

Transactions

Le courtier doit penser global dans un marché local

Le métier du courtage a dû se réinventer avec l'arrivée d'internet. Mais son rôle reste essentiel

Laurent Buschini

Quel rôle tient le courtier à l'heure où internet a capté l'essentiel des informations immobilières? Est-il encore nécessaire de passer par lui pour réaliser une transaction? Une table ronde organisée jeudi dernier au Palais de Beaulieu par la section vaudoise de l'Union suisse des professionnels de l'immobilier (USPI Vaud) a abordé ces questions avec plusieurs acteurs du secteur.

Alors, ce courtier, en a-t-on encore besoin? Jacques Emery, responsable des ventes chez Naef Prestige/Knight Frank, en est convaincu. «Le processus de courtage est long. Le courtier commence par évaluer un terrain, un immeuble ou une maison. Il fixe le bon prix. On parle souvent de l'étape de mise sur le marché, mais il y a des étapes en amont et en aval qui sont aussi importantes. Le rôle du courtier est d'aider le mandant à définir le prix pour qu'il puisse vendre son bien au mieux mais aussi d'aider l'acquéreur dans ce processus qui n'est pas simple avec les lois et les règles de financement. Le courtier va donc toujours être utile pour gérer toutes ces étapes.»

Philippe Cardis, associé, administrateur délégué et CEO de Cardis Sotheby's International Realty, abonde. «La question, on se l'est posée il y a vingt ans avec l'arrivée d'internet. Jusqu'à alors, la valeur ajoutée du courtier, c'était la connaissance. Il savait qui vendait et qui achetait. Il suffisait de les mettre ensemble pour effectuer la transaction. Avec internet, le métier s'est transformé. Aujourd'hui, il y a toute une série d'outils qui aident le courtier dans son travail. Mais la dimension humaine du travail s'est beaucoup développée.»

Philippe Cardis ne pense pas que les sites internet remplacent le courtier. «Toutes les aides amènent au client une foule d'informations. Mais comme trop souvent trop d'information tue l'information. Au final, le rôle du courtier devient celui de conseiller. Par rapport au vendeur, la clé



La relation du courtier avec sa clientèle est une des plus-values qui font qu'on recourt toujours à ses services pour trouver un bien immobilier. CORBIS

Vers une «ubérisation» du courtage?

● L'ubérisation du courtage est inévitable, assure Bertrand de Sénepart, architecte actif auprès de fonds de placement immobiliers. «Quel est le but du courtier? Mettre en relation un acheteur et un vendeur autour d'un bien immobilier pour aboutir à une transaction. L'intérêt du vendeur est de trouver le maximum de personnes intéressées par un achat immobilier. Les sites immobiliers sur internet couvrent ce service depuis longtemps et ils occupent depuis des années une place importante sur le marché. Mais ils offrent à l'heure actuelle des informations trop limitées. En fait, celles que le propriétaire veut bien fournir. Mais ils vont pouvoir à l'avenir donner une information plus globale et interactive. Prenons l'application Uber pour se déplacer

dans une ville: elle me localise, ensuite elle me montre en temps réel l'emplacement des voitures que je peux commander. Le chauffeur m'appelle, j'ai un contact direct et focalisé. Pourquoi ne pas faire la même chose avec le courtage? Un vendeur de bien immobilier pourrait connaître le profil de tous les acheteurs potentiels dans une zone donnée. Un acheteur pourrait analyser tous les biens immobiliers qui correspondent à sa recherche dans un espace géographique défini. Un site comme ImmoScout24, par exemple, planche déjà pour développer ce genre d'application Big Data.»

Bertrand de Sénepart imagine que les sites pourront à l'avenir offrir des informations standardisées très complètes sur un bien

immobilier, allant de sa dimension à son estimation en passant par le calcul des hypothèques, des informations financières, techniques, du Registre foncier, la structure des baux, etc. «Aujourd'hui, je reçois des dossiers de différentes sources mais pour le même objet qui comprennent des informations parfois contradictoires. Il ne faut pas me dire que tous les courtiers ont fait leur travail de conseil et d'accompagnement correctement. Il y a peu ou pas de service après-vente une fois la transaction signée chez le notaire.» En fait, le salut du courtier ne se trouve que dans les services à haute valeur ajoutée, selon Bertrand de Sénepart.

Une évolution du métier de courtier à laquelle Philippe Cardis, associé, administrateur délégué et

CEO de Cardis Sotheby's International Realty, ne croit pas. «L'ubérisation a déjà eu lieu avec l'arrivée d'internet il y a vingt ans. Mais il n'y a pas de programme informatique pour comparer valablement deux objets immobiliers. Car, par définition, un objet immobilier est unique. Je suis convaincu que le courtier a un bel avenir. Il tient le rôle d'un délégué à la recherche d'un bien unique. Et en Suisse ses clients sont pour la grande majorité des trentenaires ou des quadragénaires qui vivent la période la plus occupée de leur vie, tant sur le plan professionnel que familial. Ils sont largués sous le flot d'informations que l'on trouve sur internet. Ils ont donc besoin d'un facilitateur. Et cela pour tous les types de biens, et pas seulement les objets du luxe.»

du bon courtier est d'arriver à positionner l'objet à un bon prix. Un objet placé sur le marché à un prix correct se vend vite et bien. Un objet placé trop haut, ce qui est le souhait de 99% des propriétaires lorsqu'on va le trouver, ne se vend pas, se dévalorise et finit par se vendre à un prix nettement plus bas. De la même manière, pour les acquéreurs, faire appel à un courtier, c'est s'adresser à quelqu'un qui saura comprendre ses besoins et trouver le bon dossier qui correspond à ses attentes.»

