

COURTIER

PROFESSION

REGARDS VERS

LE FUTUR

+

Des courtiers s'expriment

La prochaine génération de clients

Les applications mobiles de l'immobilier

La maison de demain

*Présentation des propriétés :
de l'Instamatic à la photo
professionnelle*

Les drones prennent leur envol!

NOUVEAU

Synbad se dynamise

*La norme de mesurage
IPMS arrive*

*« Référer » un client,
une pratique encadrée*

PROGRAMME
DE FORMATION CONTINUE
2015-2017

MULTIPLEX

Pour une reprise de
logement réussie



ÉDITEUR

Organisme d'autoréglementation
du courtage immobilier du Québec

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Administrateurs élus parmi les titulaires de permis (par leurs pairs)

Serge Brousseau (président du conseil)

Georges Bardagi

Mario Chouinard

Richard Dion (vice-président du conseil)

Roger Doré

Georges E. Gaucher

Pierre Martel

Daniel Pelchat (trésorier du conseil)

Bernard Savard

Carole Strasbourg

Administrateurs nommés par le ministre des Finances

Pierre Carrier

Nathalie Ebnoether

Jacques Nantel

Secrétaire nommé par le conseil

Claude Barsalou

Président et chef de la direction

Robert Nadeau

COMMUNICATIONS ET RELATIONS PUBLIQUES

Vice-présidente

Sofy Bourret

Directrice (intérim)

Katia Aubin

RÉDACTION

Rédacteur en chef

Michel Legault

Collaboration

M^e Judith Cormier

Révision

Véronique Parret

Traduction

Rachid Tiji

CRÉATION

Directrice

Martyne Dubuc

Direction artistique

Anastasios Mantas

Infographistes

Karen Hamelin

Tri-Dao Tsang

Photographe

Florence Vailhen

Publicité et abonnements

Stéphanie Fournier

stfournier@oaciq.com

Profession COURTIER est une publication trimestrielle destinée aux professionnels de l'immobilier, titulaires d'un permis délivré par l'Organisme d'autoréglementation du courtage immobilier du Québec (OACIQ). *Profession COURTIER* couvre divers sujets relatifs à l'application de la *Loi sur le courtage immobilier* et à ses règlements, dont des questions d'ordre juridique et déontologique reliées à la pratique du courtage immobilier et au marché de l'immobilier.

Les publicités qui s'y trouvent s'adressent aux professionnels du courtage immobilier. Elles ne sont l'expression d'aucune opinion, prise de position ou action de l'OACIQ qui, suivant la loi, a pour principale mission la protection du public.

OACIQ

4905, boul. Lapinière, bureau 2200

Brossard (Québec) J4Z 0G2

Tél. : 450 676-4800 ou 1 800 440-5110

Télééc. : 450 676-7801

info@oaciq.com • oaciq.com

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque et Archives nationales
du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISSN 1925-0053



En couverture, trois jeunes courtiers ont accepté de poser pour représenter la génération montante. Debout, Mathieu Noël, courtier immobilier résidentiel, Vendomax. À gauche, Sarah de Grandpré, courtier immobilier résidentiel, KELLER WILLIAMS URBAIN. À droite, Julie Lavigne, courtier hypothécaire, HYPOTHECA.

Profession **COURTIER**

SOMMAIRE

- 4** **ENTRE NOUS**
Parce que le futur se prépare aujourd'hui
- 5** **CAMPAGNES DE PUBLICITÉ**
Campagne provinciale : des résultats impressionnants!
Courtage hypothécaire : le public a cliqué!
- 7** **VERSION BÊTA DU NOUVEAU SYNBAD ENFIN DÉVOILÉE**
- 8** **PROGRAMME DE FORMATION CONTINUE OBLIGATOIRE**
Parce que la profession évolue
- 12** *Dossier* **REGARDS VERS LE FUTUR**
Vos futurs clients : leurs attentes, leurs besoins
Des courtiers s'expriment
Vos outils d'aujourd'hui et de demain
InstanetForms^{MC} : les essayer, c'est les adopter!
La maison de l'avenir
Présentation des propriétés : de l'Instamatic à la photo professionnelle
Les drones : plus que des gadgets
- 30** **ZOOM SUR LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES**
- 35** *Chronique* **LE COURTAGE HYPOTHÉCAIRE**
« Référer » un client, une pratique encadrée
- 36** *Chronique* **SUR LE TERRAIN**
Rachat de la part du conjoint copropriétaire et CCV
- 40** **VENTE DE MULTIPLEX**
Pour une reprise de logement réussie
- 42** *Chronique* **LE COURTAGE IMMOBILIER COMMERCIAL**
La nouvelle norme internationale de mesurage IPMS arrive!
- 44** **FARCIQ**
Mettre en marché soi-même une propriété dans laquelle on détient un intérêt, un pensez-y-bien
- 46** **AUTO-INSPECTION 2014**
Déjà janvier!
- 47** **À SURVEILLER**
Nouveautés en formation continue pour l'hiver

PARCE QUE LE FUTUR SE PRÉPARE AUJOURD'HUI



Est-ce seulement moi qui n'en reviens pas comme le temps passe vite? La vie file à un rythme fou; pas toujours facile de garder le contrôle! Pas le temps non plus d'apprivoiser nos téléphones intelligents, ils deviennent désuets après quelques mois... Comme nous, il faut les mettre à jour afin de rester à la fine pointe. Oui, tout évolue vite. Très vite. Qui peut dire de quoi demain sera fait?

Pour ce numéro, nous avons quand même réfléchi aux éléments qui pourraient faire partie de notre futur. Parce que mieux on est préparé pour faire face à l'avenir, mieux chacun de nous pourra tirer son épingle du jeu. Notre première pensée a été pour nos clients. Qui seront-ils? Nous leur avons parlé! Faites plus ample connaissance avec [vos clients de demain \(p. 13\)](#). Nous nous sommes aussi penchés sur la vaste liste [d'applications mobiles et d'outils technologiques émergents \(p. 18\)](#) avec lesquels nous devons nous familiariser.

Je vous parlais plus haut de l'importance des mises à jour de nos outils. L'OACIQ en a fait toute une avec la refonte complète de *Synbad*. Wow! L'avez-vous testé? En plus d'être beau, l'information y est surtout beaucoup plus facile à trouver et la nouvelle section **Mon Dossier** vous sera pas mal utile!

Ce n'est pas tout, il y a aussi la mise à jour de nos compétences! Parce que la profession évolue, il faut trouver un moyen de constamment mettre à jour nos connaissances pour rester à la fine pointe. Vous le savez, nous avons cheminé avec vous là-dessus depuis le début de l'année. La tournée de consultation a été très utile. Je suis content de pouvoir dire que nous en sommes arrivés à un nouveau Programme de formation continue qui a été créé avec l'ensemble de la profession. Nous croyons qu'un tel programme aura aussi pour effet d'augmenter notre crédibilité et la confiance du public envers nous. Prenez connaissance de ces grandes lignes dans [Synbad](#).

Oui, je sais, c'est un gros morceau. Mais plus j'y réfléchis, avec les membres du conseil d'administration, plus il me semble que notre défi collectif majeur des prochaines années sera la façon dont nous ferons face à l'évolution du marché immobilier.

Au bout du compte, c'est vous qui détenez la clé de votre avenir. Qu'est-ce que vous diriez si on le préparait ensemble?

Et si c'est vrai que tout va vite, j'espère que vous avez quand même pris le temps de relaxer sans téléphone pendant le temps des Fêtes...

Bonne année 2015! ■

On a failli être propriétaires

On a mal inscrit les conditions

L'offre a été acceptée!

On trouvait ça compliqué

On a rempli nous-mêmes les papiers

On a fait une offre

On trouvait difficile d'évaluer le prix

pas inclus

inclus

On a démêlé ce qui était...

On a eu un coup de cœur

On a cherché nous-mêmes

À VENDRE

**SANS
COURTIER**

Campagne de publicité provinciale

L'automne dernier, entre deux grandes émissions de la grille horaire ou entre deux nouvelles d'actualité sur le Web, le public québécois a été la cible de la nouvelle campagne publicitaire conjointe de l'OACIQ, de la FCIQ et des chambres immobilières.

Les résultats obtenus révèlent que cette union historique a su réitérer le succès de la campagne du printemps dernier avec la nouvelle publicité « J'ai voulu acheter sans courtier » :

- Plus de 30 000 visionnements de la publicité sur YouTube;
- Plus de 8 000 visites sur le microsite pensezcourtier.ca.

Ce succès est certainement lié au concept de l'agence Brad et à la créativité du plan média de l'agence Médialliance, mais aussi à vous qui avez joint le mouvement en partageant les publicités sur vos réseaux sociaux, blogues et autres. Il va sans dire que tous les efforts ont été mobilisés.

Une étude d'efficacité publicitaire menée par la firme Léger auprès de 1 000 répondants québécois nous confirme que cette campagne publicitaire a été autant appréciée que celle du printemps.

Voici quelques faits saillants de cette étude :

- 93 % des répondants ont compris l'objectif de la publicité, soit que le courtier est un allié incontournable lors d'une transaction immobilière;
- À la suite du visionnement des publicités, 81 % sont d'accord que faire affaire avec un courtier apporte des protections pour l'acheteur et le vendeur;
- 78 % considèrent que le message est crédible, c'est-à-dire qu'il représente bien les avantages de faire affaire avec un courtier immobilier;
- 68 % ont apprécié les publicités, entre autres pour leur côté humoristique et réaliste.

Les publicités ont aussi réussi à influencer les futurs acheteurs à faire affaire avec un courtier immobilier, même les plus difficiles à convaincre. En effet, près de 50 % des répondants prévoyant acheter sans courtier ont dit que les publicités les incitent à utiliser les services d'un courtier immobilier.

Encore une fois, cette alliance historique a su démontrer son efficacité, mais surtout, les résultats démontrent que le public est à l'écoute de notre message : un achat peut comporter son lot de complications si on ne fait pas affaire avec un professionnel de l'immobilier. ▀



Campagne publicitaire
sur le courtage hypothécaire

Le public a cliqué!

Pourquoi faire affaire avec un courtier hypothécaire? Afin d'encre mieux répondre à cette question, l'OACIQ a lancé une campagne publicitaire l'automne dernier. Si l'on se fie à l'accueil qui lui a été réservé, la campagne a été un succès!

Ayant pour objectif de promouvoir la protection du public en présentant les avantages de faire affaire avec un courtier hypothécaire, la campagne Web et médias imprimés visait à rappeler au public que ses intérêts sont entre bonnes mains avec ce professionnel.

Lancées le 22 septembre en français et en anglais, et profitant d'une visibilité de plus de six semaines, les publicités Web ont récolté des résultats impressionnants. Les îlots animés ont entraîné 5 784 visites de plus sur le site de l'OACIQ.

Les quatre publicités ont aussi été affichées dans les quotidiens *The Gazette*, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, contribuant à rejoindre les futurs acheteurs ainsi que les propriétaires en quête d'un renouvellement de leur emprunt hypothécaire. Compte tenu de ces résultats concluants, nous espérons vivement qu'ils auront un impact direct sur votre clientèle.

Faites campagne vous aussi!

Même si la campagne est terminée sur le Web et dans les journaux, vous pouvez continuer à la faire vivre sur vos réseaux sociaux ou encore sur vos sites. Comment? En vous rendant simplement dans Synbad.com pour y télécharger tout ce dont vous avez besoin!

Pour d'autres contenus sur le courtage hypothécaire, consultez la chronique « [Le courtage hypothécaire](#) » (p. 35). ▀



Profitez d'un service personnalisé, de conseils judiciaires et de protections mur à mur avec un courtier hypothécaire.
Pensez à un professionnel pour vous aider. Pensez à un courtier hypothécaire.

OACIQ
oaciq.com/hypotheque

En version bêta

Le nouveau *Synbad* enfin dévoilé

Vous naviguez depuis plusieurs jours déjà dans une version bêta du tout nouveau *Synbad*. L'OACIQ a procédé au cours des derniers mois à sa refonte complète, et ce, dans le même esprit que le site public oaciq.com.

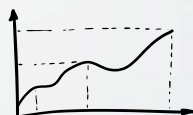
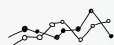
La nouvelle version de *Synbad*, en période de rodage, propose désormais une navigation simplifiée, un *look* modernisé et un accès rapide à l'information. Vous avez été nombreux à nous communiquer votre souhait d'avoir un moteur de recherche plus efficace et une meilleure organisation de l'information. Nous sommes confiants que les changements apportés sauront exaucer ce vœu. La sécurité du site a également été rehaussée; d'ailleurs, vous le constatez même lors de votre connexion.

Autre nouveauté, la section *Mon dossier* vous permet de voir en un beau coup d'œil l'ensemble de vos renseignements, en plus de vous fournir des détails importants reliés à votre dossier. De plus, il est désormais possible de changer votre photo apparaissant dans le registre des courtiers via *Synbad*.

