

LE GUIDE PAS À PAS

AVOCAT MANDATAIRE EN TRANSACTION IMMOBILIÈRE

Tout ce que j'aurais aimé savoir
avant de me lancer dans cette activité...
pour en faire un vrai levier professionnel



Richard PATOU PARVEDY

© Richard Patou Parvedy, 2025

Tous droits réservés.

Aucune partie de ce livre ne peut être reproduite, stockée dans un système de récupération ou transmise, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit – électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre – sans l'autorisation écrite préalable de l'auteur.

Aucune partie de ce livre ne peut être utilisée ou reproduite de quelque manière que ce soit dans le but d'entraîner des technologies ou systèmes d'intelligence artificielle

Titre : Avocat mandataire en transaction immobilière – le Guide-

Auteur : Richard Patou Parvedy

Editeur : « Independently Published »

Dépôt légal : novembre 2025

Première édition : [2025]

INTRODUCTION

Vous êtes avocat ? Moi aussi.

Comme vous, je me suis demandé si l'activité d'avocat mandataire en transaction immobilière avait du sens. Pour mon cabinet. Pour mes clients. Pour moi.

La différence entre vous et moi ?

Quand j'ai commencé, le sujet était presque tabou. Il n'y avait pas ou peu de formations. J'ai avancé à tâtons. J'ai fait des erreurs. Beaucoup d'erreurs. Puis j'ai corrigé, ajusté, réessayé... jusqu'au jour où j'ai signé mon premier mandat.

Et croyez-moi : le plus difficile, ce n'est pas de vendre un bien. Le plus difficile, c'est de **décrocher ce tout premier mandat**.

Ce jour-là, j'ai voulu convaincre le client que j'étais la bonne personne pour vendre son appartement.

Encore une erreur.

Parce que le premier à convaincre, ce n'est pas le client.

C'est vous.

Votre client, lui, il est prêt à vous écouter. Il a *envie* d'être convaincu. Mais vous ? Il faut d'abord vous persuader que vous êtes légitime, capable, à votre place.

Rassurez-vous, on parlera de tout ça (et notamment du syndrome de l'imposteur) dans les chapitres qui suivent.

Ce livre n'a qu'un objectif : vous transmettre une méthode. Une méthode concrète, étape par étape.

Aujourd'hui, je signe régulièrement des mandats, y compris des mandats de recherche pour des promoteurs immobiliers. Une grande partie de mes honoraires proviennent de mes résultats en transaction. Et cette méthode, je vais vous la donner. Simplement. Directement.

Je vous expliquerai toujours le *pourquoi*, mais dès que ce sera clair, vous devrez passer à l'action.

On commencera par les bases (déontologie, avant-contrat, valorisation). Puis on plongera dans un peu de psychologie (désapprendre, réapprendre). On fera des exercices ensemble, on parlera gestion du temps, développement de réseau, positionnement, honoraires ... Et une fois que vous aurez signé votre premier mandat, on vendra le bien ensemble, pas à pas.

Est-ce que Devenir avocat mandataire en transaction immobilière est un moyen de gagner honnêtement sa vie ? oui

Est-ce que vous pouvez y arriver ? Certainement.

Alors attaquons ensemble le premier chapitre !

PARTIE 1 - POSER LES BASES

Chapitre 1 - C'est légal, c'est déontologique, et c'est possible

Ce qu'on a le droit de faire, ce qu'il faut éviter. Co-mandat, confidentialité, facturation.

Je vous invite chaleureusement à suivre la formation dispensée par **Me Michel VAUTHIER** président de l'**Association des Avocats Mandataires en Transaction immobilière (AAMTI)** sur la déontologie.

Ce qui va suivre n'est qu'un résumé ultime.

Être avocat mandataire en transactions immobilières n'est pas seulement une opportunité de développer votre activité, c'est aussi et surtout une responsabilité forte, clairement encadrée par notre déontologie professionnelle.

Pourquoi un avocat peut-il devenir mandataire en transaction immobilière ?

La loi HOGUET réglementant les agents immobiliers ne s'applique pas aux avocats, car notre profession est déjà soumise à des garanties déontologiques et financières strictes. Le Règlement Intérieur National (RIN, article 6.3) *autorise* explicitement les avocats à recevoir des mandats en vue de transactions immobilières.

6.3 Missions particulières

Modifié par DCN n° 2020-005, AG du CNB du 7-05-2021 - Publiée au JO par Décision du 7 mai 2021 –

*L'avocat peut accepter un mandat de recouvrement de créances. Il peut également accepter un mandat de gestion de portefeuille ou d'immeubles à titre accessoire et occasionnel, être syndic de copropriété, **mandataire en transaction immobilière**, mandataire sportif, tiers de confiance, représentant fiscal de son client. Il peut organiser toute action de formation ou d'enseignement ou y participer. Il peut, en outre, sans que cette liste ne soit limitative, être mandaté dans le cadre des missions définies ci-après.*

Une activité nécessairement accessoire

 **Attention, votre activité immobilière doit rester accessoire à une activité principale juridique.**

Concrètement, qu'est-ce que ça veut dire ?

Votre cœur de métier, c'est le conseil juridique. C'est ce qui justifie votre intervention.

Prenons un exemple : vous accompagnez un client dans le cadre d'un divorce. Si, dans ce contexte, vous récupérez le mandat de vente du bien immobilier du couple, la mission principale reste le divorce. La vente, elle, n'est qu'une conséquence logique et donc une activité accessoire.

Autre cas de figure : vous n'avez aucun dossier en cours lié directement à la vente.

Pas de divorce, pas de succession, pas de contentieux. Dans ce cas, votre mission principale doit rester juridique, comme la relecture des actes, l'accompagnement contractuel, ou le conseil lié à la vente. La vente du bien en elle-même reste, là encore, une activité accessoire à votre activité de conseil ou de rédaction.

Est-ce que mes honoraires accessoires doivent être inférieurs à celle de mon activité principale de conseil ?

Non.

Vous pouvez très bien percevoir un honoraire de résultat de 30 000 € lié à un divorce facturé lui à 3 000€.

Vous pouvez très bien également avoir un chiffre d'affaires de votre activité de transaction immobilière plus élevé que le reste de votre activité de cabinet classique.

Quelles conséquences sur ma convention d'honoraires ?

Votre contrat de mandant contiendra un chapitre dédié aux honoraires.

Si l'activité principale est liée à un dossier déjà existant, vous n'avez qu'à le rappeler dans le préambule de votre mandat et fixer l'honoraires de résultat dans un article dédié.

Si vous n'avez aucun dossier lié et que le client vient vous voir uniquement pour la vente de son bien vous devez impérativement prévoir un honoraire pour la prestation de

conseil et de rédaction ou relecture des actes et un honoraires de résultat relié à la recherche du contractant à la vente.

Dans ce dernier cas, la distorsion concurrentielle avec les agences immobilières est flagrante.

Personnellement, je prévois un honoraire forfaitaire assez bas de manière à ce que la dépense globale réalisée par mon client reste cohérente avec la concurrence faite par les agences immobilières. Mais vous êtes libre de facturer à l'heure par exemple.

Les agences immobilières ayant l'obligation de publier leurs tarifs sur leur site internet, il est facile de s'informer du marché. Mais j'avoue que quelques clients sont réticents à devoir quelque chose à l'avocat alors que pour un agent immobilier, s'il ne trouve pas d'acquéreur on ne lui doit rien.

Astuce :

Il m'arrive de disséquer mon honoraire fixe en tranche. Par exemple

- Analyse du dossier et recherche des pièces : 350 euros
- Rédaction ou relecture du compromis : 450 euros
- Suivi du dossier et relecture de l'acte définitif : 350 euros

Au pire, si vous ne trouvez jamais d'acquéreur, votre client aura « perdu » 350 euros.

Les débours

Certains avocats réclament à leurs clients les frais de publicité engagés.

Personnellement je ne le fais pas. Les agences immobilières ne le font pas alors je ne le fais pas.

Mais si vous y arrivez, tant mieux pour vous car cela à un cout non négligeable. Cela va dépendre du type de clientèle et de votre capacité à convaincre votre client.

Attention à l'apport d'affaires !

Vous ne pouvez pas uniquement jouer le rôle d'intermédiaire. Votre mission doit inclure du conseil juridique (votre mission principale).

Vous ne pouvez donc pas par exemple envoyer votre client auprès d'une agence immobilière et obtenir une part de ses honoraires. Cela à l'air évident au premier abord mais je préfère le rappeler.

Vous serez probablement sollicité à un moment ou à un autre par une agence immobilière, qui voudra profiter de votre image ou de votre clientèle pour en tirer profit et vous rétribuer pour cette action. Gardez à l'esprit que l'apport d'affaires est interdit.

Un mandat obligatoirement écrit

Votre mandat doit impérativement être établi par écrit et préciser clairement :

L'identification complète du client et du bien.

L'étendue exacte de votre mission.

Les conditions financières, juridiques et pratiques de votre intervention.

La durée et les modalités précises de rémunération et de rupture du mandat.

L'existence ou non d'une exclusivité.

Vous aurez au préalable vérifié le titre de propriété et le fait que votre mandant est bien le propriétaire (et oui, cela à l'air bête mais pertinent à l'usage notamment dans le cadre d'une succession).

Respect des principes fondamentaux

Vous devez impérativement respecter les principes essentiels de notre profession :

Indépendance et probité : Vos conseils ne doivent servir que les intérêts exclusifs de votre client.

Secret professionnel : Vous ne devez jamais divulguer d'informations confidentielles.

Loyauté et transparence : Vous informez toutes les parties en toute clarté et sincérité si vous êtes le rédacteur unique de la promesse de vente.

Diligence et compétence : Votre analyse doit être complète et rigoureuse.

Être rédacteur unique : un rôle spécifique

Vous n'êtes pas obligé de rédiger la promesse de vente (le notaire peut le faire)

Ceci dit, je trouve qu'en terme d'image de marque c'est très valorisant pour votre cabinet. Si la vente immobilière est une activité sporadique, n'hésitez pas à laisser un notaire s'en charger ; mais si cela devient une activité à part entière de votre cabinet, il existe un logiciel peu coûteux auquel vous pouvez souscrire auprès de l'AAMTI.

En tant que rédacteur unique de l'avant-contrat, vous devez assurer :

- Un parfait équilibre des intérêts entre votre client et l'autre partie.
- Une information claire et complète à l'autre partie sur son droit d'être assistée.
- La pleine efficacité juridique et fiscale de l'acte rédigé.

L'hypothèse exceptionnelle du double mandat

Accepter un mandat successif de vente et de recherche est théoriquement possible, mais doit rester exceptionnel. Cela nécessite l'accord écrit et éclairé des deux parties et une gestion transparente des potentiels conflits d'intérêt.

Faites attention à ce type de situation si elle se présente à vous.

Publicité et intervention des tiers

Vous pouvez communiquer sur votre activité tout en respectant la dignité de notre profession. Faire appel à des experts extérieurs est possible pour des missions techniques précises (diagnostics, valorisation), mais la responsabilité globale du mandat reste exclusivement la vôtre.

Vous trouverez probablement des agents immobiliers qui vous proposeront de tout faire en échange de 50% des honoraires de résultat.

Je vous déconseille de le faire à plus d'un titre.

- 1- Ce n'est pas déontologique
- 2- Votre client ne comprendra pas quel est votre véritable plus-value
- 3- Il existe des avocats mandataires en transaction immobilière qui peuvent rédiger un co-mandat avec vous : vous resterez dans les clous au niveau déontologique et vous faites travailler un confrère (on parlera du co-mandat un peu plus loin)

Les obligations pratiques

Enfin, vous devez toujours :

- Respecter rigoureusement les règles sur le maniement des fonds.
- Ouvrir vos dossiers en tenant compte des règles sur le blanchiment.
- Maintenir une couverture d'assurance adaptée aux enjeux financiers des mandats.

Le conflit d'intérêt

Beaucoup de confrères paniquent à l'idée de cumuler le mandat de vente avec leur mission principale d'avocat.

Pourtant, une seule question mérite d'être posée :

Est-ce que vendre le bien sert les intérêts de mon client ?

Si la réponse est oui, alors il n'y a pas de conflit d'intérêts.

Prenons un exemple simple : un divorce par consentement mutuel. Votre mission principale, c'est de divorcer votre client dans les meilleures conditions.

Mais tant que le bien immobilier commun n'est pas vendu, le divorce ne peut pas être finalisé.

Dans ce cas, la vente sert clairement les intérêts de votre client. Il n'y a donc aucune incompatibilité.

Un cas un peu plus délicat : toujours dans un divorce amiable, l'autre avocat n'est pas avocat mandataire en transaction immobilière (AMTI). Vous lui proposez un co-mandat, il refuse. Pouvez-vous quand même être à la fois l'avocat de *votre* client pour le divorce, et l'avocat des *deux* époux pour la vente ? La réponse est **oui**. Car, encore une fois, les deux époux ont un intérêt commun : vendre leur bien dans de bonnes conditions. Il n'y a pas de conflit d'intérêt ici non plus.

En revanche, dans le cadre d'un divorce contentieux, il est **fortement déconseillé** de prendre seul le mandat. L'idéal dans ce cas : que les deux avocats soient co-mandataires.

(Promis, je vous explique le fonctionnement du co-mandat un peu plus loin dans ce guide.)

Voilà pour un tour d'horizon succinct.

A ce stade, je suis contraint de réitérer ma suggestion première : **formez-vous avant de vous lancer.**

Chapitre 2 : “On n'est pas agent immobilier – on est bien mieux que ça”

– Se différencier avec classe. L'image du métier. Comment parler de notre positionnement.

Lorsque je me suis lancé dans cette activité, je dois reconnaître que je me sentais assez peu légitime. Pour moi, l'agent immobilier dominait ce marché depuis longtemps, et j'avais en mémoire l'image joviale de Stéphane Plaza, qui avait grandement popularisé ce métier. À cette époque, j'ignorais beaucoup de choses.

En échangeant avec mon entourage, j'ai rapidement réalisé que l'image des agents immobiliers n'était pas toujours positive, bien au contraire. J'ai souvent entendu ce type de remarques :

- « *L'agent immobilier ne fait pas grand-chose et gagne énormément.* »
- « *L'agent immobilier a poussé untel à vendre contre sa volonté.* »
- « *L'agent immobilier n'a pas signalé un problème sur le bien, découvert finalement chez le notaire.* »

Ce qui est formidable, c'est que notre métier ne se résume pas à publier une annonce et organiser quelques visites pour trouver un acheteur. Notre mission est d'abord d'analyser précisément le bien avant toute mise en vente. Il faut lire attentivement l'acte de

propriété, le comprendre, et s'assurer que tout correspond à la réalité du terrain.

Par exemple, vérifier que la servitude mentionnée dans l'acte existe toujours au même endroit. Nous devons aussi nous assurer de l'identité exacte du propriétaire : il arrive que des agents immobiliers fassent signer des mandats à des usufruitiers... si si !

