

# DAY-TO-DAY

06.2022

## 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](mailto:federia@federia.immo)** !

En collaboration  
avec Anthemis



### RESSOURCES HUMAINES

## QUI VEUT SA GOMMETTE VERTE ?

Vous souvenez-vous de la fierté que vous ressentiez petite fille ou petit garçon quand, après une longue journée, vous rentriez à la maison avec une gommette verte ou un "bon point" ? Pensez-vous réellement que, parce qu'il/elle a grandi, votre collaborateur/trice a oublié cette sensation ou qu'il/elle peut désormais se passer de savoir ce que vous pensez de lui/d'elle ?

Que vous lui donniez la forme d'une discussion, d'un bilan ou d'une évaluation formelle, l'entretien d'évaluation est LE moment privilégié pour prendre un temps d'arrêt de qualité avec vos collaborateurs.

C'est l'occasion idéale pour leur faire savoir ce que vous pensez de leur contribution à votre entreprise tant sur le plan humain et relationnel qu'en termes de performance, d'efficacité, de créativité, etc.

Donner du feedback à un(e) collaborateur/trice, au-delà du fait d'être un élément essentiel de la relation de travail, reste une des sources premières de motivation, d'implication et d'engagement.

### Les différentes approches de l'évaluation

L'entretien d'évaluation peut revêtir différentes formes selon l'objectif qu'il vise :

- **une discussion "informelle" planifiée** : il est alors l'occasion de s'arrêter un moment pour échanger avec le collaborateur sur son ressenti, ses envies, ses besoins, pour répondre à ses questions, etc. ;
- **un entretien de bilan** : dans ce cas, il est l'occasion de faire le point sur les réalisations et la contribution du travailleur au cours de la période écoulée depuis le dernier entretien et d'en tirer des apprentissages pour la suite de la collaboration ;



- **un entretien d'évaluation des performances** : ici, il est centré sur l'analyse de l'atteinte (partielle ou totale) des objectifs fixés ainsi que sur des éventuelles causes d'échec et/ou clés de succès afin de pouvoir les reproduire pour les périodes ultérieures ;
- **un entretien à 360°** : moins souvent pratiqué, celui-ci permet au travailleur de recevoir du feedback de la part de toutes les personnes avec lesquelles il est en relation (supérieur hiérarchique, collègues, subordonné, clients, fournisseurs, etc.).

### Les avantages de l'évaluation

L'entretien d'évaluation est souvent perçu comme un "passage obligé", voire une "corvée" pour certains qui y voient une perte de temps considérable et/ou qui ne se sentent pas très à l'aise dans l'exercice.

>>

Bien mené, il présente pourtant beaucoup d'avantages :

- il est l'occasion **d'identifier et/ou d'entendre les collaborateurs avec du potentiel** et leur éventuel souhait d'évolution ;
- il vous offre un **moment d'échange privilégié** avec chacun de vos collaborateurs et une opportunité de renforcer la relation professionnelle ;
- il **renforce le sentiment d'appartenance** du travailleur ;
- il est un point de **mesure de la motivation** et de l'implication de chacun ;
- il vous **informe sur le climat social** de votre entreprise ;
- il vous permet **d'anticiper les éventuels mouvements de personnel** ;
- enfin, il vous **donne une image relativement claire et "objective" du manager** que vous êtes pour votre équipe !

Alors, pour qui est cette gomme verte finalement ?



En résumé, prendre du temps, annuellement, pour rencontrer de façon individuelle chacun de ses collaborateurs dans le cadre d'un entretien d'évaluation ou d'évolution sera toujours une équation "gagnant-gagnant" tant sur le plan organisationnel que relationnel et personnel. À vos agendas !

**Marie-Amélie Jaillot**

Management et conseil en RH - (Team-)coach  
Médiatrice sociale et formatrice

## GESTION

# L'ÉVALUATION DU FONDS DE COMMERCE DE L'AGENCE ET L'IMPACT DE LA FRANCHISE

L'évaluation de l'activité est un élément clef. La cession peut porter sur le fonds de commerce de l'agence ou sur les titres de la société qui détient ce fonds de commerce. Comment le valoriser et quel impact pour les franchisés ? N'oubliez pas que le franchiseur détient la marque et est votre partenaire.