Tout est mis en œuvre afin que cette nouvelle plateforme soit un outil des plus pratiques pour vos activités quotidiennes. Le travail n'est pas terminé pour autant. Nous continuerons à apporter de nouvelles améliorations à *Synbad* au cours des prochains mois. Pendant cette période de rodage, contribuez à l'amélioration du site : faites-nous part de vos commentaires par courriel à commentaires@synbad.com. Surveillez le *Pro@ctif* pour les nouveautés à venir!

Consultez le tutoriel du nouveau *Synbad* dans Synbad.com! ▀

Programme
de formation continue
2015 > 2017



PARCE QUE LA PROFESSION ÉVOLUE

Nous avons annoncé l'automne dernier la mise en place en 2015 du tout premier cycle du nouveau *Programme de formation continue obligatoire* (PFCO) pour le courtage immobilier et hypothécaire. En effet, après avoir consulté l'ensemble des acteurs de la profession, déposé un rapport et travaillé en collaboration avec plusieurs groupes de travail sur le sujet, nous sommes très fiers de ce programme de formation.

Sachez que les formations, conférences, séminaires que vous ou votre agence donnez peuvent également être accrédités. Pour en savoir davantage sur l'accréditation, consultez le *Processus d'accréditation général d'activités de formation supplémentaire* à la page **Formation continue** dans *Synbad*.

Nous croyons qu'il répond au besoin constant de maintenir et développer les compétences, et qu'il renforce la crédibilité de la profession aux yeux du public. Ce programme a été pensé et bâti par nous tous afin de nous assurer que votre pratique évolue au même titre que les besoins de la société. Nous souhaitons que ce nouvel outil vous soit des plus utiles et vous permette de mettre en évidence votre valeur ajoutée lors d'une transaction immobilière.

Bonne nouvelle : bien que le PFCO s'amorcera uniquement le 1^{er} mai 2015, les formations que vous aurez suivies entre l'annonce et le début officiel du programme seront comptabilisées dans les unités de formation continue (UFC) que vous devrez accumuler pendant le 1^{er} cycle 2015-2017.

Essentiellement, tous les courtiers devront acquérir 18 UFC entre le 1^{er} mai 2015 et le 30 avril 2017. Vous pourrez le faire dans le cadre de formations diversifiées et actuelles offertes par de multiples dispensateurs accrédités de partout dans le domaine.

Les formations sont divisées en deux grandes catégories selon les sujets : Contenu fondamental et Contenu spécialisé. (Voir leur description page suivante.) Vous devrez obtenir un minimum de 6 UFC dans la catégorie *Contenu fondamental*; le reste (12 UFC) est à votre choix, que ce soit dans l'une ou l'autre des deux catégories.

Nous travaillons à accréditer plusieurs dispensateurs afin que vous puissiez vous former où et quand vous le souhaitez, avec qui vous le voulez et au prix qui vous convient. Visitez la page de la formation continue dans *Synbad* pour connaître les formations accréditées possibles. Encouragez vos formateurs à faire accréditer leur formation et ainsi obtenez des UFC reconnues par ce programme. Nous avons également revu les prix des formations dispensées par l'OACIQ en ligne, en salle ou en webinaire, afin de vous offrir un Programme abordable et de qualité.

Vous avez des questions? Soyez assurés que nous vous tiendrons informés de tous les détails par l'entremise du *Pro@ctif* ainsi que dans *Synbad*. Vous pouvez aussi :

- vous adresser à votre dirigeant d'agence;
- consulter la page sur la formation continue dans *Synbad*;
- communiquer avec le Centre Info OACIQ à info@oaciq.com.



faltour

La signature électronique

Intégrée à la GED FALTOUR en exclusivité



info@faltour.com 1 877 699 0255

e-SignLive
by Silanis

CONTENU FONDAMENTAL

Toute activité de formation ayant pour but premier la protection du public et permettant aux courtiers et aux dirigeants d'agence d'acquiescer, de maintenir, de mettre à jour, d'améliorer ou d'approfondir les compétences requises dans le cadre d'une transaction en courtage immobilier ou hypothécaire, et liée à au moins un des sujets suivants :

- Les règles de droits générales ou particulières prévues à la *Loi sur le courtage immobilier* ou à ses règlements;
- Le contenu, l'utilisation et la rédaction des contrats et formulaires relatifs à une opération de courtage visée à l'article 1 de la *Loi sur le courtage immobilier*;
- La déontologie des courtiers et des dirigeants d'agence.

CONTENU SPÉCIALISÉ

Toute activité de formation visant le développement de connaissances, de compétences ou d'habiletés dans le cadre d'une transaction en courtage immobilier ou hypothécaire, et liée à au moins un des sujets suivants :

- Règles de droit ou réforme législative, autre que la *Loi sur le courtage immobilier*, pouvant affecter l'exercice des activités des courtiers et des agences;
- Tout phénomène d'ordre matériel, physique ou environnemental pouvant affecter l'objet d'une opération de courtage;
- Éthique des courtiers et des dirigeants d'agence;
- Gestion des activités professionnelles des courtiers et des agences;
- Évaluation et qualité d'un immeuble;
- Implications financières d'une opération de courtage;
- Financement d'une transaction.

De nouvelles formations sur mesure

Assurer la compétence des courtiers par la formation continue est une des priorités à développer au sein de notre profession. Afin de démontrer au public que le courtier possède l'expertise et les connaissances requises pour mener à bien une transaction immobilière ou hypothécaire, voici de nouvelles formations disponibles pour vous!

Radon : Le radon est un gaz radioactif invisible, inodore et incolore naturellement présent dans le sol. À l'air libre, la quantité de gaz radon est minime. Cependant, s'il s'introduit dans un bâtiment, il peut s'accumuler à des concentrations élevées et poser un risque pour la santé. L'OACIQ, en collaboration avec Santé Canada, a mis en ligne une formation sur le radon afin de faire connaître aux courtiers la ligne directrice de Santé Canada face au radon, pour qu'ils puissent adapter leur pratique en conséquence.

Signature électronique : L'utilisation des formulaires électroniques et la gestion électronique des documents effectuée par les agences et les courtiers ont créé une demande pour l'usage de signatures électroniques. Des solutions permettent maintenant d'apposer des signatures sur des documents en matière de courtage immobilier sans avoir besoin d'imprimer, de numériser, de télécopier ou d'envoyer des documents par courrier express. Cette formation en ligne vous permettra de démystifier cette manière simple et rapide de réaliser des transactions en toute sécurité, instantanément et confidentiellement.

Identification et vérification d'identité : Le processus d'identification des clients dans les formulaires de courtage et de vérification de leur identité n'est pas qu'une simple formalité. Ce processus vous permet de lier correctement les parties entre elles, de prévenir les litiges et d'éviter que vous soyez l'acteur involontaire d'une transaction douteuse. Cette formation sous forme de webinaire sera disponible dès l'hiver 2015, surveillez notre calendrier des formations. ■

PARCE QUE LA PROFESSION ÉVOLUE

La formation nous donne le leadership. Nous gagnons en confiance, nous élargissons nos horizons et nos clients sortiront gagnants... Et nous, nous gagnerons mieux notre vie!



> **JACQUES MÉTIVIER**

Vice-président du Conseil d'administration, Société immobilière Landmark

Dans la profession depuis 42 ans



DOSSIER

Regards vers le futur

Pour ce dossier, nous avons interviewé plusieurs courtiers, dont Mehdi Jamal, Danielle Bolduc et Francis Mireault Fauvel

- [Vos futurs clients](#)
- [Des courtiers s'expriment](#)
- [Les outils technos](#)
- [InstanetForms^{MC}: les essayer, c'est les adopter!](#)
- [La maison de l'avenir](#)
- [La présentation des propriétés](#)
- [Les drones](#)

Vos futurs clients : Leurs attentes, leurs besoins

Ils sont plus de 1,3 million. Succédant à la génération Y (les *millennials* américains), ils sont nés avec le cordon ombilical branché sur le Web mobile. Ils sont plus renseignés et pressés que leurs aînés, tout en exigeant une écoute et un accueil personnalisés. Voici vos futurs clients!

Marilou, 17 ans, a toujours son téléphone intelligent à la main. Elle s'en sert constamment pour communiquer et garder le contact avec son réseau. Magasiner en ligne est pour elle un automatisme. Elle se renseigne en profondeur avant de communiquer avec un commerçant. Quand elle pose le geste, c'est qu'elle pense savoir ce qu'elle veut, et elle le veut maintenant.

Comme les autres jeunes que nous avons interviewés, elle représente bien la génération des 12-24 ans. Cette génération est très bien décrite par le CEFRIO (Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations) dans une série d'enquêtes*.

Voici leur portrait.



Marilou

17 ans
Mauricie
Étudie et veut aller à l'université en droit
Rêve d'aider les démunis, d'avoir une maison
et une famille

« Le courtier qui voudra m'avoir pour cliente devra faire ce qu'il faut pour bien me connaître, moi et mes besoins. »

Antoine

18 ans
Mauricie
Travaille et entend étudier en génie mécanique
Rêve d'une vie professionnelle et familiale stable

« Un courtier qui voit tout en rose me tentera moins qu'un autre qui est honnête et me dira, par exemple, que telle maison est bonne pour nos besoins, mais qu'il y a tel et tel problème. »

Dominic

20 ans
Rive-Sud de Montréal
Travaille à temps plein
Rêve de devenir propriétaire un jour

« Quand je vais pouvoir m'acheter une maison, je vais regarder sur Internet et je veux que les images soient les plus réalistes possible pour me faire mon idée sans me déplacer. Plus il y en aura, mieux ce sera. »

Des rêves similaires, mais des besoins encore plus branchés

Étudiante et occupant un travail à temps partiel, Marilou, qui habite la banlieue de Shawinigan, aimerait un jour avoir des enfants et les élever en couple dans une maison bien à elle. Pour la trouver, son premier réflexe sera de d'abord faire appel aux ressources virtuelles sur sa tablette et son téléphone : « Je listerai ce qui m'intéresse et je comparerai des fiches de maisons. »

Fera-t-elle appel à un courtier? « Oui, j'y crois. Il y a des professionnels pour tout et c'est le professionnel le mieux placé pour m'aider. » Ses attentes : « Je voudrais qu'il m'écoute et m'aide à cibler rapidement ce que je cherche, à m'informer du marché plus en détail. »

Pour Antoine aussi, jeune travailleur de 18 ans qui compte bientôt retourner aux études en génie mécanique, tout passe par Internet. Il s'y informe et s'y outille pour arriver mieux armé devant un commerçant. Et il le fait de plus en plus à partir de son téléphone mobile, comme 86 % des 18-24 ans.

Quand viendra le temps de choisir une maison, un rêve qu'il compte réaliser un jour lui aussi, Antoine compte bien se renseigner sur ce qu'il cherche, puis sur le courtier avec qui il entend faire affaire. « Je vais m'informer sur lui auprès de mes proches. Puis, je vais lui poser des questions pièges pour voir s'il est honnête. »

Des façons de faire à adapter

Tous les experts le disent : les habitudes de consommation ayant changé, en particulier chez les 12-24 ans, le modèle d'affaires traditionnel ne tient plus la route. Dans ce modèle, on détermine ce qu'on vend, comment, où et à quel prix on le vend, on fait la promotion et le public cible l'achète; bref on contrôle le produit. Or avec la jeune génération dynamique et renseignée, cette façon d'agir n'est plus efficace.

Le printemps dernier, c'était précisément le message livré par les conférenciers à l'Assemblée générale annuelle de l'OACIQ, dont celui de Jean-François Ouellet, professeur agrégé de marketing à HEC Montréal et de Martin Lessard, consultant et expert en médias sociaux. (Voir la vidéo de leur conférence ou de leur entrevue au *Profession COURTIER* à la page de l'AGA.)

Une série d'études du CEFRIO sur la jeune génération de Québécois fait le même constat : Internet bouleverse la relation entre le client et le dispensateur de services ou de biens. Il faudra adopter le point de vue de la clientèle de demain sur ces plateformes pour être en mesure de répondre à ses besoins.

Tout voir en ligne sans délai

Les jeunes entre 12 et 24 ans sont ceux qui passent le plus de temps sur Internet : en moyenne 19 heures par semaine. Ils utilisent davantage les courriels et les textos que le reste des Québécois, et s'en servent pour exprimer leurs opinions et faire des choix de biens et de services.