En tant qu'avocats, notre premier réflexe est de relire l'acte, d'examiner les diagnostics et de résoudre les éventuelles difficultés avant de commercialiser le bien. Je le précise toujours à mes clients : d'abord je procède à l'analyse complète des documents demandés, ensuite seulement nous mettons en vente.

Notre démarrage en tant qu'avocat est peut-être plus lent que celui d'un agent immobilier, mais nous avançons de façon plus rassurante.

Nous nous efforcerons d'effectuer des évaluations très précises. Par exemple, avant d'estimer un appartement, il est indispensable d'interroger le syndic de copropriété afin de savoir si des travaux importants ou un ravalement de façade ont été votés. Le cas échéant, cela affectera naturellement la valeur estimée du bien.

Lors des visites, nous jouons la transparence totale avec les acquéreurs potentiels. Dans ce même exemple, nous informons clairement l'acheteur des travaux prévus et de leur coût approximatif, en précisant que le prix tient déjà compte de cette situation. Cela évite aux acquéreurs de mauvaises surprises deux mois plus tard chez le notaire, renforce notre crédibilité et instaure une relation de confiance essentielle pour quelqu'un qui s'engage sur un crédit immobilier sur vingt ans.

Si on vous interroge sur ce qui vous distingue d'un agent immobilier, voici un exemple de réponse concrète :

Notre rôle est avant tout celui d'un conseiller, dont l'objectif est de sécuriser entièrement l'opération de vente. Pour cela, nous devons effectuer toutes les vérifications nécessaires en amont et être totalement transparents envers l'acquéreur. Ce processus nous rend certes moins rapides pour lancer la mise en vente, mais cette rigueur rassure tellement les acheteurs qu'elle augmente significativement nos chances de conclure la transaction.

Personnellement, je tiens à réaliser moi-même **les visites**, pour plusieurs raisons :

- Je maîtrise parfaitement mon dossier, car je l'ai étudié en profondeur en amont.
- Ma présence surprend souvent les acheteurs potentiels au début, mais ils se détendent rapidement lorsqu'ils constatent mon honnêteté et ma transparence, ce qui instaure un climat de confiance immédiate.
- Enfin, j'apprécie particulièrement le contact humain dans ce cadre : les visiteurs arrivent avec un projet enthousiaste d'acquisition, et non avec des problématiques complexes, ce qui change agréablement de mon quotidien au cabinet. J'aime à penser que les acquéreurs ressentent la joie que j'ai de faire cette activité.

Dernière grande différence avec l'agent immobilier : le porte-à-porte.

En tant qu'avocats, il nous est **formellement interdit de faire du porte-à-porte** pour décrocher des mandats.

Et devinez quoi ? Le monde est plutôt bien fait.

Nous avons en réalité la chance de ne pas avoir besoin de cette pratique. Nos clients existent déjà dans nos dossiers ou viennent directement nous consulter au cabinet. Tous les avocats disposent de dossiers comportant des biens immobiliers ou accueillent des clients en rendez-vous.

Et la différence fondamentale réside dans **la confiance**.

Un client venant vous consulter pour une affaire de divorce, par exemple, vous accorde déjà une certaine confiance, contrairement à un agent immobilier venu frapper à votre porte uniquement pour obtenir un mandat.

Je veux vraiment vous faire comprendre une chose primordiale : moi aussi, je pensais qu'il était plus simple pour un agent immobilier de décrocher un mandat. La réalité est toute autre : c'est souvent plus facile pour un avocat, et nous en reparlerons plus en détail dans le chapitre dédié aux techniques à employer.

En dernier lieu, je reviens sur le titre un poil provocateur. Je ne cherche pas à dévaloriser la profession d'agent immobilier, je connais personnellement des agents immobiliers très sérieux et très compétents. Je veux juste vous faire comprendre que dans ce paysage nous pouvons nous démarquer sans difficulté en mettant en avant notre ADN.

Une de mes phrases favorites que je dis à mes clients :

« Si vous pensez que mon activité consiste simplement à déposer une annonce sur LeBonCoin et à attendre un acquéreur, alors adressez-vous à un agent immobilier. Moi, je suis avocat mandataire en

transaction immobilière, et je vais (mise en avant de ma méthode, et de l'ADN des avocats)... »

Chapitre 3 “Lire un compromis, rédiger si besoin, et surtout conseiller”

– Les points clés d'un avant-contrat. Ce qu'il faut savoir, même si on ne le rédige pas.

La promesse de vente ou d'achat est l'une des étapes les plus cruciales d'une transaction immobilière. C'est un acte engageant, souvent rédigé par le notaire, mais que l'avocat mandataire doit être capable d'analyser avec rigueur. C'est ici que votre rôle de conseil prend tout son sens. Voici les vérifications essentielles à opérer.

1. L'identité des parties

Vérifiez les identités complètes, la situation matrimoniale, la capacité juridique de chacun. Assurez-vous que les signataires ont bien les pouvoirs de vendre ou d'acheter. Assurez-vous si le vendeur est une société que le gérant a pouvoir de s'engager et anticipez une éventuelle assemblée générale autorisant la vente.

2. Le bien vendu : description exacte

Chaque caractéristique du bien doit être précisée :

- Adresse, nature du bien, superficie (notamment Carrez si copropriété)
- Lot de copropriété et tantièmes
- Origine de propriété (titre, donations, succession)
- Servitudes, hypothèques, droits de préemption

 **Conseil : il est important d'avoir visité le bien avant de le vendre et de le comparer avec ce qui apparaît au cadastre. Il peut y avoir des biens qui ont été construits sans autorisation administrative.**

Le bien peut également être sur une parcelle inconstructible.

Ce type de situation doit être apporté à votre connaissance le plus en amont possible, afin que vous puissiez conseiller votre client sur les démarches administratives permettant de rétablir la situation si cela est possible.

Mais vous devez également informer l'acquéreur des problématiques juridiques relatives au bien.

Il serait dommage d'arriver au moment de signer le compromis et de découvrir une coquille qui va refroidir l'acquéreur.

3. Le prix et les modalités de paiement

Le prix de vente doit être détaillé, ainsi que les éventuels émoluments, commissions, charges d'acquisition.

Vérifiez :

- Le montant de l'acompte versé
- L'origine des fonds (crédit, apport personnel)
- Les clauses liées à la réitération (financement obtenu ou non)

💡 **Astuce : en cas de clause suspensive d'obtention de crédit, assurez-vous que les délais sont réalistes. Par ailleurs je demande systématiquement (quand je suis pour le vendeur) qu'au moins deux banques soient interrogées. Cela permet d'éviter un retrait trop facile de la promesse.**

4. Les conditions suspensives

C'est souvent ici que beaucoup de choses se jouent.

Points clés à vérifier :

Obtention de prêt : montants, taux, durée, délais.

Droit de préemption (mairie, locataire, SAFER)

Purge de tout contentieux ou occupation

Réalisation de travaux ou régularisations administratives

💡 **Conseil : si vous agissez pour le vendeur, soyez attentif aux délais qui figent la vente. Vérifiez si le compromis devient caduc dès l'atteinte du délai ou si des démarches (mise en demeure par exemple) sont nécessaires (dans ce cas, insérer dans votre calendrier une alerte)**

5. Les clauses relatives à la remise des clés et à l'état du bien

Ne laissez rien au hasard sur l'état du bien entre la signature du compromis et celle de l'acte définitif. Toute dégradation ou usage doit être précisé.

Recommandation : insérer une clause rappelant l'obligation de conservation du bien en l'état. Une dernière visite avant la signature de l'acte authentique est fortement recommandée. Vous prendrez des photos des différents compteurs (eau- électricité ...) Les photos pourront être annexées à l'acte pour éviter tout conflit futur.

6. La date de réitération de l'acte

C'est la date prévisionnelle à laquelle les parties souhaitent signer l'acte définitif.

Vérifiez :

Que le délai soit réaliste (entre 4 et 8 mois en moyenne sauf pour les promotions immobilières ou l'on est plus proche des 18 mois)

Que la clause permet une prolongation en cas de retard bancaire ou administratif

7. Les annexes obligatoires

Les listes évoluent en fonction du type de biens.

Vous gagnerez en rigueur et en sérénité en prenant un logiciel dédié. Je ne peux que vous conseiller le logiciel de l'AAMTI. Il a été

conçu par des notaires, est très intuitif et permet de voir en un coup d'œil ce qui manque à votre dossier.

En conclusion

Le compromis de vente n'est jamais une simple "formalité". C'est un contrat lourd de conséquences juridiques et financières. En tant qu'avocat mandataire, c'est ici que vous prouvez votre valeur ajoutée. Soyez méthodique, exigeant, et toujours orienté vers la sécurisation de l'opération.

Pour moi une formation sur ce sujet est un préalable obligatoire à compléter avec le logiciel de l'AAMTI ou mynotary (49€/mois).

PARTIE 2 : ENTRER DANS LE VIF

Chapitre 4 “Valoriser un bien, ce n'est pas deviner un prix”

– *Méthode de valorisation, outils, erreurs fréquentes, exercice corrigé.*

Beaucoup de mes confrères me contactent directement sur mon portable en disant : « *Allo Richard, j'ai un client qui souhaite me confier la vente de son bien, que dois-je faire ?* »

J'adore ces moments ! Certains se lancent sans hésiter, alors que d'autres souffrent du fameux syndrome de l'imposteur.

Ma réponse est toujours très simple : valorisez, valorisez et encore valorisez ! C'est l'étape fondamentale de toute transaction immobilière réussie.

Votre rôle est de vendre au prix juste du marché. Si vous ne le faites pas correctement, vous échouerez dans votre mission.

Si le prix est trop bas, vous faites perdre de l'argent à votre client et vous en perdez aussi : ce n'est pas une bonne opération.

Si le prix est fixé trop haut, vous perdrez du temps précieux à publier des annonces et à organiser des visites inutiles. Pire encore, vous serez contraint de convaincre votre client de diminuer son prix, une situation inconfortable que j'ai personnellement vécue.

Le prix ne se devine pas, il se détermine précisément grâce à des méthodes fiables. Vous devez ensuite croiser ces méthodes entre elles, puis vérifier systématiquement leur cohérence.

Voyons cela ensemble mais d'abord, petit rappel, je vous conseille encore très fortement de faire une formation sur le sujet. Il existe plein de petites astuces que je ne peux pas aborder dans ce guide synthétique.

1ère méthode : la méthode comparative.

Le principe est simple : je recherche des biens similaires récemment vendus, situés dans une zone proche ou un quartier équivalent.

Je tente d'en identifier 5 ou 6.

Ensuite, j'élimine les ventes suspectes, c'est-à-dire celles dont les prix sont anormalement bas ou anormalement élevés (un écart supérieur à 20 % par rapport aux autres ventes est généralement suspect).

Puis, je calcule une moyenne de prix au m².

Enfin, je multiplie cette moyenne par la surface exacte du bien concerné.

Cette méthode présente des avantages et quelques limites.

Son principal avantage est la facilité d'accès aux informations nécessaires : sur le site internet <https://app.dvf.etalab.gouv.fr/>, en entrant une adresse, vous obtenez rapidement les types de biens vendus dans le secteur, ainsi que leur date et prix de vente.

La limite principale est le manque d'informations sur la qualité précise des autres biens vendus : état général, besoin de rénovation, équipements spécifiques tels qu'une alarme ou un jacuzzi, etc... Il est donc parfois difficile de comparer précisément lorsqu'on ne dispose pas de tous ces éléments.

Cependant, cette méthode constitue toujours une excellente base de départ.

Faisons tout de suite un exercice :

Dans le cadre de la valorisation d'un appartement de 78 m² en 2024, après recherche sur <https://app.dvf.etalab.gouv.fr/>, je me retrouve à éliminer les biens grisés :

Date de vente	adresse	Surf en m ²	Prix de vente en €	Prix au m ² en €
01/01/2018		75	299 000	3986
25/03/2024		75	288 000	3840
01/02/2025		58	232 000	4000
15/14/2024		80	457 000	5712
09/09/2024		68	287 000	4220
13/08/2024		75	307 000	4093
01/09/2014		59	254 000	4305
09/09/2024		72	288 000	4000

Exemple expliqué :

J'élimine le bien qui a été vendu il y a bien trop longtemps (2018),

Deux autres biens ont des surfaces inférieures de 25%

Un des biens a un prix au m² de 5712 € alors que les autres tournent autour de 4000€.. soit plus de 25% plus cher que les autres, je l'élimine.

Au final il me reste : $(3840+4220+4093+4000)/4 = 4038 \text{ €/m}^2$ est la valeur moyenne

L'appartement fait 78 m² donc la valorisation est = $78 \times 4038 = 314\,964 \text{ €}$

Pour une valorisation d'une maison, il faudra trouver des biens proches à similaires en termes de surface d'habitation et de terrain, mais le principe est le même, on élimine ensuite les biens trop éloignés dans le temps, ceux dont le prix sont suspects. Une fois le prix du m² moyen trouvé, on l'applique à la surface de la maison (pas du terrain).

La seconde méthode est la valorisation par capitalisation.

On va se mettre à la place d'un investisseur.

Ce que recherche cet investisseur c'est un rendement locatif par exemple de 7% brut.

Si le bien est déjà loué tant mieux, on a un chiffre (le revenu locatif annuel) que l'on va pouvoir utiliser.

Si le bien n'est pas loué, on va rechercher sur leboncoin la valeur locative d'un bien similaire.

Reprenons mon exemple d'appartement de 78 m².

A supposer que cet appartement soit loué à 1500€ par mois, soit 18 000 €/an

La valeur du bien qui intéresserait un investisseur recherchant 7% de rendement serait de $18000/7\% = 257\ 000\text{€}$

C'est déjà un indicateur important.

Ce bien, n'intéressera aucun investisseur lambda s'il est vendu au-dessus de 257 000€.

Petit focus sur leboncoin.fr ou tout autre site de vente ou location immobilière.

Ces sites ne doivent pas être utilisés pour effectuer votre méthode comparative.

Les prix de vente sur ces sites correspondent à des tarifs d'approche qui sont souvent négociés par la suite. Cela ne donne pas une image précise de la valeur au prix du marché d'un bien. Sur <https://app.dvf.etalab.gouv.fr>/ce sont les prix de vente passés chez le notaire. <https://app.dvf.etalab.gouv.fr/> vous indique donc le prix du marché des biens.

Ce n'est que pour **le montant des loyers** que l'on peut se référer à des sites d'annonces immobilières. Les loyers sont assez rarement négociés à la baisse.

**La troisième méthode : pour un appartement est la méthode
« hédoniste »**

Cette méthode **ne s'applique qu'aux appartements** et jamais aux villas.

L'idée est de partir du prix moyen au m² que vous avez pu obtenir de votre méthode comparative et d'ajouter des bonus ou des malus en fonction des qualités et défauts du bien à évaluer.