Remise en question

Internet a aussi entraîné une globalisation du marché, et pas seulement dans le marché du luxe. Actif dans des fonds de placement immobiliers, l'architecte Bertrand de Sénepart assure que dans l'immobilier commercial aussi les grands acteurs sont de niveau mondial. «Les courtiers ont leur place sur le marché. Mais ils doivent se remettre en question. Le marché de proximité doit se réinventer. Le courtier doit le connaître, trouver les opportunités, rechercher et motiver les vendeurs et les acheteurs. Car tout le monde cherche à faire une transaction.»

Philippe Sormani, associé et président de la société de conseil IAZI-CIFI, est convaincu que la concurrence est le mot-clé. «Les changements technologiques sont là. Mais le côté personnel, humain, intelligent du courtier, le big data (*ndlr: les don-*

nées quantitatives), ne le fera pas. Les sociétés comme la nôtre ont apporté de la transparence dans l'information. Cela a apporté de la confiance. Il faut que les courtiers maîtrisent ces technologies nouvelles. Elles sont à disposition. Qu'ils les utilisent pour servir leurs clients de meilleure manière.»

Marché de proximité

Car le marché de l'immobilier ne se résume pas à des données quantitatives. C'est d'abord un marché de proximité qu'il s'agit de connaître. «Quand on me demande le prix du neuf à Pully, je réponds que cela varie entre 6000 et 25000 francs, explique Philippe Cardis. Et cela sur 300 mètres de distance.» Jacques Emery cite Cologny (GE). «En trois ans il y a eu une baisse de 30% du prix du terrain, passant de 5000 à 3500 francs.» Un usage prudent des données quantitatives que Bertrand de Sénepart illustre par une boutade: «Ce qui est rare est cher. Les logements bon marché sont rares, donc ils sont chers! Ce qui montre que le marché est complexe à analyser. La connaissance de son micro-système est importante.»

Une technologie de l'information quantitative qui demande à être utilisée de façon adéquate. «Le gros danger avec le développement des technologies, c'est que beaucoup de courtiers les utilisent pour faire un travail de masse et non un travail pointu,

déplore Philippe Cardis. Or les nouvelles technologies doivent permettre d'identifier dans la masse d'information ce qui est bon et ce qui ne l'est pas. Le courtage de demain, c'est d'avoir des courtiers qui mettent de l'intelligence et un esprit critique dans le système informatique.» Jacques Emery voit même une chance dans l'augmentation des données quantitatives. «Utiliser les technologies demande de la discipline. Ceux qui les maîtrisent et qui maîtrisent les lois arriveront mieux à guider leurs clients.»

Car, non contents d'évoluer sur des marchés complexes, les courtiers doivent aussi tenir compte de l'impact des politiques publiques. «Les conséquences de la loi sur l'aménagement du territoire (LAT) ont pour conséquence de geler l'activité immobilière dans certaines communes, assure Philippe Cardis. Les projets sont toujours plus difficiles à mener, ce qui a pour conséquence de valoriser l'existant.»

Jacques Emery cite la zone de développement, à Genève. «La zone va amener la création de 7000 à 8000 appartements. On doit prendre cela en considération pour l'ensemble du marché du logement à Genève.» Philippe Sormani rappelle la mise en œuvre de l'initiative «Contre l'immigration de masse» qui va de facto entraîner une limitation de la demande. Le courtage évolue donc. Mais le courtier demeure.



Catherine Michel

Présidente de l'USPI Vaud



Bertrand de Sénepart

Architecte



Philippe Cardis

Associé et CEO Cardis Sotheby's



Jacques Emery

Responsable ventes Naef Knight Frank



Philippe Sormani

Président du CA IAZI-CIFI

Le profil du métier

● Quel doivent être les qualités du courtier? Pour Catherine Michel, présidente de la section vaudoise de l'Union suisse des professionnels de l'immobilier (USPI Vaud), le courtier doit être à l'écoute, se montrer altruiste. «Il doit se mettre à la place de son interlocuteur. Il doit aussi être créatif pour faire ressortir une maison à vendre parmi toutes les offres sur le marché.»

Sans oublier l'aspect humain du métier, qui est crucial. «Je constate qu'il y a trop souvent une vision à court terme, déplore Catherine Michel. Le courtier se dit: «J'ai une transaction en vue, je mets toute mon énergie pour la réaliser, sans me soucier du souvenir qu'en auront les gens.» Cela m'attriste. On

se soucie trop peu de sa réputation sur le long terme, et du bouche à oreille. Si cela se passe mal, les gens vont s'en souvenir. Si on a apporté une plus-value, les gens vont aussi s'en rappeler dans le bon sens.»

L'avenir du métier, la présidente de l'USPI Vaud le voit dans l'amélioration de la formation. «En Suisse romande, il y a moins de 100 personnes qui sont titulaires du brevet fédéral de courtier, qui existe depuis 2005. Dans les années d'euphorie que nous avons connues lors de la décennie précédente, la formation a sans doute été négligée. Au vu du marché actuel qui est plus difficile, la clé du succès c'est également d'être bien formé, de connaître les spécificités juridiques et techniques qui nous sont demandées.»