Si, comme la plupart des jeunes de leur génération, Marilou et Antoine se considèrent comme des consommateurs avertis, pour eux, le temps est un facteur majeur. Les sites compliqués les rebutent, et s'ils font une démarche auprès d'un commerçant ou d'un professionnel, **ils s'attendent à recevoir une réponse immédiate.**

Pour les jeunes de cette génération, **se rendre dans un commerce est moins important** que pour les consommateurs plus âgés, car cela permet de gagner du temps. Ainsi, seuls 30 % des 16-24 se soucient beaucoup de l'endroit physique du commerce. Comme l'explique Dominic, un travailleur de 20 ans de la région métropolitaine : « Quand je vais pouvoir m'acheter une maison, je vais regarder sur Internet et je veux que les images soient les plus réalistes possible pour me faire mon idée sans me déplacer. Plus il y en aura, mieux ce sera. »

L'endettement, une nuisance, mais pas un empêchement

L'endettement est une préoccupation majeure pour cette génération. Fort conscients de leur pouvoir d'achat limité, **ils ne veulent pas se surendetter** pour devenir propriétaires. « Je sais que le montant minimum à amasser pour acheter une maison est important, alors je vais prendre mon temps pour ne pas trop m'endetter », confirme Antoine.

Mais **cette préoccupation ne devrait pas les dissuader d'accéder à la propriété**. Récemment sondés par Léger Marketing, même si 46 % des 19-33 ans estiment que le resserrement des règles hypothécaires nuira à leur capacité d'acheter, plus de 80 % continuent de penser que l'immobilier constitue un placement sûr, et seuls moins de 10 % ne désirent pas devenir propriétaires un jour.

Comment les fidéliser?

Les jeunes rencontrés pour cet article, de même que ceux interrogés par le CEFRIO, ont clairement exprimé leurs attentes : comme acheteurs, ils seront renseignés, exigeants et critiques. « Le courtier qui voudra m'avoir pour cliente devra faire ce qu'il faut pour bien me connaître, moi et mes besoins », insiste Marilou.

Antoine et Dominic, pour leur part, veulent avoir l'heure juste : « Il y a une façon de dire les choses », clame Antoine, qui précise qu'« un courtier qui voit tout en rose me tentera moins qu'un autre qui est honnête et me dira, par exemple, que telle maison est bonne pour nos besoins, mais qu'il y a tel et tel problème ».

Dans ces conditions, comment augmenter ses chances de les fidéliser? Mme Sandrine Prom Tep, spécialiste du comportement du consommateur et doctorante à HEC Montréal, a énoncé différents conseils pratiques pour ceux qui désirent éventuellement augmenter leurs chances de satisfaire leurs attentes lorsqu'ils seront prêts à, notamment, devenir propriétaires. Les voici, adaptés à votre réalité :

Être là où ils sont

Internet; applications mobiles; boutiques électroniques; Facebook. Être présent maintenant et rester à jour en matière de technologie de communication pour être en mesure de communiquer avec eux à leur façon et avec les outils dont ils se servent.

Être vite et direct

Répondre rapidement à leurs demandes; adopter un langage direct.

Les faire se sentir uniques

Ils aiment s'identifier à une image de marque. En se démarquant et en cultivant la sienne, on gagne des adeptes. Aussi, il faut personnaliser encore davantage ses communications.

Miser sur le bouche-à-oreille

Le bouche-à-oreille dont on parle ici est virtuel. Être très présent auprès des influenceurs de décision de ces jeunes et sur Facebook pour se présenter directement à eux. Au besoin, animer un site, mais alors attention de le mettre à jour régulièrement, et sans faute d'orthographe.

Les faire participer aux efforts de recherche et de développement

« Dis-moi et j'oublierai. Montre-moi et je me souviendrai. Implique-moi et je comprendrai. » Cette maxime de Confucius s'applique particulièrement bien aux jeunes d'aujourd'hui, constatent les experts en marketing.

Leur démontrer que l'on est un bon citoyen corporatif

L'achat éthique gagne en importance chez eux. Présenter des preuves de son bon comportement social, environnemental ou commercial est donc un plus.

On le voit, ces conseils d'experts visent à s'adapter aux attentes de jeunes appelées à prendre de l'importance avec le temps, au fur et à mesure qu'ils grandiront. Ces derniers s'attendent alors à retrouver dans l'immobilier les caractéristiques de l'univers de communication dans lequel ils baignent.

L'excellence, la norme

L'arrivée d'Internet a donné beaucoup de pouvoir aux consommateurs. Maîtrisant mieux ce formidable outil d'information, les plus jeunes y ont acquis une confiance et un pouvoir dont ils sont conscients, et dont ils se servent pour obtenir ce qu'ils veulent.

Ce qui fait conclure à Don Tapscott, dans son ouvrage *Grown Up Digital* : « Pour prendre un avantage sur la concurrence, les entreprises devront plus que jamais se distinguer sur le plan des produits, de la qualité du service ou du prix, car elles ne pourront plus cacher leurs lacunes aisément. »

En veillant à toujours être bien outillé, vous serez prêt à répondre aux attentes de ces futurs acheteurs, lorsqu'ils cogneront à votre porte virtuelle!

* La plupart des données de ce dossier proviennent du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations (CEFRIO), en particulier de leurs études sur la génération C (12-24 ans). Le CEFRIO a interrogé pas moins de 2 020 jeunes à qui il a posé 65 questions.

Lire *Génération C : Les 12-24 ans – Moteurs de transformation des organisations*. Rapport-synthèse.

Fort conscients de leur pouvoir d'achat limité, ils ne veulent pas se surendetter pour devenir propriétaires.



Les jeunes et la consommation sur Internet

- **49 %** des 16-24 ans ont eu recours à Internet pour acheter un bien ou un service.
- **53 %** des 16-24 estiment qu'acheter sur Internet fait économiser.
- **71 %** d'entre eux estiment que cette façon de faire est sécuritaire.
- **60 %** d'entre eux disent qu'avant un achat, c'est l'opinion d'un proche (un ami, une connaissance, un parent) qui a été le facteur déterminant dans le choix du bien ou du service.
- La clarté des conditions d'achat est LE facteur prédominant dans le choix d'un site d'achat, avant les prix (**41 %**).

Source : CEFRIO ■



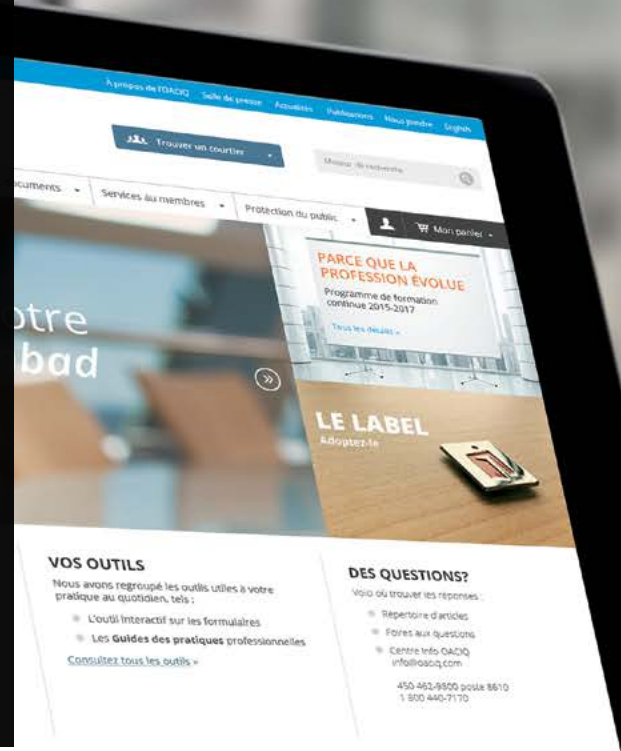
Applications virtuelles, outils de visualisation, de mesure...

Vos outils d'aujourd'hui et de demain!

Il est loin le temps où il suffisait de faire visiter une maison pour la vendre. Face à un public de plus en plus habitué à tout voir en images en ultrahaute définition, la présentation des propriétés est appelée à se bonifier.

Pour vous aider à y parvenir, vous faites déjà appel à plusieurs applications et outils technologiques. Leur nombre croît d'ailleurs sans cesse. Plusieurs agences et bannières proposent également leurs propres applications à leurs courtiers ou à leurs clients potentiels.

La tablette et le téléphone intelligent sont devenus des bureaux virtuels. Des bureaux dotés de nombreuses applications vous permettant d'être plus efficace. Voici un aperçu de celles qui sont susceptibles de vous soutenir dans vos activités professionnelles, en commençant par les plus connues. Rendez-vous sur les sites App Store ou Google play pour en voir d'autres!



Pour votre pratique

Prospects

Fonctionnalités : Outil polyvalent de Centris pour notamment rester en contact avec les clients et l'équipe de travail, synchroniser les rendez-vous, etc. Recherche de propriétés de Centris; recherche de comparables par GPS, par critères détaillés, par numéro d'inscription; envoi des inscriptions par courriel; statistiques (prix médian, délai de vente moyen, etc.) du secteur; demande de visite au courtier inscripteur (par Immocontact). Fonction « façade » : devant une propriété, pointer votre appareil intelligent vers la propriété et appuyer sur le bouton « Façade » vous permettra d'accéder directement à la fiche détaillée de la propriété.

Versions : Web et mobile [iPhone](#); [iPad](#); [Android](#); en français et en anglais.

Immocontact

Fonctionnalités : Système de communication et de gestion des demandes de visites réservé aux professionnels de l'immobilier.

Versions : Web et mobile [iPhone](#); [Android](#); en français et en anglais.

Scanbot

Fonctionnalités : Numérisation des documents ou des codes QR et conversion en documents PDF ou jpg.

Versions : Mobile [iPhone](#); [Android](#); en français et en anglais.

Centris mobile

Fonctionnalités : Recherche par carte avec GPS, par adresse, par numéro de propriété, par critères détaillés; calcul des versements; recherche de courtier; calculatrice hypothécaire; repérage des visites libres; envoi d'information sur des propriétés par courriel; façade – sauvegarde des recherches. De plus, sur iPad : sélection d'un secteur précis de recherche avec l'outil Lasso.

Versions : Web et mobile [iPad](#); [iPhone](#); [Android](#); [site mobile de Centris.ca](#), en français et en anglais.

Google Maps

Fonctionnalités : Navigations GPS par guidage vocal; infos et ressources locales d'une adresse; plans d'intérieur; plans en 3D; Street View.

Versions : Web et mobile [iPhone](#); [iPad](#); [Android](#); en français et en anglais.

Attention : Application exigeante pour la pile.

Copilote immobilier

Fonctionnalités : Transformation de vos photos de propriétés en documents vidéo. Service québécois payant (essai gratuit).

Version : Web.

AVU3D.com, ou la visite immersive en 3D québécoise

Les clients veulent voir en ligne une propriété comme s'il y étaient. C'est précisément ce qu'offre le logiciel AVU3D, à l'aide d'images immersives présentées sous forme de parcours qui permettent notamment de « circuler » d'une pièce à l'autre. Sur le site, plusieurs visites immersives sont offertes.

Ce programme, créé par la société lavalloise Urbanimmersive, connaît un grand succès. Ainsi, la firme a annoncé en septembre dernier une entente avec l'APCHQ en vue de créer un portail entièrement immersif offrant tous les outils de gestion nécessaires à l'exploitation des visites en AVU3D.

Pour votre clientèle

SpeakingPhoto

Fonctionnalités : Permet d'enregistrer des commentaires audio liés à la photo qu'on vient de prendre. Utile lors de visites pour prendre des notes verbales, ou encore pour bonifier la présentation d'une propriété à vendre sur un site ou par courriel.

Versions : Mobile [iPhone](#); [iPad](#); [Android](#); en français et en anglais.

Walk Score

Fonctionnalités : Outil pour évaluer jusqu'à quel point un quartier de vie favorise la marche. Fonctionne à partir d'algorithmes pondérés par les opinions des internautes (anglais).

Version : Web.

EasyMeasure, ImageMeter, Photo Measures et Photo Ruler ABC Pro

Fonctionnalités : En gros, un outil pour mesurer tout ce que vous prenez en photo. Attention : la calibration est primordiale pour des résultats fiables. Très utile pour les mesures de pièces et de meubles, de distances, etc. Ce type d'outil est populaire et est offert en plusieurs variantes sur chaque plateforme. À vous de trouver la vôtre!

Versions : Mobile Android : Image Meter et Photo Measures (anglais); iPhone : Photo Ruler ABC Pro; EasyMeasure (français et anglais).

Attention : Certains outils sont plus souples que d'autres. Ainsi, ImageMeter permet de mesurer une pièce même une fois la photo prise.

Instagram

Fonctionnalités : Service de partage de photos et de vidéos. Très populaire, notamment sur Facebook. Permet de laisser des commentaires sur des clichés de propriétés.

Versions : Mobile [iPhone](#); [Android](#); en français et en anglais.

ColorSnap, Color Capture

Fonctionnalités : Ce ne sont là que deux des nombreuses applications pour aider vos clients à voir leurs murs peints virtuellement d'une autre couleur, et choisir la bonne.