On part du prix moyen au m² (obtenu dans le cadre de votre valorisation comparative)

On descend la grille jusqu'au premier total et on calcule.

On redescend la grille jusqu'au prochain total, on calcule et ainsi jusqu'à la fin.

Faites le bien par étape et non en faisant un total de tous les + et les - en une seule fois.

CRITÈRE	DÉTAILS	AJUSTEMENT
SURFACE	Studio	+22%
	2 pièces	+14%
	3 pièces	0%
	4 pièces	-3%
	5 pièces et plus	-7%
TYPE D'IMMEUBLE	Immeuble récent (≤ 15 ans)	+10%
	Immeuble de standing (pierre de taille)	+15%
	Immeuble années 50/60	-15%

ÉTAGE	Rez-de-chaussée	-10%
	À partir du 3 ^e avec ascenseur	+2.5%
	À partir du 3 ^e sans ascenseur	-2.5%
ENVIRONNEMENT	Très calme	+10%
	Environnement difficile	-15%
	Espaces verts	+10%
	Appartement bruyant	-20%
	Restaurant, bar à proximité	-15%
	Rue passante	-20%
	Stationnement difficile	-10%
EXPOSITION / VUE	Vis-à-vis	-10%
	Vue dégagée	+10%
	Vue exceptionnelle (mer, etc.)	+20%
	Sur cour	-5%
	Exposition nord	-5%
	Exposition sud	+5%
	Double orientation	+2.5%
	Mauvaise disposition	-5%
SITUATION	Gare, bus, métro à - de 300 m	+2.5%
	Gare, bus, métro à + de 300 m	-2.5%
	Écoles, commerces	+2.5%
CHAUFFAGE / ÉNERGIE		
	Chauffage économique	+5%
	Logement énergivore	-5%
TRAVAUX	Parties communes	-5%
	Ravalement	-10%
	Petits travaux dans l'appartement	-7.5%
	Gros travaux dans l'appartement	-15%
CHARGES DIVERSES	Charges élevées + 30,50 €/m ²	-5%

On multiplie le résultat obtenu par la surface **pondérée** du bien.

Qu'est-ce qu'une surface pondérée ?

En matière de valorisation immobilière, on parle souvent de **surface pondérée** pour affiner l'estimation d'un bien. Il ne s'agit pas simplement de multiplier les mètres carrés par un prix moyen. La surface pondérée permet de **tenir compte de la qualité des différentes parties du logement** : par exemple, une terrasse ne vaut pas autant qu'une pièce principale, une cave n'a pas la même valeur qu'une chambre, etc.

Chaque type de surface est donc "**pondéré**" : on applique un coefficient (ex. : 50 % pour une terrasse, 30 % pour un sous-sol...) pour obtenir une **surface ajustée**, plus proche de la réalité du marché. C'est un outil très utile pour convaincre un client du **juste prix** de son bien, surtout quand il a une idée "émotionnelle" de sa valeur.

4^{ème} méthode de calcul : la méthode sol (+) construction (-) vétusté

Cette méthode est **réservée aux maisons uniquement** (ne pas l'appliquer aux appartements).

Ici, l'objectif est de se mettre à la **place d'un acquéreur qui hésite entre acheter la maison que vous êtes en train de valoriser et acheter un terrain** pour faire construire la maison de ses rêves.

On va :

- Evaluer le prix du terrain nu
- On va évaluer le cout de construction d'une maison identique
- On va ensuite appliquer un coefficient de vétusté sur le prix de la maison neuve

On obtiendra un prix qui fera hésiter un acquéreur potentiel qui avait pour idée de départ de faire construire une maison neuve.

En ce qui concerne l'évaluation du terrain nu, on va la aussi voir sur **<https://app.dvf.etalab.gouv.fr/>** le prix moyen dans la zone. On fera juste attention de vérifier si le terrain sur lequel se situe la maison est entièrement constructible ou pas.

Si une partie du terrain est inconstructible, On va appliquer un coefficient modérateur du prix au m² de 0,1.

Par exemple : si le prix du terrain nu moyen au m² est de 100 €, les surfaces inconstructibles ne seront valorisées qu'à hauteur de 10€ du m².

On va également appliquer un **coefficient modérateur** sur la partie constructible du terrain qui sort des surfaces ordinaires.

Je m'explique : si sur telle ville et dans tel quartier les surfaces de terrains construites sont généralement de 500m². Si vous devez valoriser un terrain de 1100m², vous appliquerez un coefficient modérateur de 0,7 du prix sur 600 m².

Par exemple si le prix moyen au m² est de 100 € votre terrain sera évalué à 500x100 + 600x70 car (100€ x 0,7 = 70)

Une fois obtenu le prix du terrain nu, vous devrez appeler un ou plusieurs constructeurs afin de connaître le prix moyen de construction au m² (en fonction du standing de la maison).

Avec le cout de construction, vous allez appliquer un ensuite une dévalorisation en utilisant les coefficients de vétusté suivants :

Élément	Neuf	État moyen	À refaire
Maçonnerie / Cloison / Isolation	40%	20%	32%
Ravalement	9%	5%	7%
Charpente	4%	2%	4%
Couverture	5%	3%	4%
Menuiserie extérieure	12%	6%	9%
Menuiserie intérieure	4%	2%	4%
Revêtement	7%	4%	6%
Plomberie	8%	4%	6%
Chauffage / Climatisation	8%	4%	6%
Électricité	3%	1%	2%

Exemple simplifié :

Votre terrain est valorisé à 80 000 €

La maison fait 100m². Le cout de construction est de 3000€ du m².
Une maison neuve vaut donc 300 000 €.

La maison à valoriser nécessite un ravalement obligatoire (7%), et un état moyen pour tout le reste (46%). Votre maison sera donc valorisée à $300\,000 - 53\% = 141\,000\text{€}$

La valeur totale est donc de $141\,000\text{€}$ (valeur maison avec vétusté)
+ $80\,000\text{€}$ de terrain = $221\,000\text{€}$

Une dernière méthode : le bilan promoteur inversé

Ici, vous vous retrouvez à devoir valoriser un terrain qui va **intéresser un promoteur immobilier**. Vous allez donc réfléchir comme un promoteur.

Le promoteur n'achète pas un terrain, il vend des appartements.

Dis comme ça j'ai probablement l'air un peu bête mais il faut que vous compreniez que l'on est dans un autre mode de pensée.

Le raisonnement est donc un peu particulier mais assez simple en soi :

On part du PLAN LOCAL D'URBANISME (c'est un ensemble de règles d'urbanisme appliqué à un secteur donné)

On sait quelle surface prévoir pour les eaux usées ou les espaces verts.

On sait donc quelle surface construire et sur combien d'étage.

On connaît le coût de construction et prix de vente des surfaces.

On ajoute la marge du promoteur.

Le reste est le prix du terrain

Avec **un exemple c'est plus facile à saisir**: ça donne grossièrement ceci (après étude du PLU – Plan Local d'Urbanisme) :

- Sur un terrain de 1000 m²
- Je peux construire 1000 m² d'appartement
- Mon cout de construction est de 2000 € du m²

Le promoteur dépensera donc 2 millions d'euros pour la construction.

Il va revendre les appartements à 4500 € du m², il va encaisser 4,5 millions d'euros.

La marge dans le secteur est de 15 % (dans mon département) = 675 000 €.

Il faut donc que la vente finale déduite de toutes les dépenses rapporte au promoteur 675 000 €.

Ce qui se traduit par :

4,5 M€ de vente - **2M€** de cout de construction - **prix du terrain** = 675 000 €

1 825 000 € est le prix du terrain auquel le promoteur sera prêt à acheter.

Comment utiliser ces différentes méthodes ?

Si vous devez valoriser un **appartement**, vous pourrez utiliser :

- La comparative
- La méthode hédoniste
- La méthode par capitalisation

Si vous devez valoriser une **maison** vous pourrez utiliser

- La comparative,
- La méthode par capitalisation
- Sol + construction -vétusté

Si vous devez valoriser un **terrain nu** de petite taille

- La comparative

Si vous devez valoriser un **terrain pour un promoteur**

- Bilan promoteur inversé

Vous pouvez enfin vous permettre de ***pondérer les méthodes***.

Par exemple dans le cas d'une valorisation de l'appartement de 78 m² de mon exemple précédent, on a vu que le rendement locatif était faible sur ce type de bien. On pourrait donc apporter une pondération en mettant un coefficient de 1 sur la comparative et la méthode hédoniste et à 0,5 sur la méthode par capitalisation.

Exemple :

Méthode comparative : 200 000 € : coefficient de pondération : 1

Méthode hédoniste : 230 000€ : coefficient de pondération : 1

Méthode par capitalisation : 150 000€ : coefficient de pondération : 0,5

Valorisation retenue :

$$\frac{200\,000 + 230\,000 + (150\,000 \times 0,5)}{2,5} = 202\,000 \text{ €}$$

Bien entendu, ce chapitre sur la valorisation ne peut pas remplacer une journée complète de formation sur le sujet.

Ce que je souhaite au travers ce guide c'est que vous puissiez retenir que la valorisation est un passage purement technique.

Ce n'est pas non plus une science exacte.

Il ne faut pas s'en faire une montagne et vous pourrez toujours passer un coup de téléphone à un confrère ou un autre professionnel qui connaît bien le quartier pour vous assurer que votre évaluation est correcte ou non.

Chapitre 5 “La fiscalité – les bases”

– Honoraires, impôts, structure, TVA. Le nécessaire pour ne pas se faire piéger.

La fiscalité immobilière peut vite devenir un sujet délicat si l'on ne possède pas quelques réflexes essentiels dès le départ.

Soyons transparents : je ne suis pas un expert en fiscalité immobilière. Et justement, lorsque j'ai le moindre doute, je n'hésite pas à solliciter l'avis d'un spécialiste. Je vous recommande d'adopter le même réflexe.

Votre devoir de conseil implique de connaître précisément ce que votre client devra régler en matière de fiscalité.

Si vous intervenez via un mandat de vente, votre vendeur souhaite savoir combien il lui restera après l'opération, net d'impôts et de frais.

Si vous êtes missionné dans le cadre d'un mandat de recherche, votre acquéreur, lui, veut connaître le coût global de l'opération, incluant les frais d'acquisition et vos honoraires.

Dans les deux cas, vous devez être en mesure d'estimer les taxes applicables et le montant des honoraires à prévoir. C'est une exigence professionnelle et un gage de sérieux dans l'accompagnement.

1. Honoraires : Comment les structurer clairement ?

Définissez précisément vos honoraires dans votre mandat de vente :

Honoraires fixes : rémunèrent votre activité de conseil juridique et doivent toujours être prévus clairement.

Honoraires complémentaires : proportionnels à la réussite de la vente, mais jamais exclusifs pour éviter le pacte de quota litis.

Définissez clairement vos honoraires en HT et TTC.

Ça a l'air bête, mais il m'est arrivé d'indiquer un pourcentage sans indiquer s'il s'agissait d'un honoraire HT ou TTC... et cela fait une belle différence au final.

2. Impôts pour le vendeur : quand est-il imposé ?

Le vendeur immobilier peut être soumis à la taxe sur la plus-value immobilière. Voici les cas fréquents :

Exonération de taxe :

- Vente de la résidence principale.
- Vente réalisée après plus de 30 ans de détention.
- Vente dont le prix est inférieur à 15 000 euros.

Imposition sur la plus-value :

- Vente d'une résidence secondaire ou d'un investissement locatif détenu moins de 30 ans.
- Plus-value calculée par différence entre prix de vente et prix d'achat majoré des frais d'acquisition et travaux (sur justificatifs).

Attention, au moment où j'écris ce guide, je ne sais plus combien de gouvernement se sont succéder et il existe pas mal d'incertitude sur le vote du budget et le nouvelles taxes ou modification de taux...

 **Conseil pratique : Vérifiez systématiquement la situation fiscale du vendeur pour éviter toute mauvaise surprise. Vous avez un doute, interrogez le notaire qui sera ravi de calculer le montant en espérant que vous lui confirez la vente ultérieurement.**

Cas particulier des vendeurs sociétés :

Une société vendant un bien immobilier peut être soumise à une imposition différente selon son régime fiscal (Impôt sur les Sociétés (IS) ou Impôt sur le Revenu (IR)).

Si la société est soumise à l'IS, la vente génère une plus-value professionnelle taxée à l'IS.

Si la société est à l'IR, les associés seront imposés personnellement selon leur quote-part de détention.

💡 **Conseil : Demandez toujours la structure juridique du vendeur pour anticiper correctement les obligations fiscales et interrogez un notaire ou un confrère spécialisé.**

3. Impact fiscal des honoraires à la charge de l'acquéreur

Lorsque les honoraires sont mis à la charge de l'acquéreur, cela diminue mécaniquement le prix net vendeur et donc l'assiette taxable des droits de mutation (frais de notaire). Concrètement :

Prix de vente annoncé : 200 000 € (dont 10 000 € d'honoraires acquéreur)

Prix net vendeur : 190 000 € → les droits de mutation (environ 7-8%) seront calculés sur 190 000 €, ce qui représente une économie d'environ 800 € pour l'acquéreur.

Notez bien : **Il n'est pas interdit dans votre mandat de vente de mettre les honoraires de résultat à la charge de l'acquéreur.** Vous devrez toutefois bien préciser dans vos publicités et vos échanges avec l'acquéreur ce point important.

💡 **Astuce : Psychologiquement pour le vendeur c'est généralement plus facile pour lui de signer un mandat où vos honoraires sont à la charge de l'acquéreur... (Même si au final il perçoit la même somme du fruit de la vente) et pour l'acquéreur si vous lui présentez l'avantage fiscal qu'il en retire, il est généralement satisfait.**

Chapitre 6 – « Les blocages sont dans votre tête »

-Peur de mal faire, peur du regard des autres, syndrome de l'imposteur. On démonte tout ça.

Ça y est la partie sur le rappel des bases est terminé. On va pouvoir aborder des sujets très pratiques.

Vous allez probablement hésiter à vous lancer pour de bon pour plusieurs raisons.

Voyons cela ensemble de manière pragmatique (mettons notre égo de côté)

Que se passe-t-il dans notre tête avant de se lancer dans cette activité :

- Ce n'est pas le bon moment
- Je suis un imposteur
- Que vont penser mes associés, mes proches, mes clients
- Je n'aurais jamais le temps

Ce n'est pas le bon moment

Et c'est vrai, parce que pour les choses importantes, le bon moment n'existe pas vraiment. On attend que tout soit aligné pour avoir un enfant, pour changer de vie ou se lancer dans un projet. Mais en réalité, les conditions idéales ne se présentent jamais toutes en même temps.

Comme le dit très justement Tim Ferriss :

« L'univers ne conspire pas contre vous, mais il ne se met pas non plus en quatre pour vous faciliter les choses. »

J'ai moi-même eu cette habitude de faire des listes "pour" et "contre" en espérant trouver une réponse claire. Mais j'ai fini par comprendre que cette méthode ne fonctionne pas non plus. Elle donne l'illusion de rationalité, alors que souvent, la décision demande surtout du courage.

