

DAY-TO-DAY

12.2021

DE L'AGENT IMMOBILIER

Agent immobilier, voici le dossier indispensable pour gérer vos activités au jour le jour ! Fiscalité, déontologie, comptabilité, jurisprudence, RH ou encore management, nous vous donnons les clés pour faciliter votre gestion au quotidien. Une question, une suggestion de thèmes à aborder ? **Contactez-nous via federia@federia.immo** !

En collaboration
avec Anthemis



GESTION

QUELQUES RÈGLES D'OR POUR UNE TRANSMISSION RÉUSSIE

La transmission d'une entreprise est un processus assez long qui peut s'estimer en plusieurs années. Il est donc important de s'y préparer et d'avoir tous les atouts en main pour la réussir.

Êtes-vous prêt ? Est-ce le bon timing ?

Cette question est un élément essentiel dans le processus de transmission. Certains cédants s'accrochent à leur entreprise coûte que coûte et, malgré leur discours, ne sont pas prêts à céder. Ils trouvent une multitude d'excuses. Le cédant doit pourtant s'y préparer psychologiquement en se projetant dans l'avenir et réfléchir à ce qu'il fera après avoir vendu.

Il doit pouvoir également estimer ses besoins pour s'assurer un avenir financier sûr. Il est important qu'il puisse conserver le même niveau de vie après la cession. Si ce n'est pas le cas, il se peut que la transmission soit postposée car la réalité économique s'imposera souvent face aux envies de cession des vendeurs. Ce point est essentiel, surtout dans le cadre d'une transmission familiale.

Mon entreprise suggère la reprise

L'agence doit être présentée sous son plus beau profil et ne doit pas être ni trop grasse ni trop maigre. Par exemple, il n'y a aucun intérêt à y laisser un excédent de cash que les repreneurs devront payer. Il n'est pas judicieux de se retrouver avec des actifs non nécessaires à l'activité (voiture, ancien bâtiment...). Il ne faut pas handicaper la cession de ces actifs qui alourdiront la reprise.

Un audit des comptes sera probablement nécessaire afin que ceux-ci présentent une image fidèle du patrimoine et affichent la rentabilité réelle de l'agence. Ces travaux permettront de rendre l'agence plus attractive et de restreindre tout débat

lors de la négociation. Impossible de valoriser correctement une entreprise si elle ne dispose pas d'une rentabilité affichée importante.

On fait comme si on ne vendait pas

L'expansion de l'entreprise ne doit pas être freinée par des problèmes liés à la transmission. Tant que la société n'est pas vendue, il faut continuer à investir et à la gérer normalement. Ne laissez pas le candidat acquéreur s'immiscer dans la gestion tant que la cession n'est pas officialisée.

Ne négligez aucune piste

Le cédant peut trouver son repreneur parmi sa famille, son personnel ou même ses concurrents. Il faut consulter préalablement son entourage, surtout si un proche travaille déjà au sein de l'agence, tout comme envisager la reprise éventuelle par un membre du personnel qui peut être la personne la mieux placée pour reprendre et pérenniser l'exploitation de l'agence. Aucune piste ne doit être négligée et il faut être à l'écoute de toutes les opportunités car elles ne seront pas nombreuses.

>>



Entourez-vous d'experts

Le cédant doit consacrer du temps et de l'énergie à sa cession. Il s'agit de l'opération la plus importante de sa carrière et il est peu armé pour cette opération. Par exemple, le cédant, qui s'est beaucoup investi pour amener l'agence là où elle est, aura tendance à la surestimer. Connaître sa valeur est donc primordial, même si ce n'est pas forcément le prix final de la transaction. Cela permettra de fixer une base réaliste à la négociation. Le recours à un expert permet d'objectiver le débat. Le recours à un juriste peut s'avérer nécessaire pour éviter les écueils d'une convention.

Sandy Froesch

Expert-comptable stagiaire I.T.A.A.

Conseil. Vendre son entreprise n'est pas chose facile et il est important de bien s'entourer. Il s'agit d'un processus long de plusieurs années. Des professionnels peuvent vous guider et vous accompagner tout au long de celui-ci. Des aides financières ont été mises en place pour permettre aux entreprises de bénéficier d'un diagnostic complet et d'être conseillées par un professionnel.