Versions : Mobile [iPhone](#); [iPad](#); [Android](#); en anglais.

Ailleurs et dans le futur

Porch

Fonctionnalités : Outil de modélisation. Permet à l'acheteur potentiel de visualiser la décoration de propriétés similaires en termes de surface et en fonction du coût de rénovation choisi. Plus d'info [ici](#).

Version : Web anglaise.

ListTrac

Fonctionnalités : Tout nouvel outil californien. Permet de mesurer l'efficacité des sites où vos propriétés sont affichées. Voir aussi [leur page Facebook](#). En développement, en anglais.

Version : Web.

Ailleurs et dans le futur (suite)

Homesnap

Fonctionnalités : Prenez une photo d'un immeuble et, s'il est en vente, apprenez immédiatement tout sur lui (actuellement uniquement dans le réseau américain MLS). Version gratuite et Pro.

Versions : Mobile iPhone; iPad; Android, en anglais.

Revaluate


Fonctionnalités : Indice d'habitabilité du quartier où la propriété est vendue, soit : le taux de criminalité, l'indice environnemental, l'indice de qualité de vie, les coûts particuliers liés au quartier. Complète l'information fournie par le Walk Score.

Versions : Web, bêta anglaise.

L'OACIQ présente ces applications strictement à titre d'information. Leur présentation ne constitue pas une approbation. Consultez régulièrement l'App Store et Google play pour rester au courant des nouveautés.

**VOUS CONNAISSEZ
UNE APPLICATION UTILE?**

Faites-nous-en part à
[info@oaciq.com!](mailto:info@oaciq.com) ■



NOUVELLE TARIFICATION

CELLCOM RIVE-SUD; PARTENAIRE DE VOTRE PRODUCTIVITÉ


Forfait OACIQ illimité

65\$ par mois


ILLIMITÉ
Minutes d'appels locaux
Messagerie texte photos/vidéos

INCLUANT

- 3Go de données partageables
- Boîte vocale ou messagerie visuelle
- Afficheur, appel en attente et conférence à trois



Samsung Galaxy S4



PROMOTIONS EXCLUSIVES

65\$ de crédit de conversion sur plan voix et données

Jusqu'à 65\$ de crédit supplémentaire sur appareils intelligents à l'activation d'un nouveau plan voix et données.

Faites profiter votre entourage de cette tarification exclusive (famille, employés, etc.) Jusqu'à 4 abonnés sur votre compte.


EN PRIME

Avec toute activation d'un forfait voix & données, obtenez gratuitement un chargeur auto et un étui*

Cette offre est exclusive et disponible seulement chez Cellcom Rive-Sud

1-888-832-6015
oaciq@cellcomrivesud.com

Consultez nos autres forfaits et services disponibles au www.cellcomrivesud.com/oaciq



L'offre peut prendre fin ou être modifiée sans préavis. * Choix d'accessoires à la discrétion de Cellcom Rive-Sud, certaines restrictions s'appliquent; détails en magasin. Ne peut être combiné avec aucune autre offre. Taxes en sus. Certaines conditions s'appliquent.

BIENVENUE chez vous

Nous sommes l'organisme national responsable de l'habitation au Canada et la ressource par excellence pour les personnes qui viennent s'installer au Canada. La **Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL)** vous fournit les outils dont vous avez besoin pour prendre des décisions en matière d'habitation et trouver un logement sûr et abordable pour votre famille.

Nous offrons de l'information en **huit langues** sur la location et l'achat d'un logement. Nous comprenons ce qu'avoir un chez-soi signifie pour vous.

Visitez-nous au
www.schl.ca/nouveauxarrivants



Canada

SCHL CMHC
AU CŒUR DE L'HABITATION



Évolution des pratiques

Des courtiers s'expriment

Ils proviennent d'horizons différents et ils ont en commun un amour sincère pour cette profession qui est appelée à relever des défis passionnants. Trois courtiers ont accepté de partager leur point de vue sur le présent ainsi que sur l'avenir de la clientèle et des outils du courtage immobilier résidentiel au Québec.

Mehdi Jamal

Saint-Eustache



« Le rôle du courtier a bien changé. Avant, on faisait visiter des maisons. Aujourd'hui, on trie, on filtre, on trouve ce qu'il y a de mieux parmi ce qui est disponible et on le présente au client de façon concise. Désormais, nous devons nous démarquer par nos compétences, nos connaissances. Or la technologie passe à travers tout ça, car le public est très informé. Les courtiers doivent donc évoluer au moins au même rythme sinon plus vite que les clients. »

Détenteur d'un permis de courtage depuis 2008, Mehdi Jamal dirige l'agence RE/MAX V.R.P. à Saint-Eustache. Ce courtier de 31 ans constate que les attentes du public envers les professionnels de l'immobilier ont changé. Ce qui engendre plus de pression pour les courtiers, « car le public peut mettre en doute certaines de ses affirmations, le challenger. » Mais ce n'est pas parce qu'on a accès à plus d'informations qu'on est mieux renseigné, et ce sera encore plus vrai avec les jeunes acheteurs, comme il le précise : « Le grand défi sera de ne pas les perdre, car ils pensent souvent être capables de tout faire eux-mêmes. »

Comment faut-il répondre avec succès à ces attentes croissantes? « Dans l'avenir, les courtiers vont réussir en démontrant leur plus-value qui n'est plus la recherche de propriété, mais la sécurité et le rôle conseil lors d'une transaction », estime-t-il.

Quant aux outils technologiques, ils sont incontournables. « Aucun courtier ne peut se permettre de travailler sans téléphone intelligent. On a aussi tous nos tablettes, des portables. Il y a maintenant peu de communication verbale entre agence et courtier; entre courtiers, tout est fait de façon électronique. »

Selon M. Jamal, les outils technologiques sont appelés à continuer d'être présents « et même à l'être davantage dans notre quotidien, car il faut être aussi rapide que la demande de nos clients ».

Les défis des courtiers dans l'avenir? « S'adapter aux changements technologiques, aux changements du marché et aux attentes de la clientèle. »

« Dans l'avenir, les courtiers vont réussir en démontrant leur plus-value qui n'est plus la recherche de propriété, mais la sécurité et le rôle conseil lors d'une transaction. »

Mehdi Jamal

Vous êtes à un clic d'économiser sur vos assurances



Prenez une photo
du sommaire de vos polices
ou soumissions d'assurance
auto et habitation.

+



Envoyez-les à
photo@dpmm.ca,
en incluant votre numéro
de téléphone.

=



Nous retrancherons
au moins 10 %
du prix des polices ou
offres de la concurrence*.

DPMM 
Dale Parizeau
Morris Mackenzie

*Un courtier communiquera avec vous pour remplir votre soumission. Primes garanties 24 mois.
Certaines conditions s'appliquent. Dale Parizeau Morris Mackenzie Inc. est un cabinet de services financiers.

Danielle Bolduc

Québec



Danielle Bolduc en a vu de toutes les couleurs depuis 16 ans dans le domaine résidentiel dans la capitale nationale. « Avant, on fonctionnait avec des livres; on fournissait les listes de produits pour les clients. Maintenant, ce sont les clients qui ciblent ce qui les intéresse et nous appellent ensuite. » Cela engendre une pression pour rester à jour, confirme cette dirigeante d'agence chez Via Capitale Québec Champlain.

Les jeunes? « Ils n'attendent pas. Ils sont nés comme ça, nous devons nous adapter. » Selon elle, il faut désormais être sur Facebook, « car les jeunes veulent savoir qui on est avant de faire affaire avec nous. Si on n'est pas sur Facebook on se le fait dire. »

En matière de service, elle précise qu'il faudra devancer leurs besoins et les éduquer à ce sujet pour les faire cheminer. » Il faudra aussi parler leur langage : « Ils ne cherchent pas qu'une relation d'affaires, ils veulent qu'on tienne compte de leur façon d'être et de vivre leur démarche. Il faut donc personnaliser notre approche, analyser avec qui on est pour qu'ils sentent bien qu'on travaille avec eux et pour eux. »

Le point de vue de Mme Bolduc rappelle que si tout passera par la technologie et l'adaptation aux besoins de la clientèle, il n'en demeure pas moins que la qualité de la relation avec le client restera centrale. Comme aime le rappeler Mme Bolduc : « Seul le courtier peut guider les clients, les amener à bon port. Ça, ce n'est pas une machine qui peut le faire. »

« Seul le courtier peut guider les clients, les amener à bon port. Ça, ce n'est pas une machine qui peut le faire. »

Danielle Bolduc

Francis Mireault Fauvel

Sainte-Anne-des-Plaines



Courtier de 28 ans œuvrant pour l'agence RE/MAX T.M.S., Francis s'est fait un nom depuis cinq ans en cherchant à se démarquer de la concurrence. Il offre par exemple un camion de déménagement sans frais à ses clients acheteurs et vendeurs.

Il a aussi fait bâtir un entrepôt contenant des accessoires de mise en valeur résidentielle qu'une firme utilise dans les propriétés de ses clients. « Les clients y ont accès sans frais chez eux pour optimiser la présentation de leur propriété. » Enfin, côté marketing, il n'a pas hésité à embaucher une firme de vidéos pour en faire sur les municipalités de son secteur, « car on achète pas juste une maison, mais aussi un emplacement, un secteur ».

L'image d'efficacité et d'intégrité qu'il s'est bâtie, il la cultive jalousement : « Une image, c'est bien, mais ça ne donnerait pas grand chose si je ne livrais pas les résultats! » Pour y arriver, il est très structuré afin de répondre rapidement aux demandes.

La jeune génération constitue l'essentiel de sa clientèle : « Les jeunes acheteurs sont très informés, confirme-t-il. Il nous faut donc être un pas en avant, afin de pouvoir les informer. Nous sommes dans une société de l'information, alors il faut travailler dans ce contexte et y être efficace. »

Même si c'est une clientèle informée, comme ses collègues, il constate qu'« elle doit être éduquée quant aux problèmes pouvant se produire dans une transaction et à la plus-value que le courtier peut lui apporter par leur encadrement ».

Ce courtier se dit « très confiant » quant à l'avenir du courtage au Québec. Les raisons : « Je crois que les courtiers vont se démarquer, et qu'ils auront des compétences variées, dont en marketing, tout en étant honnêtes et en travaillant dans l'intérêt du public. C'est la meilleure façon de valoriser la profession! », conclut-il.

« Les jeunes acheteurs sont très informés. Il nous faut donc être un pas en avant, afin de pouvoir les informer. »

Francis Mireault Fauvel ■

InstanetForms^{MC}

Les essayer, c'est les adopter!

Vous n'utilisez pas encore les formulaires électroniques de l'OACIQ? Faites connaissance avec l'outil InstanetForms^{MC} disponible sur Centris et dans *Synbad*. Mieux vaut vous prévenir : lorsque vous commencerez à les utiliser, vous ne voudrez plus revenir au papier! Nous avons effectué un sondage en septembre dernier auprès des utilisateurs et 97 % des répondants recommandent à leurs collègues courtiers de passer au mode électronique.

En outre, 83 % des répondants disent les utiliser pour l'efficacité, la rapidité d'utilisation, le côté pratique qu'ils apportent, sans oublier l'image professionnelle projetée. *Profession COURTIER* a parlé à deux grands utilisateurs.

Depuis qu'il les utilise, Mickaël Anselin, courtier immobilier agréé DA à l'agence Via Capitale Québec Champlain, ne pourrait plus s'en passer : « Je m'ensers pour tout. Ça sauve beaucoup de temps, c'est transparent, sans ambiguïté et professionnel pour le client. J'intègre automatiquement les infos de la fiche de propriété dans le formulaire, donc c'est un gain de temps énorme. » Le papier, il ne s'en sert qu'en cas d'imprévu.

Line Beaulieu, courtière immobilière chez Royal LePage Tendance, les utilise tant pour la *Promesse d'achat* que pour le *Contrat de courtage exclusif*, les *Modifications*, etc. Son bilan : « Les formulaires électroniques permettent de sauver beaucoup de temps et ils sont propres, clairs et bien faits.

Je les recommande. »

InstanetForms^{MC}

Plateforme Web permettant d'utiliser les versions numérisées des formulaires de l'OACIQ sur Centris et dans *Synbad*. Pratique, notamment parce que l'information de la fiche descriptive détaillée y est automatiquement transférée.