Si vous avez envie de vous lancer, alors faites-le.

Le syndrome de l'imposteur.

Quand on commence quelque chose de nouveau, il est difficile d'avoir pleinement confiance en soi. Le syndrome de l'imposteur, c'est ce sentiment persistant de ne pas être légitime, de penser qu'on trompe les autres sur ses compétences et qu'on va finir par être démasqué.

Si vous ressentez une gêne à l'idée que votre client découvre que vous ne maîtrisez pas encore tous les rouages de la vente

immobilière, rassurez-vous : c'est parfaitement normal. Et chez les avocats, c'est encore plus fort. On est tellement imprégné de la notion de responsabilité qu'on finit par douter de ses compétences, même quand on est largement à la hauteur.

Lors d'une formation que j'animais pour l'AAMTI, un confrère m'a raconté qu'un de ses clients voulait acheter une péniche et tenait à ce qu'il l'accompagne. Sa première réaction a été de décliner poliment, en expliquant que ce n'était pas son domaine. Quand je lui ai demandé pourquoi, il m'a répondu : « Je ne me sentais pas légitime. »

Je lui ai alors fait remarquer que le client ne lui avait pas demandé s'il était spécialiste de la vente de péniches. Il voulait juste être accompagné par quelqu'un en qui il avait confiance. Et cette confiance, elle vient de notre posture, de notre formation, de notre capacité à poser les bonnes questions.

Je lui ai demandé : « *Et si vous demandiez à votre client si le fait de l'accompagner mais au préalable d'aller rechercher de l'aide sur ce type de vente comme faire appel à un spécialiste de la vente de péniches lui poserait un problème ou pas ?* » Il a réfléchi... et m'a dit qu'il allait rappeler son client.

Avant de dire non à ce genre de dossier, dites simplement à votre client que vous allez prendre quelques informations, passer quelques coups de fil, et que vous reviendrez vers lui si vous pensez pouvoir l'aider utilement.

Ce simple réflexe montre votre sérieux et votre volonté de bien faire. Et s'il accepte que vous l'accompagniez, ce sera parce qu'il aura confiance en vous.

Je me souviens que, lorsque je me suis lancé, je redoutais cette question piège : « **Dites-moi Maître, combien de maisons avez-vous vendues ?** »

Sic -

En réalité, cette question, on ne me l'a jamais posée.

Pourquoi ? Parce que j'avais affiché partout dans mon cabinet que j'étais avocat mandataire en transaction immobilière. (Je vous expliquerai en détail cela dans : *Comment en parler à vos clients sans rougir au chapitre 9.*)

Et surtout, n'oubliez jamais qui vous êtes. Vous êtes avocat. Vous savez lire un acte, poser les bonnes questions, trouver les bonnes réponses. Et si vous avez suivi une formation sérieuse (ce que je recommande vivement), vous êtes déjà bien mieux armé que la majorité des professionnels du secteur.

Non, cela ne fait pas de vous un imposteur. Cela fait de vous un professionnel humble, qui se prépare avec rigueur.

Le reste – comment structurer la vente, gérer les étapes, sécuriser l'opération – toutes les bases sont dans ce guide.

Alors mettez cette peur de côté.

J'ai croisé un jour un ancien vendeur de voitures d'occasion devenu négociateur dans une agence immobilière. Fort sympathique au demeurant, il ne faisait aucune différence entre une promesse unilatérale et une promesse synallagmatique. Et pourtant, il vivait très bien cette ignorance.

Alors non, je ne dis pas qu'il faut se lancer sans base juridique. Bien au contraire. Mais si vous avez un peu peur, c'est justement bon signe. C'est que vous avez conscience de l'importance de ce que vous faites.

Chérissez cette peur. Elle fait de vous un avocat. Ne la laissez simplement pas vous paralyser.

Une petite citation pour clore cette question :

« Un expert est une personne qui a commis toutes les erreurs possibles dans un domaine très restreint. »

Niels BOHR

Que va penser le monde entier du fait que je me lance dans cette activité ?

Quand j'ai débuté, j'ai eu droit à quelques piques de la part de confrères : « *Alors Richard, plus assez d'affaires au cabinet ? Tu t'es reconverti en agent immobilier ?* » ou encore « *On ouvre une boutique maintenant ?* »

Je pourrais vous dire de répondre si cela vous amuse. Moi, j'ai préféré continuer mon chemin. Et aujourd'hui, ces mêmes confrères participent aux réunions d'information que j'anime régulièrement à mon Barreau.

La vérité, c'est que beaucoup essaieront de vous décourager avant même que vous ayez commencé. Mais une fois que vous serez lancé, ces mêmes personnes hésiteront à se mettre en travers de votre route.

Alors avancez. Ne laissez pas les remarques freiner votre élan. Concentrez-vous sur ce que vous voulez construire, pas sur ce que pensent les autres.

« Je ne peux pas vous donner la recette de la réussite, mais je peux vous partager celle de l'échec : essayer de plaire à tout le monde, tout le temps »

Herbert Bayard Swope.

Un peu de psychologie, maintenant, du côté du client.

Je risque de le répéter plusieurs fois dans ce livre : **votre client a déjà confiance en vous.**

Souvenez-vous de ce client qui voulait acheter une péniche. Il ne cherchait pas un expert en bateaux, il voulait être accompagné par quelqu'un en qui il avait confiance : son avocat.

*

Si votre client est en face de vous, c'est qu'il vous accorde cette confiance. Et c'est là une différence majeure avec l'agent immobilier. Ce dernier démarche souvent à froid, en frappant aux portes – ce que nous, avocats, n'avons pas le droit de faire. Il entre en contact avec des inconnus, qui, par définition, ne le connaissent pas et ne lui font pas confiance.

Nous, nous avons cette chance : les clients viennent à nous. Ils se déplacent, ils nous exposent leurs problèmes, et ils attendent de nous une solution. **Ce lien de confiance est un atout immense.**

Une fois que vous avez compris cela, vous avez franchi un cap important.

Deuxième point : beaucoup de clients aiment **centraliser leurs démarches**. Un client qui divorce et qui doit vendre sa maison peut se dire : « *Si mon avocat peut s'occuper des deux, tant mieux.* »

S'il vous fait confiance pour analyser un contrat de mariage et établir un état liquidatif, il peut aussi vous faire confiance pour vendre son bien immobilier.

Il y a toutefois quelques subtilités à connaître dans la manière d'aborder le sujet. On en parlera dans le chapitre dédié : comment aborder la question avec son client sans rougir.

PARTIE 3 – PASSER À L'ACTION

Chapitre 7- « Comment je trouve du temps ? Je le crée »

Organisation, outils, astuces. Gagner du temps sans sacrifier le reste.

Je sais exactement ce que vous vous dites :

“Je n'ai déjà pas le temps pour tout ce que je fais actuellement, comment pourrais-je gérer une activité supplémentaire comme la transaction immobilière ?”

La bonne nouvelle ?

Ce temps, vous l'avez déjà.

*

Simplement, vous ne le voyez pas. Je suis passé par là. Aujourd'hui, je mène de front mon cabinet, mes mandats, mes formations, mes projets et ma vie personnelle. Le secret ? Je ne subis plus mon temps, je le crée.

J'ai puisé dans deux livres : Fabien OLICARD « *Votre temps est infini* » et Timothy FERRISS « *la semaine de 4 heures* » des méthodes pour travailler autrement.

Avant ces lectures, je subissais le manque de temps. Mon agenda se remplissait tout seul sans que je puisse y faire grand-chose. Après tout, si mon agenda était rempli à ras bord c'était probablement que mon cabinet tournait bien... En réalité si vous ne prenez pas un maximum en main votre temps, il va inexorablement vous filer entre les doigts.

Voici quelques astuces que j'ai retenu et appliqué mais je vous recommande de lire ces deux livres si vous ne l'avez pas déjà fait.

1. Clarifier pour gagner du temps : la loi de Pareto (Tim Ferriss)

« Ce qui se mesure se gère »

Peter DRUKER

La loi de Pareto est simple : 80 % des résultats proviennent de 20 % de vos efforts.

Vous l'avez déjà entendu.

Mais dans notre métier ça fonctionne aussi pour :

20% de mes clients m'apportent 80% de distractions inutiles

20 % de mes tâches prennent 80 % de mon temps (je pense à la lecture, classification et réponse à des centaines de mails par semaines)

*

Ce que vous pouvez faire dès maintenant :

Listez toutes vos activités actuelles (clients, procédures, mails, appels téléphoniques de clients, rendez-vous, gestion administrative).

Identifiez clairement les 20 % de ces activités qui rapportent réellement (argent, satisfaction, résultats concrets).

Déterminez les 80 % restants à éliminer, déléguer, ou automatiser (secrétariat, secrétariat externalisé, assistance, outils numériques).

Exemple concret :

Si vous passez chaque semaine 3h à envoyer des mails sans importance, vous perdez 12h/mois qui pourraient être déléguées à une assistante ou remplacées par des modèles automatisés.

Personnellement j'ai des clients qui m'envoient des pièces dans un mail et dans l'heure qui suit ; j'ai un autre mail qui me demande si je les ai bien reçus...

2. Clarifiez vos priorités : la matrice d'Eisenhower

Pour maîtriser votre temps, commencez par identifier clairement ce qui est urgent, important, ou aucun des deux. Utilisez la matrice d'Eisenhower, divisée en quatre catégories

- Urgent et Important : À traiter immédiatement par l'avocat.
- Important mais pas urgent : À planifier et traiter régulièrement (c'est là que se situe le développement de votre activité de transaction immobilière).
- Urgent mais pas important : À déléguer autant que possible (secrétariat, assistant, collaborateur).
- Ni urgent ni important : À éliminer ou à réduire drastiquement (interruptions inutiles, pertes de temps).

Concrètement, le jeudi après-midi, c'est un moment où au cabinet je veux que tout le monde soit concentré sur ses tâches. J'ai externalisé les appels téléphoniques (urgent mais pas important). Ça doit me coûter dans les 100 € par mois mais le gain de production pour le cabinet est réel.

 **PS, pour les confrères ou les vraies urgences, les appels sont transférés sur les GSM des avocats (Urgent et important)**

3. La technique du batching (regrouper pour accélérer)

Tim Ferriss en est fan. Fabien Olicard aussi. Et moi, je vous garantis que ça marche en cabinet d'avocat.

Le batching, c'est simplement regrouper les tâches similaires sur des créneaux précis.

*

Ce que vous pouvez faire dès maintenant :

- Fixez une matinée ou une après-midi par semaine exclusivement dédiée à l'activité de transaction immobilière.
- Regroupez vos visites de biens, vos analyses de marché, vos rendez-vous téléphoniques, le développement de votre réseau et votre rédaction d'annonces sur ces créneaux.

Concrètement, pour un avocat :

Le vendredi matin, je ne prends pas de rendez-vous au cabinet. Je fais toutes mes actions immobilières. Cette discipline m'économise au moins 1h/semaine en évitant le multitâche et les interruptions permanentes. Et en plus je n'oublie aucun dossier.

4. La puissance du minimalisme décisionnel (Fabien Olicard)

Votre énergie mentale est limitée.

Plus vous prenez de décisions inutiles dans la journée, moins vous avez d'énergie pour l'essentiel.

Ce que vous pouvez faire dès maintenant :

Préparez votre semaine le vendredi d'avant. Décidez à l'avance quels dossiers traiter chaque jour. Caser des plages de travail pour l'immobilier ou le développement de cette activité (tâche importante mais pas urgente donc je le mets dans l'agenda).

Créez des modèles de mails ou actes récurrents que vous utilisez quotidiennement. Déléguez ensuite les tâches urgentes mais pas importantes qui peuvent se baser sur ces modèles.

Établissez un processus type (checklist) pour chaque nouveau mandat immobilier. Vous éliminerez ainsi toutes les petites décisions inutiles du quotidien.

Exemple concret :

Depuis que j'utilise des modèles prêts à l'emploi pour mes divorces amiables conjugué à une fiche de rendez-vous calibrée, j'ai gagné environ 2h par semaine que je consacre à mes mandats immobiliers.

5. Bloquer son agenda avant que d'autres ne le fassent (Tim Ferriss)

Tim Ferriss le dit bien :

« Si vous ne définissez pas vos priorités, quelqu'un d'autre le fera pour vous. »

J'adore cette citation, c'est tellement vrai !

Ce que vous pouvez faire dès maintenant :

Prenez immédiatement votre agenda et bloquez des créneaux réguliers dédiés à votre nouvelle activité immobilière.

Considérez ces créneaux comme non négociables (sauf urgence absolue).

Respectez-les comme vous respecteriez une audience au tribunal ou avec un client important.

Exemple concret :

Je cale une heure par semaine, j'ai rendez-vous avec moi-même pour la mise en place de ma nouvelle activité et plus tard pour le développement de mon réseau, les appels clients ou la valorisation des biens immobiliers. Personne ne prend ces créneaux, pas même mes clients habituels.

J'essaye de caler un déjeuner tous les 15 jours avec un notaire, un agent immobilier, un géomètre etc.. (D'ailleurs cette année j'ai eu 3 mandats sur recommandation d'un géomètre)

6. La règle des 3 tâches clés par jour (Fabien Olicard)

Chaque matin, listez les 3 choses essentielles à réaliser aujourd'hui. Pas plus. Le reste attendra.

Ce que vous pouvez faire dès maintenant :

Chaque jour, identifiez clairement vos 3 priorités.

Veillez à toujours intégrer une tâche liée à votre activité immobilière, même minime (un appel, une vérification de prix, une annonce à publier, caler un déjeuner avec un confrère pour lui parler de son activité, s'abonner à l'AAMTI...).

Bien entendu, vous devrez probablement faire plus que cela.

Et si vous en faites davantage, ce sera du bonus. Sinon, vous aurez tout de même rempli votre mission du jour — et ça, c'est déjà une réussite.

7. Outils pratiques pour accélérer (ma sélection perso)

Quelques outils que j'utilise personnellement pour optimiser mon temps :

Lexpertim (logiciel de valorisation qui me permet de gagner 2h sur une valorisation)

Canva (création d'annonces immobilières rapides et efficaces)

ChatGPT (assistant de rédaction : mails, annonces, fiches produits, articles rapides)

Les demoiselles du téléphone (externalisation des appels)

Conclusion

Ce n'est pas la quantité de temps disponible qui compte, mais la qualité de l'organisation que vous en faites. Aujourd'hui, vous pensez manquer de temps. Demain, en utilisant ces outils et méthodes concrètes, vous allez découvrir que votre temps est bien plus vaste que vous ne l'imaginiez.

Alors osez. Organisez. Lancez-vous. Je vous parie que vous ne reviendrez plus jamais en arrière.

Exercice pratique à réaliser tout de suite :

Listez les tâches actuelles les plus chronophages dans votre semaine.