La cession d'une entreprise est un processus long et doit se préparer. Il est indispensable pour une transmission réussie que le dirigeant soit prêt psychologiquement à céder et que l'entreprise affiche une image attrayante pour l'acquéreur potentiel.

ASSURANCE

QUELLES ASSURANCES SOUSCRIRE POUR SON AGENCE IMMOBILIÈRE ?

Pouvoir exercer sereinement son activité d'agent immobilier passe notamment par la souscription des bonnes garanties d'assurance. La présente contribution entend rappeler les polices incontournables qui assureront la pérennité de votre agence.

Assurer le lieu d'activité

Si l'agent immobilier est propriétaire de l'immeuble affecté à l'exercice de son activité, il veillera à l'assurer contre l'incendie et les périls dits "annexes", en déterminant le capital à garantir. Les risques visés sont notamment la foudre, l'explosion, l'implosion, la chute ou le heurt de véhicules ou d'animaux.

Cette police comprend également la couverture des dégâts causés par l'électricité, les attentats et conflits du travail, la tempête, la grêle, la pression de la neige ou de la glace, les catastrophes naturelles, l'eau, le bris de vitre et le vol, ainsi que les pertes indirectes. Elle couvre aussi la responsabilité assumée du fait de cet immeuble.

Si l'agent immobilier est locataire du bâtiment affecté à l'exercice de son activité, il n'aura pas à assurer le bâtiment (cela incombe au propriétaire) mais plutôt sa responsabilité locative. L'assurance R.C. "risques locatifs" est une assurance de responsabilité visant à garantir l'obligation de restitution en fin de bail dont le locataire est titulaire vis-à-vis de son bailleur, pour le cas où l'immeuble viendrait à périr en tout ou en partie dans un incendie, une tempête...

Qu'il soit locataire ou propriétaire, l'agent immobilier souscrira enfin une assurance visant à protéger le contenu de son agence contre les différents périls cités ci-avant. À ce titre, une couverture des archives peut être prévue.

Assurer la responsabilité de l'agence

Responsabilité contractuelle. S'il commet une faute dans l'exercice du mandat qui lui est confié, par exemple dans le cadre du devoir de conseil et d'information qui lui incombe, l'agent immobilier est susceptible d'engager sa responsabilité

contractuelle vis-à-vis de son client et d'être tenu à la réparation du dommage que celui-ci a subi.

Responsabilité extracontractuelle. Il peut également voir sa responsabilité délictuelle être engagée par un tiers, l'acheteur par exemple, pour ne pas lui avoir renseigné les vices dont est atteint l'immeuble et dont il a connaissance.

L'obligation d'assurance. Comme de nombreux autres professionnels, l'agent immobilier a l'obligation déontologique d'assurer sa responsabilité civile professionnelle.

Police collective. Dans un souci de protection des consommateurs, l'Institut Professionnel des Agents Immobiliers (I.P.I.) a souscrit une police d'assurance collective couvrant ses membres, le paiement de la prime étant inclus dans la cotisation. C'est actuellement Axa qui couvre la responsabilité des agents immobiliers enregistrés à l'I.P.I. Cet assureur prendra la direction du procès et veillera à la défense des intérêts de l'agent vis-à-vis de celui qui l'assigne.

Les autres assurances utiles

L'assurance protection juridique permet à l'agent immobilier, en cas de litige qui ne relève pas de sa responsabilité civile professionnelle (poursuites disciplinaire, récupération de commission...), de déléguer à son assureur le coût de l'intervention d'un avocat, d'un huissier ou d'un expert, ce qui

doit être de nature à lui permettre d'exercer pleinement ses droits en justice.

L'assurance revenu garanti pour l'agent immobilier en personne physique ou l'assurance contre les pertes d'exploitation en cas d'exercice en société, permettent de préserver au mieux leurs patrimoines respectifs en cas d'interruption forcée et involontaire (accidentelle) de l'activité, laquelle entraîne une diminution, voire une suppression, des rentrées financières de l'agent.

L'assurance D&O couvre les fautes de gestion commises par l'agent en tant que dirigeant d'une société, dans l'exercice de sa fonction. Elle protège le patrimoine privé du dirigeant et prend en charge ses frais de défense, tant au civil qu'au pénal.