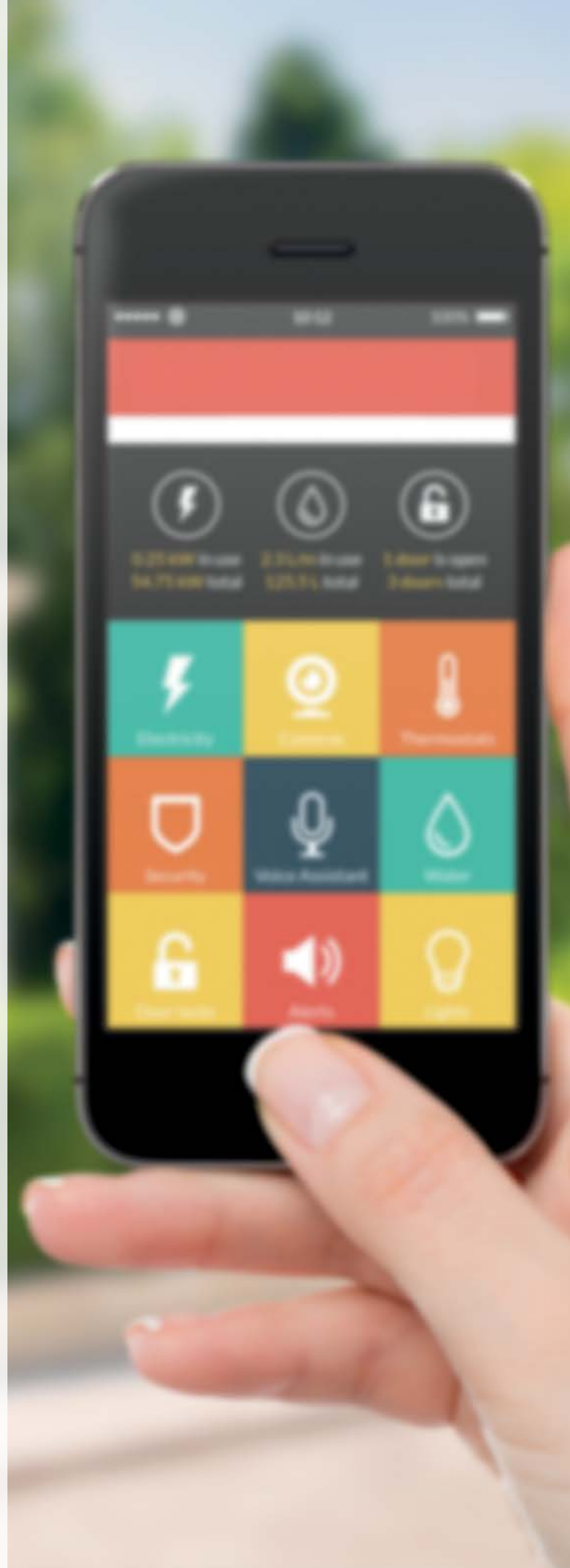
Outil interactif sur les formulaires

Outil dans *Synbad* présentant des versions commentées des formulaires de l'OACIQ afin d'expliquer les clauses complexes ou posant problème. Complété par une **foire aux questions** apportant des réponses pratiques aux problématiques les plus fréquentes. ▲

LA MAISON DE L'AVENIR

Elle sera probablement :

- modulable : pièces modifiables et interchangeables pour agrandissements, remplacements;
- à écoempreinte nulle (produira autant d'énergie qu'elle en dépensera);
- entièrement recyclable;
- déménageable (légère et emboîtable);
- résistante aux intempéries;
- durable;
- intelligente : sans fil; branchée sur Internet; avec caméras et intelligence artificielle pour gérer les paramètres modifiables à distance et avertir en cas de problème : le plombier, l'électricien, etc.;
- reliée à divers réseaux en fonction des besoins (aînés, enfants, ados, etc.);
- intégrable physiquement à un réseau d'habitations multiplex comme dans un gigantesque Lego. ■



La présentation des propriétés

De l'Instamatic personnel à la photo professionnelle

Si une image vaut mille mots, mieux vaut s'assurer qu'ils soient flatteurs!

Que vous soyez l'un des rares à prendre vous-même les photos de vos propriétés inscrites ou que, comme la grande majorité des courtiers, vous fassiez affaire avec un photographe professionnel, vous le savez : les exigences en matière de qualité des images ont beaucoup évolué. C'est aussi ce que constate Marie-Andrée Rhéaume, photographe professionnelle du milieu immobilier.

« Il y a dix ans, certains courtiers prenaient eux-mêmes leurs photos avec leur appareil numérique. Mais les photos ont pris tellement de place dans la présentation et la mise en marché que les courtiers ont commencé à faire appel aux services de photographes comme moi. Ce n'est pas parce qu'on a une BMW de luxe qu'on sait conduire » dit-elle souvent en souriant aux courtiers.

C'est aussi l'avis des courtiers à qui nous avons parlé.

« Chacun son métier! Avoir un bon appareil ne suffit pas. Comme on n'a qu'une chance de faire une première impression, on ne peut se permettre d'avoir une image inadéquate. C'est pourquoi nos courtiers utilisent des

professionnels pour leurs photos », relate Mehdi Jamal, dirigeant de l'agence RE/MAX V.R.P.

Danielle Bolduc, dirigeante de l'agence Via Capitale Québec Champlain, est du même avis : « Il est pas mal fini le temps où des courtiers prenaient des photos, car le premier contact des acheteurs avec la propriété est fait sur Internet. Le professionnel voit aux détails (lunette de toilette baissée, angle de vue, optimisation du décor, lumière, etc.). » Et, comme elle le rappelle, « les gens magasinent avec leurs yeux avant de le faire avec leur tête! »

Les vidéos ne semblent pas encore s'imposer, selon les courtiers consultés. C'est aussi ce que constate Mme Rhéaume qui résume la situation par cette boutade : « Je ne connais personne qui magasine sa maison sur YouTube! » Par contre, la demande pour les photographies aériennes augmente rapidement ([voir l'article sur les drones](#)). ■

« Les gens magasinent avec leurs yeux avant de le faire avec leur tête! »

Danielle Bolduc,
dirigeante d'agence

LES DRONES : plus que des gadgets

Leur effet wow est immanquable, en raison de la qualité des images aériennes des propriétés qu'ils permettent, et ce, à un coût minime.

Pas étonnant que les drones soient en train de prendre leur envol dans l'immobilier québécois!



Vous avez dit « drone »?

Traditionnellement, les photos aériennes étaient réservées à des propriétés de prestige et se faisaient par avion ou à l'aide d'appareils volants sophistiqués et coûteux. Or, dans ce domaine aussi, l'évolution technologique a été rapide, faisant du même coup réduire leurs frais d'exploitation. Ce qui a permis de démocratiser l'imagerie aérienne.

On l'appelle « drone », mais il n'a pas grand chose à voir avec les avions téléguidés des militaires. On parle en effet ici plutôt d'un appareil coûtant souvent moins de 1 000 \$, et qui ressemble plus à un hélicoptère miniature, auquel est rattaché un appareil numérique qui prend des clichés ou des vidéos. Des dizaines de modèles sont offerts sur le marché.

Même si leur utilisation pour la photographie d'immeubles est toute récente, une recherche Internet permet de trouver rapidement plusieurs firmes québécoises offrant leurs services aux courtiers immobiliers. Dans bien des cas, il s'agit de photographes, ou encore de firmes faisant

des images aériennes qui ajoutent cet outil à leur offre de services. Les coûts varient, mais on voit des frais d'environ 200 \$ pour quelques clichés, ou plus selon les besoins et le temps de vol requis.

Francis Mireault Fauvel est un courtier immobilier de 28 ans œuvrant pour l'agence RE/MAX T.M.S. Sa clientèle résidentielle se situe dans la grande région de Sainte-Anne-des-Plaines. Depuis peu, il utilise un drone pour mettre en valeur certaines propriétés : « Quand on a une propriété avec terrain, ou avec un emplacement stratégique, ou encore près d'un lac ou d'une montagne, je demande à ma photographe d'utiliser son drone pour mettre en valeur l'environnement. »

Et, contrairement à ce qu'on serait porté à penser, le jeune courtier ne limite pas son emploi aux propriétés les plus coûteuses : « On utilise aussi le drone pour des maisons de 200 000 \$ à 250 000 \$ si l'environnement convient. »

Aujourd'hui, ce courtier ne se passerait plus de cet outil supplémentaire de mise en marché. Et il n'est pas le seul. Mehdi Jamal, dirigeant de l'agence RE/MAX V.R.P. à Saint-Eustache, confirme leur popularité auprès de ses courtiers : « Nous les utilisons pour nos photos aériennes. C'est un marché croissant, et il devient accessible en termes de coûts. Nos photographes les utilisent surtout pour montrer l'environnement. »

Si l'utilisation du drone se répand parmi les courtiers immobiliers, il est aussi en vogue auprès de certains inspecteurs en bâtiment. Des firmes d'arpentage ont aussi commencé à utiliser un drone dans le cadre de leurs activités.

Une réglementation à revoir

Pour l'instant, l'acquisition de ces appareils n'est soumise à aucune restriction légale : tous peuvent se procurer de tels joujoux à des fins personnelles. Par contre, pour faire voler ce que Transports Canada appelle **un véhicule aérien non habité** (ou UAV) à des fins commerciales, il faut alors faire une demande pour obtenir un certificat d'opérations aériennes spécialisées (COAS) auprès de Transports Canada. Pour l'obtenir, il faut notamment souscrire une assurance responsabilité civile appropriée.

Le Ministère fédéral a mis en place un groupe de travail afin d'assouplir la réglementation, jugée trop contraignante par certains. Mais l'organisme gouvernemental se penchera également sur un aspect encore méconnu lié à la manipulation des drones : le nombre croissant d'incidents rapportés. C'est que, comme le confirme Marie-Andrée Rhéaume, photographe spécialisée dans le milieu immobilier, le pilotage de ces appareils requiert une réelle expertise qui ne s'acquiert qu'avec l'expérience.

L'avenir

La photographe Marie-Andrée Rhéaume utilise un drone, et elle est conquise par la qualité des images. La prochaine étape dans l'immobilier, selon elle et les deux courtiers consultés : à l'aide d'un drone plus sophistiqué, montrer l'itinéraire de l'autoroute à la maison, en présentant au passage les différents services (épicerie, école, parc, etc.).

On le voit, les usages sont multiples, et on peut présumer qu'ils augmenteront avec le temps. Aux États-Unis, on prévoit que leur utilisation engendrera des impacts économiques de 82 milliards \$ d'ici 2025 et générera 100 000 emplois (source : Association for Unmanned Vehicle Systems International).

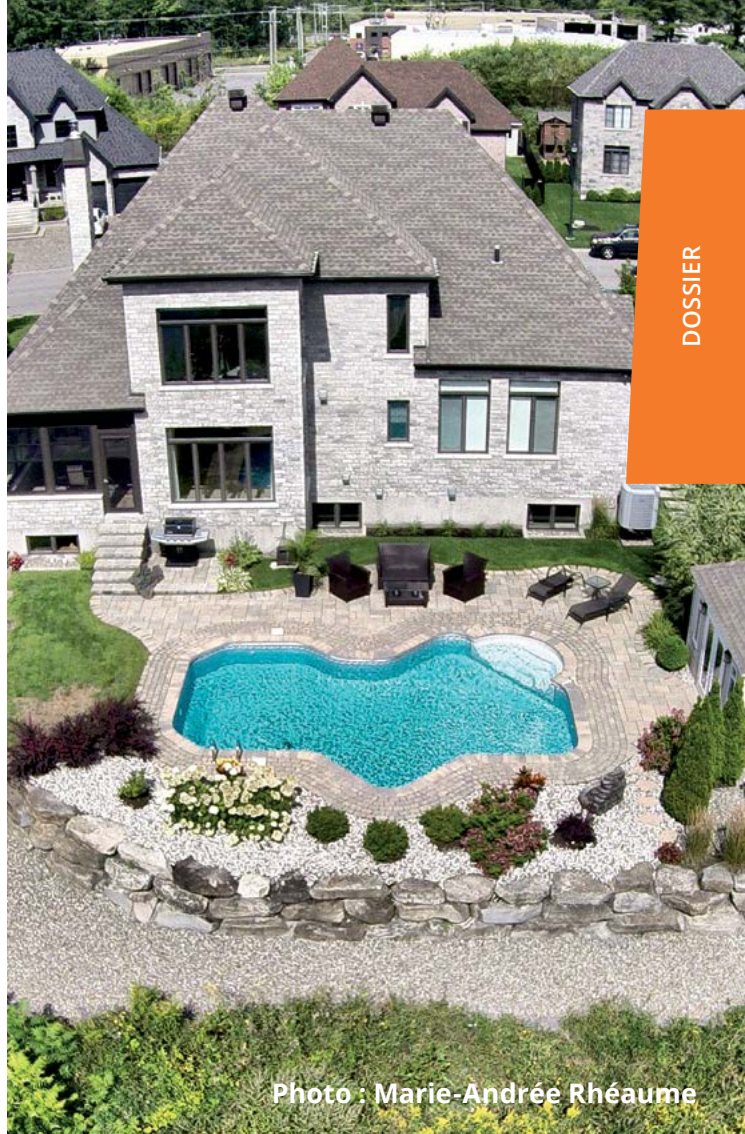


Photo : Marie-Andrée Rhéaume

Les avantages du drone immobilier

Selon des courtiers qui l'utilisent :

- Il prend des images à la bonne hauteur et dans le bon angle pour mettre en valeur un aspect de la propriété;
- Offrir cette nouveauté constitue un plus en permettant de se démarquer;
- Les coûts d'utilisations sont minimes : environ 200 \$ pour quelques clichés;
- Il montre des aspects de la propriété impossibles à voir autrement : terrain, vue des environs, distance avec les voisins, état de la toiture, etc. ■

ZOOM

SUR

LES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

Voici quelques extraits des articles récents publiés par l'OACIQ.