## Le fonds de commerce

Le fonds de commerce fait référence à un ensemble d'éléments corporels (stocks de marchandises, matériel...) et incorporels, souvent communément appelés *goodwill* (clientèle, réputation, droit au bail, achalandage...), constitués en vue de faire fonctionner une activité professionnelle. *Il est donc nécessaire de faire un inventaire valorisé des éléments constitutifs de l'activité à céder.*

## La cession du contrat de franchise

Dans le cadre d'une franchise, le cédant n'est pas propriétaire de la marque, mais il en est le dépositaire. **Le franchiseur est donc directement impliqué par la cession.**

- Si l'opération porte sur la vente du fonds de commerce, le transfert de la franchise ne s'effectue pas automatiquement.
- Si la cession porte sur les titres de la société, la franchise reste attachée à la société et le contrat reste en vigueur.

Dans tous les cas, le franchiseur doit systématiquement être mis au courant de la vente. En effet, cette obligation d'information est inhérente à la franchise et est reprise quasi systématiquement dans tous les contrats. Les franchises sont des contrats *institue personae*, c'est-à-dire en considération de la personne, et ne sont pas transmissibles sans l'accord préalable du franchiseur (clause de préemption), même en cas de cession des actions. Cette clause implique qu'à prix identique le franchisé-vendeur n'aura d'autre choix que de vendre son affaire à son réseau ou à la personne choisie. Le franchiseur peut parfois conditionner son accord au versement de droit d'entrée ou à la réalisation d'investissements complémentaires.

Le franchisé peut céder l'activité sans l'enseigne, mais perdra le bénéfice de la franchise et s'expose à des indemnités de rupture de contrat. La valorisation sera moindre et tiendra compte de ces éléments.



## Les méthodes forfaitaires

Il existe certaines méthodes forfaitaires pour déterminer les valeurs de portefeuilles d'une agence.

Certains argus estiment que la valeur du fonds de commerce peut s'estimer de 0,5 à 1,5 x le bénéfice réel moyen des trois dernières années. Ces méthodes ont le mérite de la simplicité, mais ne peuvent pas être considérées comme pertinentes.

En effet, elles ne tiennent pas compte :

- des rendements futurs espérés. Par exemple, peut-on accepter ce coefficient s'il apparaît clairement que l'agence devra déménager rapidement ou que la clientèle est essentiellement liée au cédant ?
- des flux de liquidités nécessaires pour financer la reprise.

## Les valeurs de rendement futur espéré

Un fonds de commerce n'a de valeur que s'il dégage un espoir de rendement futur. La plupart du temps, il faudra regarder les résultats antérieurs pour estimer les résultats futurs.

Généralement, les comptes ne donnent pas nécessairement une image économique normale et il sera nécessaire de faire des retraitements sur le résultat, par exemple en retirant ou rajoutant certains éléments exceptionnels, en ajustant à un niveau normal la rémunération du dirigeant ou en tenant compte d'éléments nouveaux tels que l'adaptation du bail. La liste n'est pas exhaustive.

Le résultat obtenu doit correspondre au résultat du taux de rendement attendu majoré d'une prime de risque justifiée par l'évaluateur. Par exemple, le baromètre "Absoluce" estime que le taux de rendement varie entre 6 et 12 %.

## L'actualisation des flux de trésorerie futurs

L'investisseur va s'inquiéter de la liquidité prévisionnelle disponible à l'acquisition de l'agence. Il va l'actualiser sur la base d'un taux d'intérêt contenant une prime de risque. Cette durée dépendra bien évidemment de la durée du crédit et des capacités financières du repreneur. Actuellement, les emprunts se concluent généralement sur une durée de 5 à 7 ans.

**Christophe Remon**  
Réviseur d'entreprises

**Bien préparer sa cession est la clef d'une transmission réussie. Il est préférable de se faire accompagner par des professionnels qui pourront, tout au long du processus de transmission, vous conseiller à chaque étape. Votre franchiseur, en tant que partenaire, partie prenante dans l'opération, pourra également vous aiguiller et devra être consulté.**

## TECHNOLOGIES

# DU BON USAGE PAR LES TRAVAILLEURS DE LA MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE ET D'INTERNET

L'employeur peut-il restreindre l'accès à internet durant le travail ? Peut-il consulter la boîte e-mail de son personnel ? Essayons de répondre brièvement à ces deux questions importantes.