Florent Stockart et Bruno Devos

*Avocats au cabinet elegis-LEB,
barreau de Liège-Huy*

Trouver la couverture d'assurance la plus adaptée à la situation de l'agent immobilier implique une comparaison des différentes polices présentes sur le marché, certes au niveau des primes, mais aussi par rapport à l'étendue des garanties et du capital couvert, au montant de la franchise et des plafonds, ainsi qu'aux clauses d'exclusion ou de déchéance.

FISCAL

LES LOCAUX DE L'AGENCE IMMOBILIÈRE : LOCATION, ACHAT, DÉMEMBREMENT ? QUELLE FORMULE PRIVILÉGIER DANS QUELS CAS ? (PARTIE 2)

L'objet de cette contribution, qui se déclinera en trois parties, est d'offrir un aperçu des enjeux fiscaux relatifs aux locaux de l'agence immobilière selon que ceux-ci sont loués ou achetés. Après la location, concentrons-nous cette fois sur l'acquisition.

Un financement sur du brut

Le prix d'acquisition de l'immeuble acquis par l'agence immobilière sera amorti comptablement, en principe selon des annuités de 3 %. Les amortissements ainsi actés seront déductibles fiscalement, de sorte que le prix sera financé à partir de revenus bruts de l'agent immobilier, qu'il agisse en société ou en personne physique.

La déduction des frais

Dès lors qu'il est affecté professionnellement, les charges relatives à l'immeuble sont également **déductibles** et donc financées au moyen de revenus bruts. L'agent immobilier, personne physique ou société, pourra donc déduire les frais accessoires à l'acquisition de l'immeuble (frais de notaire et droits d'enregistrement) mais aussi les intérêts de l'emprunt qu'il aurait contracté dans le cadre de cette acquisition, le précompte immobilier, les frais d'entretien et toutes les charges diverses relatives à l'immeuble.

La mise à disposition de l'immeuble à titre privé

Lorsque l'immeuble est acquis par une société exerçant l'activité d'agent immobilier et que cette dernière met gratuitement une partie de l'immeuble à disposition de son dirigeant à des fins d'habitation, ce dernier est imposable à l'impôt des personnes physiques sur **un avantage de toute nature**.

>>

Cet avantage est calculé selon la formule suivante : **revenu cadastral indexé (de la partie d'immeuble mise à disposition gratuitement) $\times 5/3 \times 2$** .

Lorsque l'immeuble est acquis par l'agent immobilier exerçant en personne physique, la quote-part de frais déductibles est limitée à la partie de l'immeuble effectivement affectée à l'activité professionnelle.



L'acquisition des locaux de l'agence immobilière présente de nombreux attraits sur le plan fiscal. Ceux-ci tiennent à la déduction des amortissements actés sur l'immeuble et des frais y afférents. Ces avantages ne doivent toutefois pas occulter la charge fiscale supplémentaire relative à la mise à disposition gratuite d'une partie de l'immeuble pour l'habitation de l'agent ainsi que le régime fiscal de la plus-value immobilière qui serait réalisée à terme.

La plus-value immobilière

Lorsque l'immeuble est vendu par une société, la plus-value fera partie du **bénéfice imposable** de la société, taxable en principe au taux de 25 %.

Pour les personnes physiques, la plus-value sera en principe imposée au taux de 16,5 % lorsque l'immeuble est affecté à l'exercice de l'activité professionnelle depuis plus de 5 ans au moment de sa revente. Si l'immeuble est cédé endéans les 5 ans, la taxation se fait au barème progressif par tranches de l'impôt des personnes physiques, comme tout autre revenu professionnel.

La plus-value imposable, tant à l'impôt des personnes physiques qu'à l'impôt des sociétés, sera égale à la différence entre la valeur de réalisation de l'immeuble (le prix de vente) et la valeur nette comptable de l'immeuble, celle-ci ayant été réduite au fur à mesure du temps par les amortissements actés. Ceci aboutit à un "effet de rattrapage" qui peut entraîner une fiscalité très lourde "à la sortie".

Afin d'atténuer l'impact de la taxation sur la trésorerie de l'agence immobilière, il peut être envisagé de recourir au mécanisme de la **taxation étalée**.