À titre de courtier

Ai-je droit à une rétribution lorsque je deviens locataire, acheteur ou emprunteur?

La réponse est **non**. Vous n'avez aucun droit à une rétribution lorsque vous :

- devenez locataire;
- achetez un immeuble ou une entreprise;
- obtenez un prêt hypothécaire; ou
- renouvelez votre hypothèque.

Une question de contrôle

La réponse est encore **non** si le locataire, l'acheteur ou l'emprunteur est une société ou une personne morale (société par actions) dont vous avez le contrôle.

Pour savoir si vous avez le contrôle d'une personne morale ou d'une société, il s'agit de déterminer si votre situation (par exemple le fait de détenir la majorité des actions avec droit de vote) vous permet d'exercer un contrôle direct sur la prise de décision. Dans certains cas, l'avis d'un juriste pourrait être requis.

Pour lire la suite : *Synbad*, [article n° 124683](#).

Contrôle d'une société et droit à la rétribution

La *Loi sur le courtage immobilier* prévoit que lorsqu'un courtier a le contrôle d'une société et que celle-ci acquiert un intérêt dans un immeuble, ce courtier n'a pas droit à sa rétribution. Sur réception d'une facture de rétribution pour un tel achat, l'agence représentant le vendeur cherche souvent à déterminer si ledit courtier avait le contrôle ou non de cette société. Pour ce faire, elle doit examiner la notion de contrôle, ce qui peut être assez complexe.

Cette notion englobe deux aspects dont il faut tenir compte : le contrôle de droit et le contrôle de fait.

Le contrôle de droit

En droit corporatif canadien et québécois, la loi attribue le contrôle de la société à la personne dont les parts majoritaires lui permettent d'élire la plupart des administrateurs de cette société.

Afin de déterminer s'il existe un tel contrôle, il faut considérer les éléments suivants :

1. Les actes constitutifs régissant la société (lettres patentes, statuts, règlements administratifs, etc.);
2. Le registre des actions de la société (part des actions avec droit de vote, etc.).

Il s'agit principalement d'une analyse documentaire des éléments constitutifs de la société. Par exemple, un administrateur possédant 90 % des actions votantes sera réputé avoir le contrôle.

Un courtier qui ne possède pas la majorité des actions et qui n'a donc pas le contrôle de droit de la société pourrait toutefois, dans certaines situations, être considéré comme possédant le contrôle de fait de cette société.

Le contrôle de fait

Les tribunaux ont eu à se pencher sur des cas où une personne avait le contrôle de fait d'une société. Dans l'un de ces cas, les enfants possédaient la majorité des actions, mais le père continuait de diriger tous les aspects commerciaux et financiers de l'entreprise. Une résolution lui attribuait d'ailleurs le titre de directeur général et indiquait qu'il pouvait acquérir, vendre ou hypothéquer les biens de la société, emprunter en son nom ou acheter de l'équipement nécessaire aux opérations. Le tribunal a conclu que malgré la détention de seulement 0,2 % des actions, le père avait le contrôle de fait de la société.

Pour lire la suite : *Synbad*, [article n° 124741](#).

Pratiques particulières en immobilier commercial

Le Service d'assistance a constaté, lors de l'analyse des demandes qui lui sont acheminées, que certaines pratiques ayant cours en courtage immobilier commercial ne favorisent pas la collaboration ou vont à l'encontre de la réglementation. Le présent article vise à informer les courtiers exerçant en courtage immobilier commercial des bonnes pratiques à adopter pour éviter certaines situations litigieuses. En voici quelques exemples :

Conclure une entente écrite (les ententes verbales sont à proscrire)

Afin d'effectuer certaines opérations de courtage, telles que la mise en marché, la représentation ou la publicité, le courtier doit y avoir été expressément autorisé par écrit par la personne ou la société pour le bénéfice de laquelle il s'est engagé à effectuer une telle opération. Or, il n'est pas rare de constater l'absence de contrat écrit.

De plus, le courtier est tenu de remettre un exemplaire du contrat dûment signé et comprenant toutes les mentions obligatoires prévues à la réglementation sur les contrats et formulaires. Cela vient donc appuyer l'obligation du courtier de mettre par écrit les droits et obligations des parties.

Les problèmes de collaboration découlent habituellement du fait que, n'ayant pas d'entente écrite, le courtier n'est pas en mesure de garantir la rétribution du courtier qui collabore à la transaction, ou il n'a pas en sa possession toutes les informations permettant d'effectuer une mise en marché efficace et par le fait même de transmettre ces informations à un courtier qui en ferait la demande.

Par conséquent, pensez toujours à faire signer un contrat à vos clients. Des formulaires types sont d'ailleurs disponibles sur InstanetForm^{MC}.

Pour lire la suite : Synbad, article n° 124743.

Informer son client des conditions de partage de rétribution

Il est bien connu qu'en immobilier commercial, les activités de courtage sont particulièrement diversifiées. Il n'en demeure pas moins que, dans le but de favoriser une transaction, un courtier ou un dirigeant d'agence qui offre à vendre ou à louer un immeuble ou une entreprise, en tout ou en partie, se doit de collaborer avec tout autre titulaire de permis qui en fait la demande. De plus, il doit offrir à ce dernier des conditions de partage de rétribution raisonnables, préalablement convenues entre eux.

[...]

Une façon simple et efficace

La meilleure façon d'informer son client par écrit des conditions de partage de rétribution est de le faire à même le contrat de courtage.

Si vous utilisez un des formulaires de contrats de courtage édités par l'OACIQ, vous n'avez qu'à remplir les champs prévus à cet effet.

Pour lire la suite : Synbad, article n° 124750.



Caractère adéquat des produits hypothécaires : des pratiques saines selon un rapport

Un rapport produit par le Conseil canadien des autorités de réglementation des courtiers hypothécaires (CCARCH) devrait contribuer à stimuler la confiance des emprunteurs envers les services rendus par les courtiers hypothécaires au Canada. Selon ce rapport, la plupart des courtiers hypothécaires s'appliquent à diriger leurs clients vers le prêt hypothécaire résidentiel qui leur convient le mieux. Cependant, le rapport indique que des améliorations peuvent encore être apportées à certains aspects de la pratique.

Selon les organismes de réglementation du courtage hypothécaire du Canada, le caractère adéquat du prêt hypothécaire est une priorité qui préoccupe toutes les provinces. « Un prêt hypothécaire inadapté peut avoir des répercussions financières dévastatrices sur l'emprunteur et sa famille, a déclaré Kirk Bacon, président du conseil du CCARCH. Nous avons également vu l'économie de nombreux pays souffrir d'un trop grand nombre de ménages coincés avec un prêt hypothécaire qui ne leur convient pas. » Le rapport confirme l'importante responsabilité qu'assument les courtiers hypothécaires pour s'assurer que le prêt hypothécaire consenti aux Canadiens convient à leurs besoins.

Le CCARCH a rencontré un certain nombre d'associations de l'industrie dans le but de cartographier les fonctions et activités des courtiers hypothécaires dans le cadre des nouvelles transactions de prêts hypothécaires résidentiels. Ensemble, ils ont réuni des renseignements leur permettant de mieux comprendre les processus et pratiques de référence que doivent adopter les courtiers hypothécaires pour s'assurer que leurs conseils et recommandations d'options conviennent à leurs clients.

Pour lire la suite : *Synbad*, [article n° 200286](#). ▲

Chronique

Le courtage hypothécaire

« Référer » un client, une pratique encadrée

Le fait pour un entrepreneur ou un promoteur immobilier de communiquer à un client le nom et les coordonnées d'un prêteur hypothécaire ou de les mettre autrement en relation, constitue une activité visée par la *Loi sur le courtage immobilier* (ci-après la « Loi ») lorsqu'elle est faite contre rétribution, que celle-ci soit directe ou indirecte, sous forme monétaire ou d'avantages divers et qu'elle provienne du prêteur, de l'emprunteur ou d'une autre personne. Pour se livrer à ce type d'opération, la personne doit être titulaire d'un permis auprès de l'OACIQ ou bénéficier d'une exception prévue à la Loi.

Un entrepreneur ou un promoteur immobilier qui dirige ainsi contre rétribution un client vers une institution financière (banque, caisse populaire ou autre) exerce illégalement l'activité de courtier immobilier ou hypothécaire et s'expose à des amendes pouvant aller jusqu'à 20 000 \$, dans le cas d'une personne physique et jusqu'à 40 000 \$, dans le cas d'une personne morale. Le dirigeant ou représentant de cet entrepreneur, s'il a par exemple autorisé ou conseillé la commission de cette infraction, peut aussi dans certains cas être passible d'une amende.

Par ailleurs, lorsque l'entrepreneur ou le promoteur décide plutôt de confier ses clients à un courtier qui recherchera pour eux un prêt garanti par hypothèque immobilière, le courtier ne pourra pas le rétribuer ni partager avec lui sa rétribution. En effet, le fait de diriger, contre rétribution, un client potentiel vers un courtier en vue de conclure une opération immobilière ou hypothécaire, constitue l'exercice de l'activité de courtier. Il faut également être, sauf exception, titulaire d'un permis de courtier ou d'agence

pour pouvoir le faire. Un courtier ne peut évidemment pas partager sa rétribution avec une personne qui exerce ou tente d'exercer l'activité de courtier illégalement ni encourager d'une façon quelconque un tel exercice illégal.

Le courtier qui contreviendrait à cette règle pourrait quant à lui faire l'objet de plaintes disciplinaires.

Première campagne publicitaire sur le courtage hypothécaire : ne manquez pas l'article [Le public a cliqué!](#) (p. 6.)

Avez-vous pris connaissance de l'article « Caractère adéquat des produits hypothécaires : des pratiques saines selon un rapport » [dans le Zoom de ce numéro?](#) (p. 34.)

Autre article récent dans *Synbad* :

Article n° 124773 : [Le courtage hypothécaire commercial : un champ de pratique particulier](#)

Commentaires, informations, suggestions? Écrivez-nous à info@oaciq.com. ■



Chronique *Sur le terrain*

Rachat de la part du conjoint copropriétaire et CCV

Mme Tremblay et M. Rashid, en cours de séparation, décident de mettre en vente leur maison de plain-pied, acquise conjointement il y a trois ans. Ils ont conclu un *Contrat de courtage exclusif – Vente* avec M. Gagné, courtier immobilier. Deux mois plus tard, Mme Tremblay souhaite racheter la part de son conjoint.

Dès lors, plusieurs questions se posent :

- Le courtier pourra-t-il réclamer une rétribution en fonction du contrat de courtage signé?
- Cette rétribution sera-t-elle calculée sur le plein montant de la propriété ou sur la part du conjoint?
- Comment rédiger la promesse d'achat dans le cas d'un rachat d'une part indivise d'un conjoint?

M. Gagné en discute avec son dirigeant d'agence. Comme il s'agit d'une situation plutôt inhabituelle, le dirigeant d'agence décide de consulter un agent d'information du Centre Info OACIQ pour avoir des explications.

Obligations prévues au contrat de courtage et rétribution

Dans un premier temps, l'agent d'information du Centre Info OACIQ s'enquiert si, au moment de la conclusion du contrat de courtage, les vendeurs ont discuté de leur situation avec le courtier ainsi que de la possibilité de rachat de parts entre eux.

L'agent d'information rappelle que lors de la prise d'un contrat de courtage, le courtier joue un rôle primordial dans l'établissement d'un climat de confiance. Il lui incombe de fournir les explications relatives aux clauses du formulaire *Contrat de courtage exclusif – Vente* qu'il fait signer, dont la clause 8.7 qui donne l'occasion de clarifier la situation entre les parties (contexte de séparation) et, ainsi, d'aborder la question de la possibilité de rachat de parts par l'un des conjoints.

Le courtier doit également informer ses clients que son rôle est de veiller à la protection de leurs intérêts et de protéger la confidentialité de leurs renseignements personnels, le tout conformément à ses règles de déontologie. Le courtier doit alors inviter à la transparence afin de mieux protéger les intérêts des vendeurs.

