488).

« Avant publication, chaque avis est vérifié minutieusement par notre équipe de modération nantaise, nous nous assurons notamment de l'authenticité du dépositaire d'avis et de la prestation. Grâce à notre plateforme d'avis ouverte aux avis spontanés et à la mise en place de la Blockchain, nous nous positionnons comme tiers de confiance sérieux et rassurant pour les Français », affirme Aude Salathé, directrice succès client chez Immodvisor.

Un outil ergonomique et simple

La satisfaction client est au cœur de la communication du réseau IAD, qui met en avant sa note Immodvisor aussi bien sur leurs spots TV, que sur leur site internet, les flyers, les guides à destination des vendeurs et acquéreurs, etc. Les conseillers animent également leurs réseaux sociaux avec leurs avis Immodvisor.

« L'outil est très ergonomique et simple à utiliser, j'aime particulièrement la fonctionnalité pour partager un avis sur Facebook et LinkedIn. En quelques clics je choisis mon avis, une image, les couleurs et il est diffusé en temps réel sur mes pages, c'est un jeu d'enfant », affirme David Pantarotto, conseiller IAD et utilisateur de la solution Immodvisor depuis 2017.

[...]

Source : <https://www.immomatin.com>, 17 Novembre 2021

ANNEXE 16 : Professionnels de l'immobilier, maîtrisez votre E-réputation !

[...]

Ainsi, quand un internaute cherche un professionnel, avant même de visiter son site, il a accès à ses photos, son adresse ou encore à une note de satisfaction client. Il s'agit donc d'un média très puissant. Google ne contrôle pas les avis publiés : alors que les avis se limitaient avant à certains secteurs (restauration, hôtellerie, tourisme), de nombreux avis sont diffusés chaque jour sur des millions d'établissements, incluant bien sûr les professionnels de l'immobilier. [...] Lorsque les internautes s'expriment au sujet d'une marque ou d'un professionnel, cela vient façonner son e-réputation. Ces potentiels créateurs de contenus sont nombreux : employés, clients, concurrents, médias... Le "bouche-à-oreille numérique" se construit donc en permanence, à partir d'un flot d'informations dont certaines peuvent échapper à la marque.

[...]

« Il faut 20 ans pour construire une réputation et cinq minutes pour la détruire », Warren Buffet

Les réseaux sociaux

Dans l'immobilier, les réseaux les plus plébiscités sont YouTube et Facebook, mais aussi Instagram, LinkedIn et Pinterest. Ces contenus, dont la durée de vie est plus ou moins éphémère selon les plateformes, contribuent à la notoriété de l'entreprise sur Internet.

Agents, constructeurs, courtiers ou encore promoteurs sont de plus en plus nombreux à être présents sur les médias sociaux. Ils les utilisent pour partager des informations, publier des annonces et faire valoir leur expertise, afin d'attirer de nouveaux prospects ou de fidéliser leurs clients. Les contenus partagés et le discours tenu par les entreprises elles-mêmes constituent leur image et participe à leur e-réputation. Selon une étude de Saper Vedere, 56% des crises d'images ont pour origine une mauvaise communication de l'entreprise.

Les informations trouvées sur les réseaux sociaux (pages, publications, photos, avis, commentaires...) enrichissent les connaissances et aiguillent les français dans leurs choix. En effet, lors de la constitution de son projet, le particulier souhaite bénéficier d'un maximum de données pour lever les incertitudes et être rassuré.

D'après une étude réalisée par PVI pour son baromètre Digimmo, auprès d'individus ayant récemment acheté un bien, 60% d'entre eux ont utilisé au moins un réseau social, principalement Facebook. Les réseaux sociaux sont utilisés pour rechercher des informations, des biens mais aussi pour prendre contact avec les vendeurs.

Les avis clients sur les réseaux sociaux ont un poids indiscutable dans le choix du professionnel. Très visibles sur les pages des entreprises, les avis Facebook et la note associée sont également repris comme source d'avis, dans les "Avis des internautes" des fiches Google My Business. Ils ont donc une grande force de frappe.

Comme les blogs et les forums, les réseaux sociaux sont par excellence le lieu où les internautes prennent la parole au sujet des professionnels de l'immobilier. Ils alimentent l'image subie d'une marque, via les avis et les commentaires déposés.

Les sites d'avis en ligne représentent un espace dédié pour les internautes qui souhaitent s'exprimer au sujet d'une entreprise.

Ces plateformes jouent un rôle central, car les avis clients constituent la matière première de l'e-réputation.

Aux premières loges : les avis Google, que l'on retrouve dans les fiches Google My Business. Il s'agit des avis les plus visibles du web, puisqu'on y accède dès les résultats de recherche Google, dans le Pack Local et sur Google Maps. Avant même de cliquer sur le site d'un professionnel, l'internaute reçoit une information sur son e-réputation, grâce à la note et aux étoiles.

Selon le baromètre PagesJaunes, 60% des Français déposent des avis en ligne. Ils les consultent également pour chercher de l'information, puisqu'ils sont 75% à prioriser les professionnels qui ont déjà des avis.

De plus, 67% des Français pensent que les avis en ligne représentent le principal vecteur de réputation d'un professionnel.

Source : <https://business-immovisor.com>, 15 septembre 2021

ANNEXE 17 : Emploi du temps de Mme Bouali

Elle souhaite s'accorder 10 semaines de congés à l'année.

4 semaines par an seront consacrées aux salons, séminaires et formations.

Le vendredi sera consacré aux tâches administratives.

2 jours par semaine seront consacrés au suivi de ses dossiers clients, aux visites acquéreurs.

Un rendez-vous de prospection dure 1h30 (déplacement inclus).

Mme Bouali a prévu de travailler 6 heures par jour et 5 jours par semaine.

Alexis Merluzzi, qui connaît les pratiques et le potentiel du secteur, estime que 10% des flyers distribués donneront lieu à un contact, et qu'un contact sur 20 conduira à un RDV finalisé de prospection.

Source : interne

ANNEXE 18 : Extrait Statistiques Pays Cœur d'Hérault

LOGEMENTS

44 284 logements (INSEE) dont 80% de résidences principales, 10,2% de logements vacants, 5,7 % de logements sociaux.

POPULATION

85 789 habitants.

Communauté de Communes du Clermontais : 28 593 habitants

Communauté de Communes du Lodévois Larzac : 14 947 habitants

Communauté de Communes de la Vallée de l'Hérault : 42 249 habitants

Source : www.coeur-herault.fr..., 25 mars 2022

ANNEXE 19 : Résultats de la prospection

Les résultats de prospection sont ventilés selon le type de mandat. Les mandats simples contribuent à hauteur de 60% du chiffre d'affaires. Le reste du chiffre d'affaires est donc issu des mandats exclusifs.

4 % des RDV ont donné lieu à une signature de mandat exclusif. Un sur deux aboutit à une vente.

Une vente moyenne est de 195 000€ ; la commission prise par l'agent est de 7%.

Source : interne

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie. Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

CAPLP EXTERNE – ÉCONOMIE GESTION

Option

Commerce et vente

► Concours externe du CAPLP de l'enseignement public :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFE	8013J	101	9311

► Concours externe du CAFEP/CAPLP de l'enseignement privé :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFF	8013J	101	9311

► Troisième concours du CAPLP de l'enseignement public :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFV	8013J	101	9311

► Troisième concours du CAPLP de l'enseignement privé :

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EFw	8013J	101	9311