Déterminez précisément comment vous pouvez les réduire, les déléguer ou les éliminer.

Réservez dès maintenant des créneaux dans votre agenda pour cette nouvelle activité immobilière.

Testez la méthode durant une semaine : observez les résultats, puis ajustez.

Chapitre 8 - « L'information la vraie richesse »

– *Le secret de la réussite de cette activité*

Je vais être transparent avec vous. Il m'arrive de critiquer les agents immobiliers. Pourtant, c'est bien l'un d'eux qui m'a confié un jour ce que je considère comme un véritable secret en matière de vente immobilière.

Pierre, un agent chevronné, m'a lancé un jour : « *Richard, tu te lances dans l'immobilier... mais sais-tu quelle est la véritable source de richesse dans ce domaine ?* »

Pris de court, j'ai réfléchi longuement avant de répondre, un peu hésitant : « Le bien lui-même ? »

Il a souri, puis a répliqué : « *Non. C'est l'information.* »

Et là, il a enchaîné avec des exemples à la fois clairs et percutants.

*

Prenez un terrain agricole appartenant à votre voisin. Vous savez qu'il est en passe d'être reclassé en terrain constructible. Vous pouvez l'acquérir à 10 € le mètre carré, puis le revendre à 100 €. Ce n'est pas le terrain en soi qui crée la richesse, c'est le fait de savoir, avant les autres, qu'il va changer de statut.

Autre cas : un couple divorce. Vous apprenez, dans le cadre de votre mission d'avocat, qu'aucun des deux ne pourra racheter la part de l'autre. Vous êtes, avec votre confrère, le seul à détenir l'information que la vente est inévitable.

Ou encore : un confrère apprend que vous traitez la vente d'un fonds de commerce de boulangerie. Il connaît une cliente boulangère qui elle, rêve d'acquérir un nouveau fonds. Il vous contacte, et vous concluez ensemble la cession. Ce qui a fait la différence ? L'échange d'information.

En réalité, l'information est le carburant de l'avocat mandataire en transaction immobilière.

Et bonne nouvelle ! Elle est partout.

*

Elle se trouve d'abord dans vos propres dossiers :

Vous intervenez dans un divorce ? Il y a souvent un bien à vendre.

Vous gérez une succession ? Même chose.

Vous êtes saisi d'une cession de fonds de commerce ? Les murs sont-ils concernés ?

Vous traitez une procédure de saisie immobilière ? N'oubliez pas que la phase de vente amiable est une occasion de sauver de la valeur pour votre client.

Vous intervenez pour un bailleur qui souhaite expulser un locataire ? Peut-être envisage-t-il de le vendre une fois vide...

Et même quand un client touche une forte indemnisation après un procès, je n'hésite pas à lui poser la question : « Envisagez-vous un investissement immobilier ? »

*

Mais l'information ne se limite pas à vos dossiers. Il faut aussi faire savoir autour de vous que vous êtes actif dans ce domaine.

Parlez-en à vos confrères. Informez-les que vous êtes avocat mandataire en transaction immobilière. C'est ce qui permettra les recommandations ou les co-mandats (un point que je développe plus loin dans ce guide).

Quand j'ai démarré, j'organisais, chaque trimestre, un petit cocktail avec des confrères. Je leur présentais l'activité, mes méthodes, et surtout, je leur montrais comment en parler à leurs propres clients lors d'un rendez-vous.

C'est grâce à ces échanges que j'ai obtenu mes premiers mandats.

Alors gardez cela en tête : **dans notre métier, l'information précède l'opportunité.** Encore faut-il savoir la capter, la traiter, et surtout... en faire bon usage.

Mais pour que l'information génère de la valeur, encore faut-il deux choses :

- Qu'elle circule intelligemment,
- Mais pas trop : plus elle reste confidentielle, plus elle conserve sa puissance.

Je vais vous donner un exemple concret, issu de ma propre expérience.

*

Après la crise sanitaire liée au Covid, c'est la crise immobilière qui a frappé. Les taux ont bondi, les vendeurs ont gelé leurs projets, et **mon activité s'est arrêtée net**.

J'ai pris un temps de recul. J'ai réfléchi à ce qui demeurerait rare et précieux : l'information. Mais cette fois, elle avait changé de nature. Les biens n'étaient plus rares. Ce qui devenait précieux, c'était l'acquéreur capable d'acheter.

Les banques avaient durci leurs conditions. Seules deux catégories de personnes pouvaient encore acquérir : celles en capacité d'autofinancement, et celles jouissant d'une solide relation avec leur banquier.

Alors, j'ai changé de stratégie. Plutôt que de courir après les biens, j'ai cherché les acquéreurs solvables. Et je leur ai fait signer des **mandats de recherche**.

Avec ces mandats en poche, je suis allé voir des agences immobilières. Je leur ai proposé de me présenter des biens en **exclusivité absolue** pour une courte durée, en échange de la certitude que mes clients étaient sérieux et en capacité de conclure.

Les agences étaient ravies : elles peinaient à vendre, et moi, j'avais des acquéreurs fiables. Résultat : j'ai pu continuer à signer des ventes, là où beaucoup avaient mis leur activité en pause.

Voilà un exemple concret d'un principe fondamental : **dans cette activité, tout commence par l'information. Savoir où elle est. Savoir la lire. Savoir l'utiliser. Et surtout, savoir la transformer en opportunité.**

Chapitre 9 -“En parler à ses clients sans rougir”

– *Pitch simple, posture d'expert, exemples de formulations.*

Lorsque l'on a passé presque une heure en rendez-vous à convaincre son client d'une stratégie pour son divorce ou pour sa succession, par exemple, vient le moment de proposer de signer un mandat.

Le client est fatigué après plusieurs minutes de concentration à vous écouter. Votre fenêtre de tir est minime. Mais gardez en tête que vous avez acquis sa confiance.

Pour avoir enduré l'exercice avant vous, je peux vous assurer que vous allez devoir procéder en 2 étapes :

- Annoncer que vous êtes Avocat Mandataire en Transaction Immobilière
- Le convaincre que vous êtes la meilleure personne pour vendre son bien

Etape 1 annoncer que vous êtes avocat mandataire en transaction immobilière.

C'est un moment terrible que celui-là ! Le client n'a aucune idée de ce que vous êtes en train de lui dire. Le mot AMTI est tellement long qu'il vous a complètement perdu en butant sur le terme *mandataire*. A partir de ce mot il ne vous écoute plus.

Et vous allez ramer très fort jusqu' à ce qu'il conclut en disant « *ahhhh je comprends vous êtes agent immobilier* » ... et il m'est arrivé de dire *oui, si vous voulez*, par dépit...

Après avoir passé 10 minutes à expliquer ce que vous faites, l'attention de votre client est ailleurs et vous n'arriverez pas à le convaincre que vous êtes la bonne personne.

*

Ayant essuyé une bonne dizaine d'échec je me suis mis à réfléchir.

J'ai placardé dans toutes les pièces de mon cabinet une affiche expliquant que j'étais Avocat mandataire en transaction immobilière. Suivi d'un descriptif simple et sans ambiguïté.

Résultat : une fois en face de moi je n'avais plus qu'à lui dire, vous avez vu l'affiche ?

Réponse : oui

10 minutes de gagné et un client attentif à la suite, voilà qui a tout changé.

*

On parle d'information comme pierre angulaire de la vente immobilière, c'est aussi vrai pour vos clients.

Ecrivez sur votre papier à entête que vous êtes avocat mandataire en transaction immobilière, mettez-le en signature de vos mails, affichez-le partout à l'intérieur de votre cabinet. N'oubliez pas le répondeur de votre téléphone professionnel.

Etape 2 (qui en réalité est l'étape 1, si vous avez affiché partout dans votre cabinet que vous êtes AMTI)

C'est ici, que beaucoup de confrères, rompus à la négociation peinent parfois à convaincre. Et pour cause, ils doivent se vendre eux même.

Ce n'est pas notre culture.

De plus, c'est un exercice particulièrement difficile si vous n'avez pas confiance en vous. Ce qui peut être le cas lorsque vous vous lancez pour la première fois dans cette activité.

Il faut pourtant que vous compreniez que vous avez un avantage énorme :

Votre client a confiance en vous. Sinon, il ne payerait pas pour vos services d'avocat.

Et si votre client a confiance en vous pour le sortir d'une situation incroyablement complexe à ses yeux, alors il ne peut que vous accorder sa confiance pour vendre un bien immobilier.

Et les arguments sont nombreux :

Le fait de tout centraliser entre vos mains est particulièrement intéressant.

Si vous avez passé 3 mois à convaincre chaque héritier, pourquoi faire entrer sur scène un agent immobilier ? Vous connaissez chacun des indivisaires ! Vendez le bien et au moment de négocier les conditions de la vente, il vaut mieux que ce soit vous qui le fassiez plutôt qu'une tierce personne.

Vous êtes le maitre du temps. Je pense notamment au cas où votre vente est liée à un dossier contentieux.

(Exemple : saisie immobilière avec autorisation du juge pour tenter une vente amiable) : Vous avez pleine conscience des délais de procédure et vous allez adapter le rythme de la vente en fonction. Vous saurez quand effectuer une baisse de prix pour faire accélérer la vente. L'agent immobilier n'a pas ces paramètres en tête.

Vous êtes tenu à la confidentialité la plus stricte ; pas l'agent immobilier.

Il arrive souvent que l'agent immobilier glisse aux acquéreurs que c'est un divorce qui est à l'origine de la vente ou une faillite personnelle. Acquéreur qui peut utiliser cette information et **tenter une négociation à la baisse**. L'avocat aura l'élégance si on lui pose la question de répondre de manière stoïque : *« mes clients ont un nouveau projet »*.

Pour ma part **j'ai décidé de m'aligner sur le tarif des agents immobiliers** (vous pouvez très bien être plus cher). mais cela m'a permis de pouvoir créer un slogan : *je pratique les mêmes tarifs que les agents immobiliers, le conseil en plus.*

Vous pouvez lire ou rédiger un compromis, négocier chaque clause avec le notaire, vous êtes là pour garantir les intérêts de votre client.

Vous faites les visites vous-même : c'est déstabilisant au départ pour les acquéreurs mais ils sont rassurés quand ils voient votre méthode de travail. Et un acquéreur confiant est un acquéreur qui fait une offre.

Si vous vous abonnez à l'AAMTI, **vous pourrez trouver le soutien d'un confrère** sur des questions techniques, si jamais les choses se compliquent. Vous aurez des ressources et un réseau sur lequel vous appuyer.

*

Alors je sais que certains d'entre vous pensent :

Mais je n'ai encore vendu aucune maison alors comment être confiant ?

Vous êtes avocat pas vendeur de chaussure et pourtant je croise sans arrêt des agents commerciaux immobiliers qui ont passé leur vie à vendre des bibelots et qui vendent des appartements sans connaître quoi que ce soit.

Vous êtes avocat, vous avez une manière de réfléchir, de négocier, d'anticiper des obstacles que ces autres professionnels n'ont pas forcément.

*

Malgré le fait que je pratique depuis plusieurs années, aucune vente ne se ressemble.

Des situations d'urbanismes, de voisinage, de PLU, de montage de société...une vente comme on en rêve arrive rarement.

En revanche, votre instinct d'avocat se mettra en route dès que vous soupçonneriez une difficulté. Et vous irez chercher, vous irez trouver l'information qui vous manque auprès d'un confrère, d'un notaire, d'un géomètre... c'est ça aussi être avocat mandataire en

transaction immobilière ; utiliser les outils à votre disposition pour comprendre, conseiller et agir au nom de votre client.

Croire que la vente immobilière est facile et se lancer est une erreur que vous ne devez pas commettre.

J'invite vraiment ceux qui souhaite se lancer à se former. Vous n'y apprendrez pas la moitié de ce dont vous aurez besoin, mais vous aurez les automatismes nécessaires.

Donc, revenons sur le sujet (convaincre son client).

Essayer d'appliquer la technique du Yes set (les petits oui)

En quoi consiste cette technique ?

La méthode consiste à obtenir plusieurs petites approbations ou acquiescements de votre interlocuteur au cours d'une discussion, avant de lui poser la question finale qui vise à conclure un accord. Le principe est simple : plus l'interlocuteur dit « oui », même à des questions anodines ou évidentes, plus il sera disposé psychologiquement à accepter la proposition finale.

Cette technique s'appuie sur le principe psychologique de cohérence et d'engagement : une fois qu'une personne a commencé à dire oui plusieurs fois, elle a tendance à poursuivre dans la même direction, afin de rester cohérente avec elle-même.

Pourquoi cette technique fonctionne-t-elle ?

Elle met progressivement votre interlocuteur dans un état psychologique favorable, en lui donnant le sentiment d'être aligné avec vous.

Elle diminue sa résistance, car il serait illogique de refuser après avoir approuvé plusieurs fois.

Elle facilite l'acceptation finale en réduisant la sensation d'un engagement lourd et soudain.

Attention toutefois :

Évitez de poser trop de questions évidentes ou artificielles. Restez authentique et naturel.

N'en abusez pas pour éviter que votre interlocuteur se sente manipulé ou méfiant.

*

Voilà ce que pourrait donner un échange entre l'avocat et son client :

Vous êtes d'accord qu'il a été difficile de mettre tous les héritiers d'accord ? – (oui)

Nous sommes tous d'accord qu'il faut saisir l'occasion pour vendre ce bien rapidement et au bon prix – (oui)

Je vous ai expliqué les avantages de passer par un AMTI pour conclure une vente. Seriez-vous rassuré de savoir que je m'occuperai personnellement de toutes les démarches administratives et juridiques pour vous faire gagner du temps et éviter un retour en arrière avec des héritiers qui se chamaillent ? (Oui.)

Dans ce cas, je vous propose de valoriser le bien, je travaille cette question et on se revoit dans une semaine.

Vous comprenez qu'il est plus facile pour vous d'obtenir des mandats en partant de vos dossiers existants. Mais il arrive parfois que mes clients viennent pour un premier rendez-vous qui n'a rien à voir avec l'immobilier et qui en salle d'attente voient mon affiche.

Le client peut donc n'avoir aucun souci juridique et vouloir confier la vente à un avocat.

Dans ce cas, son interrogation porte sur **votre disponibilité et votre réactivité**.

La profession donne une image d'avocats sous l'eau qui ne répondent pas aux mails et qui courent derrière le temps. Les clients se demandent donc si vous aurez vraiment le temps de vendre son bien.

*

Pour ma part, c'est devenu une de mes activités principales, mais pour un débutant je vous encourage à vendre un bien qui est proche de votre cabinet. Si la vente se conclue et que vous prenez gout à l'activité, vous trouverez le temps pour cette activité.

En vous occupant d'un bien proche du cabinet, vous avez un argument à opposer à votre client du genre « *le Bien est à 5 minutes du cabinet, c'est facile pour moi de m'y rendre pour faire une visite même à la dernière minute* »

Bonus – La recherche de locataire

Il existe une activité connexe à la vente immobilière qui mérite d'être mentionnée : la recherche de locataire.