Si l'intention de rachat avait été évoquée dès la prise du contrat de courtage

Si, au moment de la conclusion du contrat de courtage, les vendeurs avaient discuté avec leur courtier de leur contexte de séparation et que le courtier s'était informé, suivant son devoir, de la possibilité de rachat par l'un des conjoints, le courtier aurait pu s'entendre sur la mise en marché de la propriété. Il aurait alors pu convenir d'une diminution de sa rétribution dans le cas où un tel rachat serait survenu.

Une telle entente aurait alors été consignée au contrat de courtage. Le courtier du vendeur aurait alors divulgué sans délai à tous les autres courtiers le fait que le conjoint avait la faculté de procéder au rachat de parts indivises de l'autre, et ce, par le biais de la fiche descriptive. Le courtier du vendeur aurait aussi informé sans délai tous les courtiers des acheteurs collaborant à la transaction de la réception d'une promesse d'achat provenant du conjoint.

Un des conjoints aurait également pu être exclu du contrat de courtage, par l'insertion de [la clause type suivante](#) :

« Le présent contrat de courtage ne s'applique pas à l'égard de toute promesse d'achat sur l'IMMEUBLE présentée par la ou les personnes ci-après désignées et acceptée par le VENDEUR dans les _____ jours de la signature du contrat de courtage : _____ »

Le VENDEUR s'engage à tenir informé par écrit et sans délai l'AGENCE ou le COURTIER de la réception d'une telle promesse d'achat.

Dès que toutes les conditions de cette promesse d'achat acceptée auront été réalisées, excluant la signature de l'acte de vente, le VENDEUR en avisera sans délai l'AGENCE ou le COURTIER par écrit. Le présent contrat sera résilié de plein droit à compter de la réception par l'AGENCE ou le COURTIER de cet avis écrit et aucune rétribution ne sera due en vertu de la clause 7.1 du contrat de courtage par le VENDEUR à l'AGENCE ou au COURTIER. »

Comme l'intention de rachat se manifeste en cours d'exécution du contrat de courtage

Si la question du rachat n'a pas été discutée à la prise du contrat de courtage et qu'elle est évoquée durant l'exécution du contrat comme dans le présent cas, une entente entre le courtier et les vendeurs pourrait être convenue relativement à la diminution de la rétribution. Dans ce cas, elle devrait alors être consignée sur le formulaire obligatoire *Modifications*.

L'agent d'information rappelle que les vendeurs ont l'obligation suivante, en vertu du contrat de courtage qu'ils ont signé :

- 8.7** Le VENDEUR s'engage à tenir informé l'AGENCE ou le COURTIER de tout changement dans sa situation financière ou de toute situation qui pourrait compromettre l'exécution du présent contrat, notamment quant à son état matrimonial.



En cas de désaccord entre les parties quant à la rétribution, suivant les faits du dossier, un tribunal pourrait en venir à la conclusion que le courtier a droit à la pleine rétribution, compte tenu que l'objet du contrat de courtage a été réalisé (clause 2.1 du contrat de courtage vente), que les vendeurs n'ont pas respecté leurs obligations contractuelles et qu'ils ont, conséquemment, compromis l'exécution du contrat de courtage.

Par ailleurs, un tribunal pourrait également conclure autrement si le courtier n'avait pas fourni toutes les explications nécessaires. Bref, pour éviter tout litige, le courtier devrait inciter ses clients à discuter le plus tôt possible, dès la prise du contrat. Il y a lieu également de rappeler le vieil adage à l'effet que la pire entente vaut le meilleur des procès.

Rédaction de la promesse d'achat

Dans le cas où les parties s'entendent et que la situation n'est pas problématique, le courtier pourrait consigner par écrit l'entente convenue entre celles-ci dans un formulaire de promesse d'achat (PA ou PAI), tout en y effectuant les adaptations nécessaires en fonction des particularités du rachat de parts indivises d'un conjoint. Dans ce contexte, le courtier devrait alors mettre la propriété hors marché tout en expliquant au couple qu'il représente désormais les deux parties à la transaction, en s'assurant que celles-ci sont à l'aise avec cette situation. Dans le cas contraire, le courtier devrait mettre fin au contrat en expliquant à ses clients les raisons pour lesquelles il ne pourrait plus les représenter, et convenir d'un dédommagement pour éviter toute controverse sur le droit à la rétribution. Par ailleurs, dans tous les cas, le courtier pourrait décider d'adresser ses clients à un juriste.

Le dirigeant d'agence remercie l'agent d'information du Centre Info OACIQ pour la pertinence des informations fournies, lesquelles seront utiles non seulement à M. Gagné, mais aussi à tout courtier de son agence devant faire face à cette situation particulière. ■

MICHAEL R. CONCISTER

Avocat

B.A., B.C.L., LL.B. DIP. MGMT (APP.)

Droit immobilier, baux commerciaux
et affaires disciplinaires

Membre du Barreau du Québec

4115, rue Sherbrooke O., bureau 420,
Westmount, Québec H3Z 1K9

Tél. : 514 875-5311, poste 5

Télec. : 514 875-8381

Courriel : mrconcister@bellnet.ca

Site web : michaelconcister.com



LE COURTAGE IMMOBILIER ÉVOLUE *PROFESSION COURTIER AUSSI*

PASSEZ AVEC NOUS EN MODE TABLETTE!

Accédez à des vidéos exclusives sur les dessous de la campagne publicitaire de l'automne dernier et écoutez des ambassadeurs du Programme de formation continue obligatoire.



TÉLÉCHARGER DANS

l'App Store




DISPONIBLE SUR

Google™ play

Un seul téléchargement simple et rapide.

Rendez-vous sur la page de l'App Store ou de Google play; cherchez « Profession COURTIER » et téléchargez l'application du numéro.



Vente de multiplex

Pour une reprise de logement réussie

Par M^e Judith Cormier
Avocate et médiatrice commerciale en pratique privée

Mise en situation

Le 1^{er} septembre, M. Jean Latour vous accorde un contrat de courtage pour la vente de son triplex. Les logements sont loués et tous les baux se terminent le 30 juin prochain. Le 8 décembre, vous obtenez de M. Paul Briand une *Promesse d'achat*, laquelle est conditionnelle à ce qu'il puisse reprendre un des logements le 1^{er} juillet prochain. Vous présentez la promesse d'achat à votre client qui l'accepte le 10 décembre. L'acte de vente intervient le 15 janvier suivant.

Le 1^{er} février, le nouveau propriétaire envoie l'*Avis de reprise de logement* à l'un des locataires pour une reprise le 1^{er} juillet suivant. Celui-ci lui signifie une fin de non-recevoir en invoquant qu'il n'a pas reçu l'*Avis* dans le délai prescrit et refuse donc de quitter son logement. Le 1^{er} mars, vous recevez de l'avocat de Paul Briand une mise en demeure. Il vous réclame des dommages et intérêts en invoquant que son client, par sa déclaration et sa condition dans la *Promesse d'achat*, avait fait de la reprise d'un logement un élément essentiel du contrat, et que vous avez commis une faute professionnelle en ne vous assurant pas que c'était possible pour le 1^{er} juillet.

Selon le Code civil du Québec, la reprise d'un logement peut se faire selon des conditions bien précises. En effet, en vertu du droit au maintien dans les lieux que la loi accorde au locataire, la reprise d'un logement est une exception et est donc strictement encadrée. Voici ces conditions :

A. Seul le propriétaire de l'immeuble peut faire une reprise. Un promettant-acheteur bénéficiant d'une *Promesse d'achat* acceptée ne peut pas envoyer l'*Avis de reprise au locataire*. Il doit être **LE** propriétaire de l'immeuble.

B. Il est le seul propriétaire ou copropriétaire avec son conjoint. Ceci exclut les copropriétaires qui ne sont pas des conjoints, par exemple deux amis, deux frères.

C. Pour s'y loger lui-même, ou ses ascendants ou descendants au premier degré, ou encore tout autre parent ou allié dont il est le principal soutien. Ceci exclut les grands-parents, les petits-enfants, les frères et sœurs, les amis.

D. L'*Avis de reprise de logement* doit être donné au moins six mois avant la fin du bail lorsque celui-ci a une durée de douze mois. Pour un bail de douze mois qui se termine le 30 juin, l'*Avis* doit être reçu par le locataire au plus tard le 31 décembre.

E. Le locataire a un mois suivant la réception de l'*Avis* pour aviser le locateur de son intention de s'y conformer ou non. S'il ne répond pas, il est réputé avoir refusé.

F. Si le locateur est propriétaire d'un autre logement vacant dans les environs du même genre que celui occupé par le locataire, alors la reprise ne pourra se faire sans le consentement du locataire.

Alors, que faire pour protéger toutes les parties?

Dès la réception de la *Promesse d'achat* qui comporte une condition reliée à la reprise d'un logement, il est impératif de vérifier les conditions pour une telle reprise. Dans notre exemple, M. Briand étant le seul acheteur, celui-ci répondait

au critère du seul propriétaire. Cependant, à cause de la date de l'acte de vente (le 15 janvier) et de celle de la fin des baux (le 30 juin), il ne pouvait pas envoyer l'*Avis* dans le délai prescrit.

Dans ce contexte, deux options sont possibles :

- Avancer la date de l'acte de vente avant le 31 décembre pour que l'*Avis* soit envoyé en temps par le propriétaire, soit le 31 décembre au plus tard;
- Négocier avec le locataire pour obtenir son consentement écrit à résilier son bail et à quitter le logement le 30 juin.

Les paroles s'envolent, mais les écrits restent!

Assurez-vous d'obtenir un écrit signé du locataire précisant qu'il :

- renonce à la réception de l'*Avis de reprise de logement*;
- accepte de résilier son bail; et
- quittera le logement le 30 juin.

Une telle négociation se fait moyennant une contrepartie que l'acheteur ou le vendeur, selon le cas, devra s'engager à payer au locataire. De plus, si le locataire habite avec un conjoint ou un ami, le document devra, outre la signature du locataire, être signé aussi par la personne qui habite avec le locataire.

Lire aussi

- Article n° 122373 : *Le droit du locataire au maintien dans les lieux et la reprise d'un logement par le propriétaire.*
- Clause type 3.3 : *Entente de résiliation de bail.* ■

Chronique

Le courtage immobilier commercial

La nouvelle norme internationale de mesurage IPMS arrive!

Dans le domaine de l'immobilier commercial, le mesurage est un aspect clé de la négociation en vue d'établir un loyer, puisqu'on y paie en fonction du pied carré occupé. Aussi, lorsque la norme de mesurage change, tout le milieu doit s'ajuster. C'est dire l'ampleur du changement que l'avènement d'une nouvelle norme internationale s'apprête à faire vivre au monde de l'immobilier commercial et industriel. Jacques Métivier, vice-président du conseil d'administration de la Société immobilière Landmark, est bien au fait de cette nouveauté et il nous en parle.

Pourquoi un tel changement, puisque la norme actuelle BOMA semblait très bien faire le travail? « En Amérique du Nord nous sommes disciplinés, répond M. Métivier. L'interprétation des règles de mesurage diffère cependant selon les endroits dans le monde, de sorte qu'il y a des écarts parfois importants dans le calcul des loyers. De là est venue l'idée d'avoir une règle mondiale qui chapeaute les règles régionales là où il y en a, et qui en établit une là où il n'y en a pas. »

La grande différence, avec la nouvelle norme, appelée IPMS (pour International Property Measurement Standards), c'est qu'elle définit plus clairement de quoi sont composés les espaces communs : couloirs, salles de bain. etc. « IPMS décrit de façon très claire huit composantes pouvant être utilisées pour définir les espaces communs, lorsque cela est pertinent. »

La publication de la version officielle de la nouvelle norme IPMS devrait être chose faite au moment où vous lisez ces lignes. M. Métivier ne prévoit pas pour autant de changement draconien dans l'immédiat. « Il y a fort à parier que ce sera éventuellement la norme adoptée par tout le monde parce que, pour les grands investisseurs, une norme unique facilite les choses. Mais je crois que son implantation se fera graduellement, d'ici cinq à dix ans. »

Quelles seront les conséquences prévisibles de son implantation pour les courtiers immobiliers commerciaux? « Je ne prévois pas trop de changements dans le travail des courtiers, puisque le résultat du mesurage ne devrait pas être différent avec la nouvelle norme. »



M. Métivier ne cache toutefois pas que les précisions obtenues à l'aide de la nouvelle norme IPMS sont susceptibles de constituer autant d'éléments de négociation. Il donne cet exemple : « Si un propriétaire calcule une salle mécanique ou une cafétéria dans les espaces communs que le locataire doit payer, ce dernier peut ne pas vouloir payer pour cet espace, tandis qu'un autre peut décider du contraire. En définitive, c'est le marché qui va déterminer ce qui est acceptable ou non », résume-t-il.