François Collon

Avocat au barreau de Bruxelles

UNE OFFRE D'EMPLOI PERMET-ELLE ENCORE D'ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS À L'ÈRE DE LA TOUTE-PUISSANCE DES RÉSEAUX ?

Pénurie ! Voilà le terme le plus utilisé actuellement lorsqu'il s'agit de décrire le marché du travail et de l'emploi. Un terrible paradoxe puisque nous devons dresser un double constat : d'une part, un nombre important d'emplois vacants, et, d'autre part, un volume de demandeurs d'emploi (peu qualifiés en grande majorité, il faut le reconnaître) qui reste trop élevé. Pour surmonter ces écueils, la communication de votre offre d'emploi, sa diffusion et la gestion de l'"expérience candidat" peuvent vraiment faire la différence. Une simple question de méthode.

Adapter les arguments à la réalité du travail et aux attentes

Une offre d'emploi ne peut plus être considérée comme une chance que l'on offre à qui voudra la saisir... L'évolution du marché du travail au cours de ces dernières années a inversé le "rapport de force". Il s'agit d'interpeller, de séduire, de susciter l'envie et le désir de vous rejoindre. La validation des compétences requises vient dans un second temps. C'est pourquoi le descriptif de votre organisation - et de ce qui la rend "particulière" - est l'absolue priorité. Le descriptif de fonction doit bien sûr figurer en bonne place dans la structure de votre communication, mais il est sage de ne pas être trop



"pointu" ou restrictif, au risque de passer à côté de profils différents qui pourraient donner un nouvel élan à votre organisation. Enfin, concernant le descriptif des avantages que vous prévoyez d'offrir à vos futurs collaborateurs, le package salarial est, dans tous les cas, l'objet d'une négociation. Alors que nous entrons dans l'ère post-Covid, les questions de flexibilité (dont la possibilité de travail à distance), de mobilité et de bien-être, occupent une position centrale parmi les signaux positifs que recherchent les candidats.

Diffuser massivement... ou pas !

Une règle d'or et une seule en 2022 : votre diffusion sera "phygital" ou ne sera pas ! Ce qui veut dire ? La diffusion de votre offre d'emploi devrait idéalement "mixer" les canaux physiques (rencontre directe avec les candidats) et digitaux (réseaux sociaux soutenus par une sélection de moteurs de recherche généralistes tels que StepStone, Indeed, Monster... ou spécialisés dans votre secteur d'activités). La diffusion massive génèrera automatiquement un flux de candidatures important. Le poids que vous mettez dans votre investissement média dépend dès lors de votre capacité à gérer les réponses (rapides, pour ne pas dire immédiates) aux candidats.

La puissance du relationnel

Rien ne remplace la qualité d'une recommandation personnelle émanant d'une personne de confiance... Votre offre d'emploi a également pour vocation de "réveiller" celles et ceux qui vous connaissent et de les amener à réfléchir aux profils intéressants qui évoluent dans leurs cercles respectifs. Dans tous les cas, partagez vos besoins avec l'ensemble de vos réseaux professionnels et personnels afin d'élargir votre base de travail en matière de recrutement. Un dernier conseil peut-être... Le hasard des rencontres peut-il jouer en votre faveur ? Oui, définitivement oui. Lorsque vous croisez un candidat potentiel, même non déclaré, ne le laissez jamais filer si vous voyez, en elle ou lui, un possible collaborateur. On ne prévoit pas de se rappeler bientôt... Non, on prend rendez-vous immédiatement, voire, mieux encore, on s'assied afin d'envisager quel pourrait être notre futur commun.

Une offre d'emploi, c'est aussi voir avant tout l'opportunité de transmettre un message positif au marché, de partager au plus grand nombre votre identité en tant qu'employeur. En adoptant une approche cohérente combinant les réseaux physiques et digitaux, vous trouverez celui ou celle qui viendra étoffer les rangs de votre équipe.

Jean-Paul Erhard

Managing Partner Peoplesphere

**SUR WWW.FEDERIA.IMMO.FR/PUBLICATIONS,
RETROUVEZ L'ENSEMBLE DES DAY-TO-DAY.**