## L'accès à internet peut être réglementé

Rien n'interdit à l'employeur de restreindre l'accès à internet à ses travailleurs durant leurs heures de travail. Celui-ci pourrait ainsi interdire juridiquement ou limiter techniquement l'accès à certains sites, notamment lorsque le travailleur utilise des outils de travail appartenant à l'employeur. On rappellera que, durant l'exécution du contrat de travail, le travailleur est *a priori* rémunéré pour travailler, la rémunération étant la contrepartie de ce travail : il n'est pas payé pour surfer sur internet à des fins étrangères au travail.

## La vie privée du travailleur doit être respectée

Plus délicate est la question de savoir si l'employeur peut consulter la boîte électronique de ses employés. Cette question est beaucoup trop complexe pour y apporter une réponse très brève, compte tenu de la multitude de dispositions qui garantissent le droit au respect de la vie privée du travailleur et de la casuistique jurisprudentielle en la matière. Retenons en tout cas que le pouvoir de surveillance découlant de l'autorité patronale ne peut justifier que le droit du travailleur à la vie privée soit mis à néant : il est admis que le droit au respect de la vie privée du travailleur ne s'arrête pas aux portes de l'entreprise et que, même lorsque l'employeur fournit des outils de communication, les travailleurs ont le droit à un minimum de protection, indépendamment des règles d'entreprise qui sont le cas échéant définies à ce sujet.

>>

### Des contrôles strictement réglementés

Il est souhaitable que l'employeur ait pu réglementer dans son entreprise l'usage de l'e-mail et d'internet, comme le lui permet la convention collective de travail n° 81, afin que les travailleurs soient informés à l'avance de la politique concernant l'utilisation des moyens de communication en réseau et des modalités de contrôle. Dans une certaine mesure et à certaines conditions, il est alors possible de contrôler les données de communication électronique en réseau, notamment pour éviter des faits illicites, pour protéger les intérêts économiques de l'entreprise, pour assurer la sécurité du système informatique, etc. Quoi qu'il en soit, si la convention collective de travail précitée prévoit la possibilité d'un contrôle de l'outil informatique, ce contrôle ne va pas jusqu'à permettre l'accès au contenu des communications. Il ne s'agit donc pas de contrôler le contenu des échanges entretenus par le travailleur, mais de savoir avec qui il communique, à quelle fréquence...

### Mieux vaut prévenir que guérir !

Le premier conseil est donc de prévoir à titre préventif une *policy* interne réglant ces questions.

Sans que ce soit une solution miracle, il est parfois utile de privilégier des adresses fonctionnelles (*secretariat@...*, *comptabilite@...*) plutôt que des adresses personnelles, et de prévoir par des réglementations internes que les communications électroniques sur cette boîte e-mail et avec cette adresse sont strictement professionnelles. Peuvent être réglées notamment les hypothèses d'absence du travailleur en cas de maladie, etc.

Il convient d'attirer l'attention des lecteurs également sur le fait que les preuves recueillies irrégulièrement ne sont désormais plus nécessairement écartées des débats. La jurisprudence de la Cour de cassation a en effet évolué. Une preuve recueillie illicitement ne sera écartée des débats par le juge que dans certaines circonstances. Il n'est donc pas rare que des e-mails recueillis irrégulièrement soient malgré tout pris en compte dans le cadre de débats judiciaires...

**Steve Gilson**

*Avocat au barreau de Namur  
Maître de conférences à l'UCLouvain  
Chargé de cours à l'ICHEC*

## L'AGENT IMMOBILIER PEUT-IL TRANSMETTRE DES INFORMATIONS RELATIVES AUX COPROPRIÉTAIRES DANS LE CADRE DE LA TRANSMISSION D'UN LOT ?

Lorsqu'il est chargé de la vente d'un bien en copropriété, l'agent immobilier doit transmettre aux candidats-acquéreurs des informations relatives à la copropriété. Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) impose certaines contraintes à cet égard.