Une consœur a développé cette pratique en signant non pas des mandats de vente, mais des mandats de location. C'est une possibilité à envisager, mais qui, selon moi, nécessite une organisation adaptée. En effet, la rentabilité est plus faible que pour une vente : la rémunération est généralement équivalente à un ou deux mois de loyer, ce qui limite l'intérêt économique de cette activité... sauf si vous la coupez à la rédaction du bail, facturée à part.

*

Cela devient réellement intéressant dans deux cas :

- Lorsque les loyers sont élevés,
- Lorsque le client vous missionne également pour rédiger un contrat de bail solide.

Mais ce qui est particulièrement intéressant dans cette activité, **c'est l'impact de votre statut d'avocat sur la qualité des candidatures.**

Ma consœur m'a confié que, dans sa pratique, environ un tiers des personnes qui appellent pour louer le bien mis en location par son cabinet raccrochent dès qu'elles apprennent qu'il s'agit d'un cabinet d'avocat...

Cela peut sembler décourageant au premier abord... mais c'est en réalité une formidable opération de tri naturel. Car ceux qui poursuivent la démarche sont généralement les profils les plus sérieux. Ceux qui n'ont rien à cacher. Ceux qui sont prêts à signer un bail clair, précis, sécurisé... avec un avocat.

Et cela, c'est un argument massif à valoriser auprès de vos clients propriétaires :

« Confier la recherche de locataire à un avocat, c'est s'assurer de sélectionner des candidats fiables, respectueux, et en mesure de comprendre les termes d'un contrat. »

C'est aussi un excellent moyen de vous démarquer des agents immobiliers dans un marché locatif tendu.

Bien entendu, cette activité peut s'avérer chronophage. Si vous voulez la développer, je vous recommande de déléguer une partie de la gestion à un collaborateur dédié, voire de vous associer avec un confrère ayant déjà mis en place ce service dans son cabinet.

*

En bref, ce n'est peut-être pas votre cœur de métier... mais c'est une corde de plus à votre arc, à condition de bien calibrer votre offre et vos ressources. Et surtout, de valoriser ce que votre statut d'avocat apporte de plus : rigueur, sérieux, sécurité.

Une nouvelle fois, tout est une question de positionnement et de méthode.

Chapitre 10 - En parler à ses confrères sans crainte”

– Lever les appréhensions, créer des synergies, proposer des co-mandats.

Vos confrères représentent une ressource précieuse pour votre activité de mandataire en transaction immobilière. Leur en parler clairement et simplement est non seulement bénéfique mais également essentiel pour générer de nouvelles opportunités professionnelles.

Pour ma part il m'est arrivé d'organiser régulièrement deux afterworks successifs avec des confrères.

L'un pour **présenter l'activité d'avocat mandataire** en transaction immobilière.

L'autre pour leur expliquer **comment convaincre leur client** et comment réagir si le client est d'accord.

Étape 1 : Présentez clairement ce qu'est l'AMTI

Commencez par définir simplement ce qu'est un Avocat Mandataire en Transaction Immobilière (AMTI). Expliquez qu'il s'agit d'une activité complémentaire à leur métier d'avocat, validée par le Conseil National des Barreaux dès février 2010. Cette mission, accessible sans diplôme complémentaire ni assurance supplémentaire, consiste à accompagner son client dans la recherche d'un acquéreur ou

vendeur, négocier la transaction et éventuellement rédiger l'acte juridique correspondant.

Étape 2 : Illustrez le potentiel économique

Utilisez des chiffres clairs pour illustrer concrètement l'intérêt économique de cette activité. Par exemple : *« À La Réunion, il y a environ 5500 transactions immobilières par an pour un volume de ventes total d'environ 750 millions d'euros. Avec des honoraires d'agence autour de 5%, c'est environ 37 millions d'euros par an qui sont versés aux intermédiaires immobiliers. En captant ne serait-ce que 10% de ces transactions à plusieurs avocats, chacun pourrait augmenter significativement son chiffre d'affaires sans les aléas d'une procédure judiciaire. »*

Étape 3 : Rassurez sur la déontologie

Vos confrères peuvent avoir des inquiétudes déontologiques. Expliquez-leur clairement qu'il n'y a aucun conflit avec la déontologie des avocats, que cette activité a été expressément validée par le CNB et qu'il suffit simplement d'informer leur ordre par courrier. Ajoutez qu'ils sont déjà couverts par leur assurance professionnelle actuelle.

Étape 4 : Présentez les outils concrets pour réussir

Rassurez vos confrères sur l'aspect pratique. Pour ma part je me repose sur l'association AAMTI qui propose une formation spécifique, un accompagnement par des avocats expérimentés, un logiciel de rédaction d'actes, et même des modèles de contrats de co-mandat.

Soulignez l'importance de la collaboration via des co-mandats où chaque avocat garde le contrôle de son client tout en bénéficiant de l'expertise immobilière d'un confrère spécialisé (je parle du co-mandat dans l'étape 6).

Étape 5 : Expliquez comment convaincre leur client

Donnez à vos confrères les clés concrètes pour qu'ils puissent, à leur tour, convaincre leurs propres clients. Proposez-leur des arguments clairs et percutants :

« Service clé en main : votre client vous connaît déjà et vous fait confiance. » revoir le chapitre précédent pour trouver les arguments.

« Le coût n'est pas supérieur à celui d'une agence immobilière traditionnelle, avec en prime votre conseil juridique inclus. »

« Vous bénéficiez d'un réseau d'avocats mandataires formés et disponibles pour prendre en charge les visites et la négociation, tout en restant vous-même au cœur de la relation client. »

Expliquez-leur la nécessité absolue d'avoir une affiche dans leur cabinet.

Étape 6 : Proposez explicitement le co-mandat

Enfin, encouragez explicitement l'idée des co-mandats. Expliquez-leur les avantages concrets : sécurisation de la relation client grâce à un contrat clair avec partage équilibré des honoraires (généralement autour de 15% pour l'avocat qui va juste superviser l'opération), et optimisation du temps grâce à la répartition claire des tâches.

En adoptant cette démarche structurée et rassurante, vous lèverez efficacement les appréhensions de vos confrères tout en créant des synergies positives pour développer votre activité d'AMTI.

Le co-mandat

Vous le savez, l'apport d'affaires est interdit entre avocats. Mais cela ne signifie pas qu'un client ne peut pas mandater plusieurs avocats pour défendre ses intérêts, chacun dans son domaine de compétence.

Prenons un exemple simple : un client consulte l'avocat A pour un contentieux. Au fil des échanges, le besoin de vendre un bien immobilier se fait sentir. L'avocat A contacte alors son confrère B, avocat mandataire en transaction immobilière. Le client signe alors un co-mandat avec les avocats A et B.

*

Ce co-mandat précise la répartition des rôles et des tâches entre les deux confrères, ainsi que la clé de répartition des honoraires. Il respecte évidemment les principes déontologiques habituels : confidentialité, indépendance, absence de conflit d'intérêts...

Des modèles de co-mandats existent. Personnellement, j'utilise ceux transmis par l'AAMTI et validés par mon barreau. Pour des raisons de propriété intellectuelle, je ne peux pas les reproduire ici, mais en rejoignant l'association, vous y aurez facilement accès.

Concernant les honoraires, la règle la plus couramment admise repose sur la contribution effective de chaque avocat à la mission :

Celui qui prend en charge la partie opérationnelle (valorisation du bien, mise en publicité, visites, suivi de la vente) perçoit en général **85 % des honoraires de résultat**,

Celui qui intervient ponctuellement pour relire les actes ou assister son confrère perçoit les 15 % restants.

Ce schéma n'est pas obligatoire, et on peut imaginer d'autres participations en fonction du type d'intervention de chaque avocat. Mais il constitue une base équilibrée et cohérente, souvent bien acceptée entre confrères.

Le co-mandat est donc un excellent moyen de collaborer entre avocats tout en respectant nos règles professionnelles. Il permet également de faire connaître notre activité d'avocat mandataire à d'autres confrères, et d'élargir son réseau... tout en rendant un meilleur service au client.

Reflexe à avoir :

Il m'arrive régulièrement qu'un confrère m'appelle à la fois excité et anxieux.

« Richard, j'ai un client qui est d'accord pour un co-mandat pour vendre sa maison, qu'est-ce que je fais ? »

La réponse de l'AMTI est claire ;

Il faut que je prenne rendez- vous avec le client pour valoriser le bien.

Ensuite une fois que j'ai valorisé, on voit le client ensemble pour lui présenter la valorisation et lui proposer nos honoraires.

Si le client est d'accord, on signe le co-mandat et je me mets au travail.

Chapitre 11. Communiquer sans se trahir

– LinkedIn, site web, bouche-à-oreille. Trouver son style de com, sans en faire trop.

La communication autour de votre activité d'avocat mandataire en transaction immobilière est utile, mais dans mon expérience personnelle, elle ne m'a jamais apporté autant de clients que ceux provenant de mes confrères ou de mes propres dossiers. Pour moi, **un réseau efficace est bien plus important qu'une forte visibilité sur internet**. Voici donc quelques pistes pour identifier et développer une stratégie de réseau adaptée à votre activité.

LinkedIn ou Facebook : Quel réseau choisir ?

Choisissez votre réseau en fonction de votre clientèle cible et de votre activité principale :

LinkedIn est particulièrement pertinent si vous visez une clientèle professionnelle telle que les promoteurs immobiliers ou des investisseurs. La publication de contenus courts et informatifs sur le marché immobilier ou les aspects juridiques des transactions immobilières peut attirer ce type de client.

Facebook, en revanche, pourrait être mieux adapté si vous êtes un avocat pratiquant par exemple beaucoup d'expulsions et que vous avez déjà récupéré des mandants via ce canal. Facebook favorise une approche communautaire et plus personnelle, en accord avec certains profils de clientèle. Communiquer sur vos expulsions est peut-être plus perspicaces que de communiquer sur la vente

immobilière. En effet, la concurrence est vraiment dure sur l'activité immobilière. Si vous arrivez à obtenir des dossiers d'expulsions et que vous êtes capables d'appliquer les réflexes prévus dans ce guide (affiche, présentation de l'activité etc...) vous finirez par obtenir des mandats.

Site web : Clarté sans excès

Votre site web reste une vitrine professionnelle essentielle, mais gardez-le sobre et pratique :

Présentez clairement votre activité d'AMTI sans en faire une vitrine commerciale.

Simplifiez le parcours utilisateur avec une prise de rendez-vous directe et accessible.

Bouche-à-oreille : Votre atout principal

Le bouche-à-oreille demeure un outil puissant mais long à mettre en œuvre :

Soignez la qualité et la rigueur de votre accompagnement, car votre réputation dépend avant tout de vos performances concrètes.

Entretenez activement votre réseau de confrères, car ce réseau constitue une source essentielle de nouveaux mandats.

La pancarte : efficace

J'utilise une pancarte qui est mise en vente par l'AAMTI, une face indique qu'un bien est à vendre et l'autre indique qu'un bien est à louée. C'est une belle pancarte qui est efficace et que je place régulièrement de manière la plus visible possible sur mes biens en vente. Et ça fonctionne. Sur une rue passante, non seulement j'ai des appels d'acquéreurs, mais à force, j'ai des personnes qui prennent le numéro et m'appellent par curiosité ou pour me confier un bien ou une valorisation.

C'est un outil simple à mettre en œuvre qui ne coûte pas cher et qui peut vous apporter un mandat de temps en temps ou faire accélérer votre vente. A ne pas négliger donc dans votre panoplie du parfait AMTI.

Communiquer sans excès

Une bonne communication pour un avocat AMTI passe davantage par la qualité de votre réseau professionnel que par une visibilité intense sur internet. Soyez visible mais sans en faire trop. Votre authenticité, votre discrétion et votre professionnalisme seront toujours plus efficaces qu'une stratégie marketing agressive.

Il est notable de constater que la concurrence en matière immobilière est importante. L'achat de mots-clés sur google par exemple, dans ce secteur est particulièrement élevé. Il faut donc communiquer malin. Il faut privilégier vos propres dossiers et ceux de vos confrères avant d'envisager des campagnes de publicité ou d'achat de mots-clés.

Anecdote :

Comme vous le savez, je suis avocat à la Réunion. À une période, j'ai envisagé de diversifier un peu mon activité en me rapprochant d'un promoteur mauricien réputé pour vendre des villas à l'île Maurice.

Il faut dire que Maurice attire pas mal de Français à la retraite. On y retrouve un climat tropical similaire à celui de la Réunion, et surtout, une fiscalité très séduisante avec un impôt plafonné à 15 % des revenus.

Mais voilà : la fiscalité, aussi attractive soit-elle, peut parfois être une fausse bonne raison de tout plaquer pour partir s'installer sur cette île. Du coup, avec l'aide d'un confrère fiscaliste, j'ai pris le temps de rédiger un document explicatif solide pour éviter les désillusions. Et puis je me suis lancé dans la com'.

J'ai fait les choses sérieusement : mise en valeur des villas, lien vers une documentation juridique claire sur les démarches pour s'installer à Maurice, etc. Résultat : des téléchargements réguliers de ma documentation... mais côté ventes ? Rien de significatif.

*

Pendant ce temps-là, un agent immobilier, lui, envoyait du lourd sur les réseaux. Pas un mot sur la fiscalité ou les démarches administratives. À la place ? Une avalanche de publications sur la douceur de vivre à Maurice, les plages, la culture locale, les bons restos, la communauté française sur place... Bref, une communication 100 % émotion, 0 % technique. Il a littéralement inondé les réseaux : un post par jour pendant plus de trois mois !

Et moi, face à ça ? Impossible de rivaliser. Pourquoi ?

Parce que rédiger un article juridique prend 100 fois plus de temps qu'un post sympa sur le bien vivre à l'île Maurice.

Et surtout... parce qu'un post juridique, c'est souvent perçu comme *boring*, pas glamour du tout, et clairement, ça ne fait pas rêver l'acheteur.

Ce que j'ai retenu de cette expérience ?

Une campagne de com' sur un bien atypique, ça ne s'improvise pas.

Il faut penser comme un acheteur, pas comme un avocat. Identifiez d'abord ce qui fait vibrer votre cible, puis adaptez votre message en restant dans le cadre déontologique. L'inverse — partir du droit sans réfléchir à l'émotion ou au rêve que l'on vend — est le meilleur moyen de passer à côté de son public.

Chapitre 12 – Mandat de vente ou de recherche ?

-Avantages, inconvénients... Pour qui ? Pour quoi ? dans quel contexte ?

Je vais vous parler ici de mon expérience personnelle. Ce n'est pas une vérité universelle, ni un modèle à reproduire tel quel. Tout ce que vous lisez dans ce guide, c'est du vécu : parfois ça a marché, parfois... pas du tout.