Mais cette implantation se fera graduellement, insiste-t-il : « D'ici là, la norme BOMA fait très bien le travail. » Bref, peu importe la norme, l'objectif reste que les immeubles soient évalués à leur juste mesure.

Dans ce numéro, les articles suivants pourraient aussi vous intéresser :

- [Vente de multiplex : Pour une reprise de logement réussie \(p. 40\)](#)
- [Pratiques particulières en immobilier commercial \(p. 33\)](#)

Autre article récent dans *Synbad* :

- [Informer son client des conditions de partage de rétribution](#)

Pour le texte complet : *Synbad*, [article n° 124750](#).

Commentaires, informations, suggestions?
Écrivez-nous à info@oaciq.com. ■

De la norme BOMA à la norme IPMS

Au Canada comme ailleurs, la nécessité d'uniformiser les normes de mesurage des espaces à louer dans les édifices commerciaux et industriels s'est fait sentir dès le début du 20^e siècle. Au pays, les *leaders* de l'industrie se sont regroupés au sein de l'organisation BOMA (Building Owners and Managers Association) pour adopter une norme de mesurage commune : BOMA Z65.1. Celle-ci s'est précisée en 1996 et modernisée depuis, au fil du temps. Aujourd'hui, la norme BOMA s'est implantée en Amérique du Nord et dans neuf pays outre-mer. Dans la belle province, **BOMA Québec** regroupe des gestionnaires d'immeubles commerciaux gérant plus de 85 % des immeubles de bureaux de classe A.

Avec la mondialisation, toutefois, le besoin d'uniformiser encore davantage les normes de mesurage a mené, lors d'une rencontre des acteurs de la Banque mondiale à Washington, à la création d'un nouvel organisme en 2013 : la Coalition IPMS (International Property Measurement Standard).

Comme 43 autres organisations similaires à travers la planète, les membres de BOMA Canada ont participé à l'établissement de la nouvelle norme de mesurage IPMS. On devrait en fait parler de normes au pluriel, car, à terme, tous les types d'immeubles (industriels, de bureaux, à logements et condos) auront chacun leur norme IPMS, comme ils ont actuellement une norme BOMA.



**TRANSFORME
TON DÉFI
EN RÉUSSITE!**

450 676-5826
1 888 676-5826
AcademieEntrepreneurship.com

A.E.C. éligibles au Programme de prêts et bourses
*Formations reconnues et approuvées par le M.E.L.S. – 294.901

PROGRAMMES

Courtier immobilier résidentiel
(EEC.21) A.E.C.*

Courtier hypothécaire
(EEC.2H) A.E.C.*

- » CLASSES EN SALLE
- » CLASSES VIRTUELLES
- » MISES EN SITUATION
POUR LES EXAMENS

» ATELIER « DÉMARRER OU ACHETER SON GITE »
OFFERT 2 FOIS/ANNÉE



COURTIERS IMMOBILIERS

Mettre en marché soi-même une propriété dans laquelle on détient un intérêt, un pensez-y bien

La police d'assurance responsabilité professionnelle du FARCIO accorde une garantie aux agences ou courtiers immobiliers au regard des réclamations visant l'octroi de dommages compensatoires en raison d'une faute commise dans le cadre des activités professionnelles.

La portée de la garantie est évidemment modulée par la nature même du contrat d'assurance. Pour qu'ils soient couverts, il est nécessaire que les services professionnels aient été réalisés au bénéfice des tiers. Vous noterez que cette obligation est également contenue dans la *Loi sur le courtage immobilier*. L'article 1 de la Loi définit le champ d'intervention des agences et courtiers immobiliers de la façon suivante :

« 1. La présente loi s'applique à toute personne ou société qui, **pour autrui** et contre rétribution, se livre à une opération de courtage relative aux actes suivants :

[...] »

La police du Fonds est donc sans application lorsque l'assuré est l'une des parties à l'opération de courtage. Il n'est plus un intermédiaire au sens de la police et de la loi. Il devient l'une des parties à la transaction ou au contrat envisagé. Par conséquent, les réclamations susceptibles de lui être présentées lorsqu'il agit dans ce cadre ne seront pas prises en charge par le Fonds d'assurance. Il vaut mieux y penser avant de mettre en marché sa résidence personnelle.

Cette règle n'est pas limitée aux biens dont l'assuré est entièrement propriétaire. Elle s'étend à d'autres types d'opérations de courtage. L'exclusion 2.03 m) de la police se lit en effet de la façon suivante :

« 2.03 - EXCLUSIONS : Sont exclus de la garantie :

[...]

m) les **Réclamations** découlant d'une opération de courtage immobilier visant un bien ou un droit dans lequel un **Assuré** possède un intérêt :

- i) à titre de propriétaire à plus de 10 %; ou
- ii) si ce bien ou ce droit est détenu par une société, à titre d'actionnaire bénéficiant de plus de 10 % des actions votantes; ou
- iii) à titre de créancier bénéficiant d'un droit réel dans ce bien ou ce droit; »

HYPOTHÈSES

LA VENTE D'UN BIEN À TITRE DE PROPRIÉTAIRE

La prohibition contenue dans la police s'étend à la vente d'un bien ou d'un droit dans lequel un assuré possède un intérêt à titre de propriétaire à plus de 10 %. Elle s'étend donc aux situations dans lesquelles l'assuré est l'un des copropriétaires du bien, dans la mesure où son intérêt dans le bien est supérieur au pourcentage fixé par la police. Ce sera le cas notamment des biens détenus en copropriété.

Il faut noter également qu'aucune couverture d'assurance n'est offerte à l'agence immobilière lorsqu'un courtier qui lui est rattaché procède à la vente d'un bien ou d'un droit dans lequel il possède un tel intérêt. L'agence doit faire preuve de vigilance à ce sujet. Il est fortement suggéré qu'elle adopte une politique capable de gérer ce type de situations. Cette politique pourrait entre autres prévoir que le courtier du vendeur d'une propriété n'est pas celui qui détient un intérêt dans le bien ou, plus simplement, informer le consommateur au moment de l'avis de divulgation qu'aucune couverture d'assurance n'est applicable pour la transaction qui est envisagée.

HYPOTHÈSES (suite)

LA VENTE D'UN BIEN PAR UNE SOCIÉTÉ

On ne peut pas faire indirectement ce qu'il est impossible de faire directement. La prohibition contenue dans la police s'applique à la vente d'un bien détenu par une société lorsque le courtier ou l'agence détient plus de 10 % des actions votantes de l'entreprise.

Les commentaires que nous avons formulés précédemment au regard de la couverture offerte aux agences immobilières s'appliquent intégralement à la vente d'un bien par une société. La règle de vigilance doit également s'appliquer.

CERTAINES CRÉANCES

De manière à préserver la parfaite indépendance des agences et courtiers immobiliers, la police étend la prohibition aux transactions visant un bien ou un droit dans lequel l'assuré détient un intérêt à titre de créancier. C'est le cas en particulier de la vente d'un immeuble grevé d'une hypothèque en faveur de l'agence ou du courtier immobilier.

La règle de vigilance est également applicable à ce scénario. Il n'existe en effet aucune couverture pour l'agence immobilière dans ce type de transactions.

Les éléments qui précèdent constituent les seules limitations posées par la police dans le contexte de la vente d'un bien immobilier par un courtier alors qu'il y détient un intérêt. Ainsi, les réclamations découlant des opérations de courtage suivantes relèvent de la garantie :

- ♦ la vente de l'immeuble du conjoint, dans la mesure où l'assuré ne détient aucun intérêt dans celui-ci;
- ♦ la vente d'un immeuble appartenant à un parent, quel que soit le lien de parenté.

La détermination de la couverture d'assurance applicable à un contexte donné dépend essentiellement des faits de chacun des dossiers. Il subsiste donc des zones grises pour lesquelles l'analyse doit être plus nuancée. On peut notamment penser à l'application des règles portant sur le patrimoine familial ou celles relatives au règlement des successions.

En cas de doute sur la couverture d'assurance applicable, il est préférable que l'assuré communique avec le FARCIQ afin d'exposer la nature de la transaction qui est envisagée. Il pourra alors obtenir les renseignements nécessaires et s'éviter ainsi bien des ennuis.

EN RÉSUMÉ

SCÉNARIOS PROTECTION D'ASSURANCE	Courtier ayant un intérêt à 100 % dans la propriété		Courtier ayant un intérêt à + de 10 % dans la propriété	
	Courtier	Agence	Courtier	Agence
La protection d'assurance s'applique				
Aucune protection vu l'article 1 de la Loi	X			
Aucune protection vu l'exception 2.03 m)		X	X	X

Pour toute question ou tout commentaire concernant votre assurance responsabilité professionnelle, écrivez-nous à assurance@farcIQ.com.



www.farcIQ.com

450 656-5959 | 866 956-5959

Auto-inspection 2014 :

DÉJÀ JANVIER!

Acheminez vos documents au Service d'inspection
AU PLUS TARD le 31 mars 2015

- Questionnaire « Auto-inspection 2014 EN LIGNE »
- Rapport annuel des opérations en fidéicommiss 2014
- Registre des avis de divulgation pour l'année 2014

Qui doit produire ces documents?

Toutes les agences et tous les courtiers à leur compte, nonobstant le champ de pratique, et ce, même si vous avez été inspecté dernièrement ou êtes sur le point de l'être par un inspecteur du Service d'inspection.

IMPORTANT : Si vous êtes un courtier qui travaille au sein d'une agence, vous n'avez pas à produire ces documents.

Questionnaire de l'auto-inspection 2014 EN LIGNE :

Toute agence ou tout courtier à son compte, titulaire d'un permis en vigueur de l'OACIQ, doit y répondre.

Note : Ce questionnaire doit être rempli et acheminé électroniquement via notre site oaciq.com, dans *Synbad*.

Rapport annuel des opérations en fidéicommiss 2014 :

Toute agence ou tout courtier à son compte qui a eu de l'activité dans son compte en fidéicommiss durant l'année 2014 doit produire un rapport. N'oubliez pas d'inclure tous vos relevés bancaires 2014.

Note : Si vous êtes une agence qui a délégué ses obligations liées à l'établissement et au maintien de son compte en fidéicommiss à une autre agence, vous n'avez pas à produire ce rapport; l'autre agence le fera pour vous.

Registre des avis de divulgation 2014 :

Toute agence (ou un de ses courtiers) ou tout courtier à son compte qui, en vertu de l'obligation de divulguer, a produit un avis de divulgation alors qu'elle ou il était impliqué directement ou indirectement dans une transaction d'achat, de vente ou d'échange d'un immeuble ou d'une entreprise, ou a agi comme prêteur pour un prêt garanti par hypothèque immobilière, doit produire ce document.

Acheminez votre registre des avis de divulgation ou votre rapport annuel par télécopieur au 450 676-4095 ou par courriel à inspection@oaciq.com.

NOUVEL OUTIL

Pour nous faire parvenir vos documents de façon sécuritaire, connectez-vous à *Synbad*, sélectionnez l'outil « Envoi de documents à l'OACIQ » et suivez les instructions.

Vous pouvez aussi transmettre vos documents par télécopieur au 450 676-4095 ou par courriel à inspection@oaciq.com. ■



À surveiller

Voici les nouveautés en formation continue. La plupart sont disponibles ou le seront d'ici la fin de l'hiver.

CONTENU FONDAMENTAL

Formations en webinaire :

- Les déclarations du vendeur – 2 UFC;
- Les délais prévus aux formulaires – 3 UFC;
- Les règles de base en financement hypothécaire – 3 UFC;
- Identification et vérification d'identité : savoir à qui on a affaire – 2 UFC;
- *The seller's declarations* – 2 UFC;
- *Workshop on timelines on forms* – 3 UFC;
- *The basic rules of real estate mortgage financing* – 3 UFC;
- *Identification and identity verification: knowing who you're dealing with* – 2 UFC.

Formations en ligne :

- La copropriété divise : utilisation des formulaires – 3 UFC;
- *Divided co-ownership: use of forms* – 3 UFC.

CONTENU SPÉCIALISÉ

Formations en ligne :

- Radon : pour mieux conseiller vos clients – 1 UFC;
- La signature électronique – 1 UFC;
- La gestion électronique des documents – 1 UFC;
- Médias sociaux : évitez de naviguer en eaux troubles – 1 UFC;
- *Radon: to better advise your clients* – 1 UFC;
- *The electronic signature* – 1 UFC;
- *Electronic document management* – 1 UFC;
- *Social media: avoid navigating through rough waters* – 1 UFC.

Visitez le [calendrier des formations](#) dans *Synbad* pour connaître les dates. ■



Comment trouvez-vous le *Profession COURTIER*?

VOUS AVEZ DES SUGGESTIONS
OU DES COMMENTAIRES?



Écrivez-nous! | info@oaciq.com