### S'informer avant d'acheter

Afin d'avoir une vue précise sur la valeur du bien concerné, le candidat-acquéreur sollicitera logiquement de l'agent immobilier le maximum d'informations lui permettant d'évaluer la charge financière du lot (dépenses validées par la copropriété, charges actuelles, litiges en cours...).

### À quelles informations l'agent immobilier a-t-il accès ?

Sur simple demande, l'agent immobilier peut obtenir de la part du syndic de l'immeuble dont fait partie le lot en vente une série d'informations visées à l'article 3.94, § 1<sup>er</sup>, du Livre 3 du Code civil, telles que les procès-verbaux des AG des trois dernières années, les décomptes périodiques des charges des deux dernières années ainsi que le relevé des procédures judiciaires en cours relatives à la copropriété.

Le syndic est tenu de fournir les informations demandées à l'agent immobilier dans un délai de quinze jours à compter de la demande.

### À qui l'agent immobilier peut-il communiquer ces informations ?

S'il est légitime pour un acquéreur de s'informer sur les charges liées à un bien, l'agent immobilier peut-il pour autant partager les informations précitées avec toute personne manifestant un intérêt pour l'achat du bien concerné ?

La réponse semble être négative pour au moins deux raisons :

- le Code civil prévoit que ces informations doivent être transmises au "copropriétaire entrant" et ce "dans la perspective d'un acte juridique entre vifs translatif ou déclaratif de propriété d'un lot". Le législateur précise en outre que ces informations sont à communiquer "avant la signature du contrat, de l'offre ou de la promesse de vente". Les termes de cette disposition indiquent que le législateur entend réserver cette information précontractuelle au seul candidat retenu pour conclure la vente ;

■ les documents envisagés par la disposition précitée contiennent des données à caractère personnel relatives aux copropriétaires (ainsi qu'à des tiers). Le RGPD est donc à respecter dans le traitement de ces documents.

### Quelles limites le RGPD impose-t-il à la communication de ces informations par l'agent immobilier ?

Le RGPD énonce deux principes fondamentaux : le principe de finalités et le principe de minimisation.

Le principe de finalités veut que les données à caractère personnel soient uniquement traitées pour des finalités déterminées, explicites et légitimes. Le principe de minimisation implique quant à lui que seules les données strictement nécessaires à l'accomplissement des finalités désignées soient traitées.

Élargir la portée des dispositions du Code civil en admettant la transmission des PV d'assemblées générales et des décomptes de charges à toute personne manifestant un intérêt pour le bien en vente pourrait contrevenir à ces principes. Le but du législateur étant d'informer adéquatement l'acquéreur avant de s'engager, il serait excessif de transmettre ces documents (et les données contenues) à toute personne qui solliciterait, par curiosité ou par intérêt réel, des informations sur le bien.

Le respect de ces principes n'est pas que théorique. L'Autorité de protection des données (APD) l'a rappelé dans le cadre d'un différend concernant la communication des données de contact de copropriétaires par le syndic à un nouveau copropriétaire (décision 27/2020). À cette occasion, l'APD a estimé qu'un syndic ne pouvait transmettre des coordonnées de contact des copropriétaires à un nouveau copropriétaire que pour autant qu'il ait été désigné comme point de contact et ait obtenu l'accord préalable des copropriétaires sur un tel partage des données de contact de tous les copropriétaires.

**Élodie Lecroart**

*Avocate au barreau de Namur  
Lexing*

#### CONSEIL PRATIQUE

Ne divulguez pas trop vite des documents contenant des informations à caractère personnel relatives à des copropriétaires ou des tiers à la vente !  
Ne communiquez que les données pertinentes et attendez que le candidat démontre un intérêt concret avant de divulguer des documents allant au-delà d'une information générale sur le montant des charges passées et prévues pour le futur.

**SUR [WWW.FEDERIA.IMMO/FR/PUBLICATIONS](http://WWW.FEDERIA.IMMO/FR/PUBLICATIONS),  
RETROUVEZ L'ENSEMBLE DES DAY-TO-DAY.**