Le mandat de vente : plus dur à décrocher, mais souvent plus simple à honorer

Globalement, je trouve que le mandat de vente est plus difficile à obtenir. Mais une fois signé, le travail est assez clair, et la vente se réalise souvent — à condition que le bien soit **correctement estimé**. Cela dit, il m'est arrivé d'avoir des biens sur les bras qui ne sont jamais partis.

Je pense notamment à ce client qui avait fait construire deux villas jumelées, assez luxueuses, mais dans un petit village paumé, loin de tout. Les villas, en elles-mêmes, étaient très belles, mais leur localisation rebutait les acheteurs. Trop loin des commodités pour y vivre, et peu rentable pour un investisseur. Bref, on cumulait les handicaps.

*

On a essayé de les valoriser correctement... mais pour réussir à les vendre, il aurait fallu baisser le prix en dessous du montant investi par mon client. Un non-sens économique pour lui.

J'ai fini par surévaluer le bien, pensant que l'originalité pourrait séduire. Résultat ? Le bien n'a jamais été vendu. Ce n'était pas un problème de communication ni de stratégie : mon client avait juste fait un mauvais investissement dès le départ, et rien, ni même toute ma bonne volonté, ne pouvait gommer cette erreur.

Le mandat de recherche : un tournant stratégique après la crise post-Covid

Le mandat de recherche, je l'ai découvert un peu par hasard, dans le contexte post-Covid. Et très honnêtement, c'est devenu aujourd'hui l'un des piliers de mon activité.

Mais avant de vous raconter comment j'ai fait, voici mon ressenti global :

➡ Le mandat de recherche est plus facile à obtenir. L'image de l'avocat rassure. On imagine facilement qu'un avocat a accès à des dossiers de qualité, à un réseau intéressant. Alors, quand un client me demande de lui trouver un fonds de commerce, un bien rare, ou une belle opportunité, il part confiant.

➡ Mais attention à l'effet retour. Si vous n'avez rien à proposer rapidement, la déception peut être rude. Le mandat de recherche **exige un vrai réseau en amont**, ou à défaut, un canal efficace pour diffuser vos recherches. Sinon, vous risquez de perdre en crédibilité.

Et puis il y a une autre difficulté, plus sournoise : **la rémunération**. Si le bien que vous trouvez est proposé par un agent immobilier ou un confrère, il y a souvent une

commission d'agence ou d'avocat incluse dans le prix. Ajouter vos honoraires par-dessus, ça peut vite faire grimper la facture pour votre client. Et là, ça coince.

Comment j'ai fait fonctionner ce modèle

Juste après le Covid, le marché immobilier s'est tendu. Il y avait moins de biens à vendre, mais surtout moins d'acquéreurs solides : les taux ont grimpé, les banques sont devenues frileuses, et les agences immobilières galéraient.

J'ai donc renversé la logique.

J'ai fait signer des mandats de recherche à mes meilleurs clients, ceux qui avaient la capacité d'acheter rapidement et sérieusement.

Ensuite, je suis allé voir les agences immobilières : ***“Vous avez les biens, moi j'ai les acheteurs. Si vous me prévenez avant de diffuser une annonce, je peux vous les placer rapidement.”***

Et là, ça a tout de suite pris :

Les agences m'ont vu comme une solution à leur problème : elles n'arrivaient plus à vendre, et moi, je venais avec des clients qualifiés.

*

Mes clients étaient ravis de me rémunérer, car en échange, ils bénéficiaient d'un accès privilégié à des biens non encore mis sur le marché. Une vraie exclusivité de présentation.

Aujourd'hui, le mandat de recherche représente plus de 60 % de mon chiffre d'affaires. Mais attention, ce n'est pas un miracle. Pour que ça fonctionne, il faut respecter quelques règles simples :

- Constituez un vrai réseau sérieux et qui tient parole. Sans ça, vous allez tourner en rond.
- Négociez des exclusivités de présentation, même courtes (10 jours, par exemple).

Prévenez clairement vos clients : s'ils traînent à se décider, le bien peut vous échapper. Il faut jouer sur la réactivité

Chapitre 13 – Mandat exclusif ou pas?

-Pourquoi le mandat exclusif est vital... et comment convaincre votre client.

Une fois que vous avez valorisé le bien, arrive le moment décisif : présenter la valorisation au client.

Et là, premier conseil essentiel — ne l'envoyez jamais par mail.

Prenez un rendez-vous.

Pourquoi ? Parce que c'est à ce moment précis que tout se joue. Ce rendez-vous, c'est le point de départ pour obtenir la signature du mandat. Il faut expliquer au client comment vous êtes arrivé à ce prix ou à cette fourchette de valeur. Montrez-lui que vous avez travaillé, que vous vous êtes mis à la place d'un investisseur, ou d'un couple qui hésite entre acheter dans l'ancien ou construire du neuf etc... (cf. le chapitre sur la valorisation).

Une fois que vous vous êtes mis d'accord sur le prix de vente, il faut enchaîner directement avec la signature du mandat — et idéalement un mandat exclusif.

Pourquoi le mandat exclusif est vital pour vous, avocat

Imaginez : vous organisez une quinzaine de visites, vous dépensez 400 € en publicité sur Leboncoin, vous répondez aux appels, vous faites les relances...Et au final ? C'est une agence qui vend le bien avant vous. Elle prend la commission. Vous, vous repartez avec zéro (votre honoraire fixe).

Les agences peuvent se le permettre. Elles ont des dizaines de mandats en cours. Elles misent sur le volume. Elles peuvent perdre du temps sans que cela ne plombe leur rentabilité, parce qu'au final, elles vendent toujours un ou deux biens par mois.

Mais vous, avocat, vous avez une autre activité à côté. Chaque heure que vous passez à vendre un bien, c'est une heure que vous ne passez pas à faire du conseil juridique ou à travailler l'un de vos dossiers.

Chaque minute que vous investissez dans une vente doit être rentabilisée. Et pour ça, vous devez avoir la garantie d'être payé si la vente se réalise.

*

Le mandat exclusif, c'est votre filet de sécurité. Il vous permet de travailler sereinement, de mettre les moyens (temps, publicité, énergie) pour vendre le bien sans risquer que tout parte en fumée.

Personnellement, je ne prends que des mandats exclusifs.

Si, par exception, je signe un mandat simple, je me donne 15 jours, pas plus. Et je le dis clairement à mon client. Si la vente n'est pas enclenchée, je passe à autre chose.

Ne pensez pas que je suis excessif : vos concurrents pensent comme moi. Si vous n'obtenez pas l'exclusivité, personne ne s'investira à fond. Tout le monde fera un petit effort au début... puis abandonnera en silence.

Pourquoi le mandat exclusif est aussi dans l'intérêt de votre client ?

Je donne souvent cet exemple simple à mes clients :

Un bien est mis en vente par 10 agences, avec 10 prix différents. Mettez-vous à la place d'un acquéreur potentiel et dites-moi ce qu'il pense ?

Deux choses possibles :

Soit ce bien a un problème. Il est tellement difficile à vendre qu'il faut 10 intermédiaires pour espérer y arriver.

Soit il y a un flou sur la valeur. Et donc, c'est le feu vert pour tenter une grosse négociation.

*

À l'inverse, quand un bien est entre les mains d'un seul mandataire, il se passe autre chose :

L'acheteur perçoit une valeur maîtrisée, assumée. Il se dit que le prix affiché est sérieux.

Il comprend qu'il y a une forme de rareté. Et que la négociation sera difficile. Bref, il se met en position d'acheteur motivé.

Autre argument que j'utilise souvent : je dis à mes clients que si je n'ai pas de mandat exclusif, je vais travailler intensément sur leur bien pendant 10 à 15 jours. Mais si je sens que ça ne mord pas, ou que d'autres professionnels sont sur le coup, je vais naturellement me désengager.

Et c'est pareil pour les autres agences. Résultat ? Plutôt que d'avoir un mandataire motivé et durable, le client risque d'avoir 5 ou 6 mandataires qui vont tous inonder le marché d'un coup... puis abandonner. Et ça, c'est la meilleure recette pour griller un bien.

Et si le client hésite ?

Pas de panique. Adaptez la durée d'exclusivité.

S'il est frileux, proposez un mandat exclusif de 2 mois au lieu de 4.

Tout dépend de la confiance que vous avez dans le bien. Certains biens peuvent se vendre en 15 jours, d'autres ont besoin de 6 mois.

Mais dans tous les cas, vous devez poser les bases dès le début :

- Le mandat exclusif est un gage de confiance mutuelle
- Il vous permet de défendre vraiment le bien
- Et au final, il maximise les chances de vendre vite... et bien.

Chapitre 14. “ Comment fixer ses honoraires.”

– Qu'est ce qui est acceptable par le client et bon pour mon cabinet

Pour le mandat de vente

L'honoraire fixe

Petit rappel important : l'honoraire fixe est obligatoire si la vente n'est pas liée à un dossier dans lequel vous intervenez déjà comme conseil ou rédacteur.

Concrètement, vous divorcez à l'amiable un client, les époux sont d'accord pour vendre le bien immobilier : vous n'êtes pas tenu de prévoir un honoraire fixe.

Mais si un client passe la porte de votre cabinet pour la première fois uniquement pour vous confier la vente de son bien, alors vous devez facturer un honoraire fixe en lien avec le conseil fourni, que cela vous plaise ou non.

Pour ma part, je facture un forfait modéré, ajusté aux capacités financières de mes clients. Ce n'est pas dérisoire, mais ça reste raisonnable.

Franchement, je trouve cette règle très pénalisante pour nous : anti-concurrentielle vis-à-vis des agences immobilières, qui elles, n'ont qu'un honoraire de résultat.

Dura lex, sed lex...

L'honoraire de résultat

L'honoraire de résultat, lui, varie généralement entre 1 % et 10 % du prix de vente, avec une moyenne autour de 5 %.

Comment choisir entre 1 % et 10 %, me direz-vous ?

Heureusement que vous avez pris la peine d'acheter ce livre : je me dois de répondre efficacement !

Deux grandes règles simples :

Règle n°1 : Plus le bien est cher, plus le pourcentage est bas.

 **Exemple : un studio vendu 40 000 € ? Vous tournerez probablement autour de 10 %.**

Pourquoi ? Parce que vous allez dépenser en publicité, organiser les visites, vérifier la paperasse... Avec 4 000 €, sauf si vous avez un taux horaire dangereusement bas, vous risquez de travailler à perte.

À l'inverse, un T5 vendu 1,2 million d'euros ; un 3 % suffit largement.

Mon conseil : n'hésitez pas à jeter un œil aux sites des agences immobilières, elles ont l'obligation d'afficher leurs tarifs. Cela vous donnera une bonne référence.

Règle n°2 : Plus le bien est difficile à vendre, plus le pourcentage doit grimper.

Prenons un exemple "gratiné", ça aide à bien comprendre.

Imaginez qu'on vous propose de vendre une villa de luxe, sur 10 hectares, piscine intérieure ET extérieure, garage souterrain pour 8 voitures, 10 chambres avec vue, salle de sport, bref... la totale.

Problème : la maison est perdue en plein centre de la France, à des kilomètres de toute civilisation.

Premier Leclerc : 1h30 de voiture.

Premier centre de secours : 1h00.

Internet : même pas en rêve.

Le bien est estimé à 3 millions d'euros. Et vue la prestation c'est largement justifié.

*

Si vous appliquez bêtement la première règle, vous mettriez 3 % d'honoraires.

Et vous commettriez une grave erreur.

Vu la galère à vendre un tel OVNI immobilier, je vous conseille plutôt de viser 8 %.

Pourquoi ? Parce que vous risquez d'y passer du temps, de devoir viser une clientèle étrangère, publier dans des magazines spécialisés... bref, ce ne sera pas une vente express.

Pour le mandat de recherche

À mes débuts, j'ai fait une erreur classique : j'ai pensé que décrocher un mandat de recherche serait plus simple, et donc que je pouvais pratiquer des honoraires de résultat assez bas, autour de 3 %.

En réalité, le travail à fournir est aussi dense qu'en vente :

Vous vous déplacez pour visiter.

Vous faites toutes les vérifications juridiques et techniques. Bref, c'est le même investissement en temps et en énergie.

Aujourd'hui, je tourne plutôt autour de 4 %, même si la moyenne générale reste à 5 %.

Astuce perso

Je travaille beaucoup en mandat de recherche pour des promoteurs immobiliers et des marchands de biens.

Si vous avez ce type de clientèle dans votre cabinet, foncez et constituez votre réseau ! C'est une mine d'or.

PARTIE 4 – VOTRE PREMIER MANDAT

–

CHAPITRE 15 – “Ça y est, c’est signé ! On y va ensemble”

– Étapes pas à pas. Checklists, accompagnement, exemples concrets.

Vous êtes **inscrit auprès de votre Ordre** comme avocat mandataire en transaction immobilière, **Votre mandat de vente est enfin signé**, félicitations ! Vous avez franchi une étape majeure en évaluant correctement le bien et en obtenant une exclusivité. Maintenant, passons concrètement à l'action étape par étape :

1. Récupérer les pièces nécessaires auprès du propriétaire

Dès la signature du mandat, il est essentiel de demander au propriétaire les documents suivants :

Etat civil des parties (copie pièce d'identité – livret de famille – contrat de mariage - profession – adresse et coordonnées téléphoniques + emails)

Extrait Kbis – Statuts si vendeur et/ou acquéreur est une société

Titre de propriété du vendeur (copie authentique)

Diagnostics techniques (loi carrez, amiante, termites, diagnostic électrique, contrôle de conformité de la fosse septique, performance énergétique etc...)

Pièces d'urbanisme (permis de construire, déclaration d'achèvement de travaux et attestation de non opposition à la conformité)

Si copropriété : Règlement de copropriété (et ses modificatifs) + derniers pv d'assemblée générale des copropriétaires (sur 3 ans) + carnet d'entretien et pré-état daté ALUR + dernier appel de charges

Si lotissement : pv de bornage et pièces du lotissement (cahier des charges, règlement du lotissement, statuts et coordonnées de l'association syndicale, dernier pv d'assemblée générale des colotis)

Si immeuble vendu loué : copie du bail et dernière quittance de loyer, éventuellement copie du congé

Si piscine : Justificatif du dispositif de sécurité

Si immeuble de moins de dix ans : Assurances décennales des entreprises de construction et dommages-ouvrages

Dernière taxe foncière et taxe d'habitation

Factures récentes des travaux effectués

2. Rédiger une annonce immobilière efficace

Lors de votre première visite pour valoriser le bien, vous aurez pris soin de prendre de belles photos lumineuses et désencombrées.

Votre annonce doit être claire, complète et attractive. Voici les mentions obligatoires à intégrer :

Prix du bien (avec indication des honoraires à charge vendeur ou acquéreur)

Type de bien (maison, appartement, terrain)

Surface habitable exacte

Nombre de pièces principales (chambres, salon, etc.)

Localisation précise et environnement immédiat

Classe énergie issue du DPE

Ajouter la mention : *Les informations sur les risques auxquels ce bien est exposé sont disponibles sur le site Géorisques : www.georisques.gouv.fr*

État général du bien

 **Vous pouvez tester ChatGPT pour gagner du temps**

Voici un Prompt ChatGPT simple pour une annonce :

« Rédige une annonce immobilière attrayante pour la vente d'un(e) [type de bien] situé(e) à [localisation], d'une surface de [surface], comprenant [nombre] pièces, avec les caractéristiques suivantes : [listez caractéristiques clés comme jardin, piscine, terrasse, proximité écoles ou commerces]. Mentionne un prix de vente de [prix]. Tu peux aller sur internet pour prendre des informations sur le quartier et les commodités, propose moi 3 annonces distinctes avec 3 styles différents »

3. Organiser votre activité et votre cabinet

Une fois l'annonce en ligne, vous risquez d'être fortement sollicité. Il ne faut pas que cela parasite votre activité d'avocat. Pour gérer efficacement votre activité immobilière :

Détenez un téléphone portable exclusivement dédié à cette activité pour mieux gérer les appels entrants.

Fixez clairement avec les propriétaires ou locataires les plages horaires disponibles pour les visites.

Bloquez systématiquement ces horaires dans votre agenda pour optimiser votre temps. Si vous n'avez pas de visite, je suis sûr que vous saurez comment remplir ce temps libéré...

Regroupez les visites afin de créer une dynamique positive et générer un sentiment d'urgence et de concurrence chez les visiteurs.

Anecdote

Laissez-moi vous raconter comment, sur un appartement, j'ai maximisé mes visites... et explosé les résultats.

J'ai fait simple :

J'ai pris un assistant du cabinet, je lui ai expliqué exactement ce que j'attendais de lui.

Les acquéreurs les plus prometteurs ? C'était pour moi. Je m'en chargeais personnellement.

Dès qu'une visite se terminait, je restais dix minutes dehors avec les candidats, histoire de discuter, de maintenir l'envie... Pendant ce temps, juste à côté, mon assistant lançait la visite suivante.

Et là... magie :

Tout le monde avait l'impression que cet appartement était un bijou que tout le monde voulait.

Il ne faisait aucun doute dans l'esprit des acquéreurs que ce bien pouvait se louer rapidement : Résultat ?

Quatre offres au prix, le jour même.

J'ai arrêté la publicité dans la foulée.

En une demi-journée, c'était plié.

Ce qu'il faut comprendre :

Plutôt que de courir pendant une semaine à faire des visites dans tous les sens, vous regroupez tout en une journée.

Oui, parfois, il faut imposer une date aux acheteurs potentiels. C'est vous qui imposez parfois votre rythme.

Pourquoi ?

Parce que :

- Vous gagnez un temps fou,
- Vous mettez la pression de la rareté,
- Et vous maximisez vos chances de louer ou vendre dans les meilleures conditions.

Croyez-moi : le regroupement, c'est votre meilleur allié.

4. Qualifier vos prospects avant les visites

Pas de temps à perdre avec des touristes immobiliers.

Au téléphone avant de bloquer votre agenda : Interrogez précisément les intéressés sur leurs critères de recherche afin d'éviter des visites inutiles. Il ne sert à rien de faire visiter un bien de 3 chambres si l'acquéreur potentiel en veut 4...même s'il peut payer cash.

Demandez-lui si cela fait longtemps ou pas qu'il cherche un bien.

Une personne qui cherche depuis longtemps saura plus facilement reconnaître un bien et ses qualités.

Et surtout :

Exigez systématiquement **un pré-accord de financement ou une validation par un courtier** avant la moindre visite.

Pas de financement, pas de visite.

Proposez-leur d'ailleurs votre courtier partenaire pour accélérer le processus (ayez toujours 1 ou 2 courtiers fiables dans votre réseau).

5. Préparer minutieusement les visites

Préparez un book complet comprenant :

- Plans et photos détaillées du bien.
- Montant de la taxe foncière, des charges de copropriété éventuels.
- Loyer actuel (si le bien est loué) et indiquer si un congé a été donné, le type de bail et sa durée
- Diagnostics réalisés
- Points forts (écoles proches, transports en commun, commerces, environnement calme, etc.)
- Caractéristiques techniques (chauffage, climatisation, portail électrique, évacuation des eaux usées)
- Servitudes éventuelles
- Devis pour travaux éventuels à réaliser



Petit bonus :

Glissez à l'intérieur un modèle d'offre d'achat + votre carte de visite (on ne sait jamais, vous tenez peut-être votre prochain client).

Je ne laisse ce book qu'aux candidats vraiment intéressés.

6. Mener une visite convaincante

Venez au moins 20 minutes avant le premier rendez-vous.

- Ouvrez les pièces
- Allumez les lumières
- Rangez s'il y a du désordre

Les premières minutes sont cruciales : commencez par les points forts du bien pour susciter immédiatement l'intérêt.

Vous connaissez parfaitement les surfaces de chaque pièce.

C'est vous qui guidez la visite, l'acquéreur n'a pas à gambader comme bon lui semble.

 Mon astuce perso :

À la fin de la visite, je les laisse seuls 10 minutes dans la maison, pour qu'ils puissent se projeter et discuter librement sans pression.

Faut-il que le propriétaire soit présent ?

Si le propriétaire est à l'aise et a des choses précieuses à expliquer (domotique, travaux récents), pourquoi pas.

Mais franchement, je préfère qu'il soit absent :

Il ne dit pas de bêtises,

Les acheteurs osent ouvrir les placards,

L'atmosphère est plus détendue.

*

Et n'oubliez jamais : faites systématiquement signer un bon de visite.

7. Analyser systématiquement les refus

En cas de refus d'achat, recueillez précisément les raisons du refus. Cela permet :

- De justifier votre travail auprès du propriétaire
- De déterminer si une révision du prix est nécessaire,
- D'ajuster votre book avec des devis rassurants si besoin.

8. Faciliter les démarches pour les intéressés

Proposez un modèle d'offre d'achat clair à vos prospects intéressés. Insérez le dans votre book.

Si vous voyez qu'il manque un dossier de financement ou que ce dernier date de trop longtemps, donnez les coordonnées de votre courtier partenaire. Il leur faut généralement 48 h00 pour se positionner une fois le dossier complet entre leurs mains.

9. Sélectionner judicieusement la meilleure offre

Face à plusieurs offres, considérez :

- La solvabilité
- La motivation clairement exprimée des acquéreurs
- Leur capacité à mener à bien l'achat rapidement

Soyez vigilant, ce n'est pas toujours le dossier financier le plus solide qu'il faut choisir.

*

Un couple motivé, amoureux de la maison et insistant pour avoir une réponse rapide, c'est un dossier à prioriser.

Un acheteur parfait sur le papier mais hésitant... peut très bien vous faire faux bon en chemin.

10. Valider définitivement l'offre choisie

Rassemblez les informations suivantes auprès des acquéreurs sélectionnés :

- Identité complète (nom, prénom, adresse, téléphone, email)
- Situation maritale
- Montant précis de leur apport personnel
- Confirmation de leur financement

Transmettez immédiatement ces éléments au notaire, accompagnés des documents que vous avez rassemblé sur le bien.

11. Accompagner la signature du compromis

Relisez attentivement le compromis préparé par le notaire. (si c'est votre première vente, n'hésitez pas à utiliser le notaire)

Vérifiez précisément l'état du bien tel que décrit.

Planifiez dans votre agenda les échéances clés : délai d'obtention du financement, levée des conditions suspensives, date de signature définitive.

12. Suivre rigoureusement les délais

Contrôlez régulièrement avec les acquéreurs que chaque étape du compromis est respectée. Une fois toutes les conditions levées, informez immédiatement le notaire.

Ayez le réflexe d'utiliser votre agenda électronique après chaque signature de compromis.

13. Finaliser la vente avec sérénité

Relisez soigneusement l'acte final avant la signature définitive.

Envoyez votre facture en respectant les modalités convenues avec votre client ou l'acquéreur (il est possible que ce soit l'acquéreur qui paye vos honoraires, cela est avantageux fiscalement. Dans ce cas, la facture doit être à son nom).

Assistez personnellement à la signature finale : c'est le moment de célébrer la réussite de votre travail.

Souriez, appréciez ce succès, vous l'avez pleinement mérité !

Chapitre 16. “la traversée du désert”

– Garder le cap jusqu'à son premier mandat

C'est peut-être la période la plus difficile, la moins glamour, la plus ingrate... mais aussi la plus déterminante : celle qui précède votre premier mandat. On appelle cela, dans l'entrepreneuriat comme dans le sport ou le développement personnel, la traversée du désert.

Et elle existe bel et bien pour l'avocat qui veut se lancer dans la transaction immobilière. Pourquoi ? Parce que tout est à mettre en place : la communication, le réseau, la confiance, les outils, la posture. Et cela prend du temps.

Ce que David Laroche m'a appris sur cette période

David Laroche parle souvent de cette phase où l'on sème, sans voir encore pousser. Il explique que c'est la période où les personnes les plus brillantes abandonnent, non pas parce qu'elles sont mauvaises, mais parce qu'elles perdent confiance dans le processus.

C'est pour ça que ce chapitre existe. Pour que vous n'abandonniez pas.

1. Acceptez cette phase comme un passage initiatique

C'est normal de ne pas avoir de mandat tout de suite. Ce n'est pas parce que vous ne valez rien. C'est parce que vous mettez en place un système qui, une fois lancé, sera durable.

Notez chaque jour ce que vous mettez en place : un rendez-vous, une publication, une lecture, une formation, une rencontre, un appel. Ces petits actes sont vos graines. Elles germeront.

2. Fixez des objectifs sur lesquels vous avez la main

Ne vous fixez pas comme objectif : "je veux un mandat ce mois-ci". Fixez-vous plutôt :

- Publier 1 post LinkedIn ou facebook tous les 15 jours,
- Organiser une rencontre avec un confrère,
- Organiser une rencontre avec un notaire ou un courtier, un géomètre, un promoteur immobilier etc...
- Posez une affiche dans votre cabinet
- Entraînez-vous, avec chaque nouveau client, essayer de placer une présentation de votre activité en rendez-vous. Il faut que cela devienne naturel.

Ces actions sont concrètes, mesurables, motivantes. Et elles vous feront avancer vers votre premier mandat.

3. Créez votre propre dynamique

Commencez par prendre rendez-vous avec vous-même. Un moment régulier chaque semaine pour avancer sur votre projet : 1h fixe pour votre stratégie, votre prospection ou vos contenus.

Ajoutez-y des moments d'énergie :

- Une courte vidéo de motivation sur facebook
- Envoyez-moi un mail
- La lecture d'un chapitre inspirant,
- Un appel à un mentor ou à un confrère qui vous soutient.

Vous créez ainsi votre propre système de relance interne.

4. N'oubliez pas que le premier mandat est le plus long à obtenir

C'est comme en course à pied : les premiers kilomètres sont les plus durs. Mais ensuite, vous aurez du rythme, des références, un réseau, des outils déjà prêts.

Et surtout, vous aurez la confiance qui vous manque aujourd'hui.

5. Célébrez chaque micro-avancée

Créer votre page web dédié à cette activité, c'est une victoire. Publier votre premier article, c'est une victoire. Recevoir un message d'un confrère curieux, c'est une victoire.

Célébrez-les. Car ce sont ces moments-là qui construisent le chemin.

6. Ne cherchez pas à être parfait

Améliorez-vous. Améliorez votre discours envers vos clients et envers vos confrères.

Vous devez avoir confiance en vous pour inspirer confiance. Travailler là-dessus et les fruits finiront par arriver.

Mais ne cherchez pas la perfection, c'est le meilleur moyen de procrastiner et de ne rien faire.

7. Pourquoi faites-vous cela ?

Il est crucial de savoir pourquoi vous souhaitez lancer cette activité. Pour gagner votre vie certes mais il faut chercher plus loin.

Est-ce que vous avez envie d'être moins enfermé au cabinet ? Est-ce que vous avez envie d'offrir à des gens la possibilité d'acquérir la maison de leur vie ? Est-ce que la négociation est une qualité qui vous fait vibrer ? Lorsque vous doutez alors reposez-vous ces questions.

8. Prenez du plaisir dans ce que vous faites

Personnellement j'ai pris énormément de plaisir à expliquer à mes confrères l'intérêt de cette activité et je prends beaucoup de plaisir à chercher des biens pour mes clients.

Persévérer, ce n'est pas rêver, c'est construire.

Votre premier mandat peut mettre un mois, trois mois, parfois plus. Et alors ? Vous ne construisez pas une campagne de pub. Vous bâtissez une activité pérenne, alignée avec votre déontologie et vos valeurs.

*

Rappelez-vous que les clients, un jour, viendront à vous et vous diront : "*On m'a parlé de vous, il paraît que vous êtes très sérieux.*"

Ce jour-là, vous saurez que la traversée du désert était la meilleure chose qui pouvait vous arriver.

Je souhaite du fonds du cœur que ce livre vous servira à atteindre vos objectifs.

« *L'arbre qui tombe fait plus de bruit que la forêt qui pousse.* »

Proverbe africain



Je m'appelle Richard Patou Parvedy, avocat au barreau de Saint-Denis de La Réunion, et membre du conseil d'administration de l'AAMTI (Association des Avocats Mandataires en Transactions Immobilières).

Si j'ai choisi d'écrire ce guide, c'est parce que je suis convaincu que notre profession a tout à gagner à investir ce champ d'activité encore sous-exploité : la transaction immobilière.

Nous avons, en tant qu'avocats, **toutes les cartes en main** : la formation, l'éthique, la rigueur, mais aussi la confiance de nos clients. Nous sommes naturellement légitimes pour accompagner les ventes de biens avec sérieux, transparence et sécurité juridique.

Et pourtant... trop d'avocats ignorent encore comment se lancer. D'autres, bien formés, hésitent à franchir le pas. D'autres encore ont essayé sans trouver leur méthode.

Ce guide s'adresse à ces deux catégories de confrères :

- D'abord à **ceux qui n'ont aucune idée concrète de ce qu'est l'activité de mandataire en transaction immobilière**, mais qui en entendent parler et sentent bien qu'il "se passe quelque chose" dans la profession.

- Ensuite à **ceux qui veulent passer à l'action**. Ceux qui cherchent une feuille de route claire, des conseils de terrain, des outils concrets pour avancer plus vite, éviter les pièges et structurer cette activité dans leur cabinet.

Je n'ai pas la prétention de détenir la vérité. **Mais j'ai voulu transmettre une méthode que j'ai éprouvée**, améliorée au fil du temps, enrichie par mes erreurs et mes réussites.

Mon ambition, à travers ce livre, est de **rassurer, structurer et accélérer ceux qui souhaitent se lancer**.

Si ce guide peut vous faire gagner du temps, vous éviter des doutes inutiles, ou vous permettre de décrocher plus rapidement vos premiers mandats... alors j'aurais atteint mon objectif.