

La distribution immobilière face à Internet

Nouveaux enjeux et évolution des rapports de force concurrentiels

Internet est en train de rebattre les cartes entre les différents opérateurs de la distribution immobilière. Et même si les principaux réseaux immobiliers (Orpi, Century 21, Laforêt, Guy Hoquet) ont rapidement réagi au point de rivaliser désormais avec les sites leaders d'annonces immobilières en ligne, le jeu reste ouvert. **De nouveaux entrants sont en effet susceptibles de jouer les trublions et de remettre en question le modèle économique des agences immobilières traditionnelles.**

Les réseaux ayant négligé leur présence sur le web risquent par exemple d'être fragilisés à moyen terme par les spécialistes du low cost. Ces derniers, (123 Webimmo, Efficity ou encore Publicimmo) ont déjà engagé **la guerre des prix avec les agences traditionnelles**, proposant un taux de commission inférieur en contrepartie d'une prestation simplifiée. Quant aux jeunes sociétés d'annonces immobilières en ligne, parmi lesquelles Twimmo, Idéalement.fr, Drimki ou Apart-maison.fr, elles s'efforcent de **rénover le modèle existant**. Elles proposent pour cela des outils et services innovants, tels que la géolocalisation des écoles ou crèches à proximité du bien mis en vente, et constituent pour l'ensemble des acteurs du secteur un modèle à surveiller. De fait, si elle ne peut remplacer la qualité de la relation avec le client, l'activité en ligne est aujourd'hui un facteur de différenciation majeur dans le secteur.

Pour rester dans la course et restaurer des marges dégradées par la chute du marché immobilier en 2008 et 2009, l'adoption d'une stratégie Internet devient par conséquent incontournable pour les agences immobilières classiques. D'autant plus que le secteur va enregistrer une baisse d'activité en 2010 avant de repartir en 2011. **Les experts de Xerfi pronostiquent ainsi un recul de 1% du chiffre d'affaires des agences immobilières cette année, suivi d'une hausse de 2% l'an prochain.**

Dans cette étude, les experts de Xerfi dressent un panorama des stratégies en ligne mises en place par les agences immobilières et vous proposent un benchmark détaillé des principaux acteurs présents sur la Toile. Quatre principaux modèles prédominent :

- **les leaders qui ont pris le virage numérique.** Century 21, Guy Hoquet, Orpi ou encore Laforêt, entre autres, bénéficient d'une qualité de recherche supérieure, développent des services annexes et affichent dès à présent leur suprématie sur l'Internet mobile ;
- **les outsiders qui soignent leur présence en ligne.** Futur Transactions, Propriétés Privées ou Solvimo, par exemple, sont des acteurs de taille moyenne ayant parié sur une stratégie Internet offensive pour accroître leur notoriété ;
- **les réseaux de taille moyenne dont l'offre sur la Toile reste incomplète** (Akerys, L'Adresse, Era, Capi France, Avis Immobilier, Keops Résidentiel, Arthur L'Optimist, Le Tuc Immobilier, Noblimo ou Imogroup, etc.). La faiblesse de la dimension conseil ou de la mise à jour des sites constitue leur point faible ;
- **les agences qui n'ont pas développé de stratégie Internet.** Jesusagentimmobilier.com, Norman Parker ou Bourse de l'Immobilier ne placent pas Internet au cœur de leur stratégie, préférant s'appuyer sur une présence sur le terrain ou sur les sites fédérateurs d'audience (Seloger.com, Explorimmo, etc.). Un choix qui pourra s'avérer pénalisant à moyen terme.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Valérie Cohen
Directrice de la diffusion

La distribution immobilière face à Internet

Nouveaux enjeux et évolution des rapports de force concurrentiels

Édition : Juin 2010

- Les impacts d'Internet sur le jeu concurrentiel
- L'évolution du marché immobilier et de l'activité des agences immobilières à l'horizon 2011
- Les stratégies Internet des principaux réseaux immobiliers
- Le rôle des sites de petites annonces immobilières en ligne
- Les nouveaux modèles émergents de distribution immobilière en ligne

UNE ETUDE INDISPENSABLE

L'étude la plus complète pour comprendre le rôle, les enjeux et les perspectives d'Internet dans la distribution immobilière, ainsi que les changements du contexte concurrentiel. Les travaux de recueil d'informations, d'enquête et d'analyse ont été coordonnés par Vincent Desruelles, assisté de Marion Barutaut.

Les études s'inscrivent dans une méthodologie rigoureuse et éprouvée « intelligence concurrentielle ». Elles offrent aux décideurs un traitement rigoureux des données et des informations, des synthèses opérationnelles pour favoriser la réflexion et préparer les décisions. Des milliers d'entreprises, comme tous les réseaux bancaires, les investisseurs et financiers, les leaders du conseil et de l'audit ont fait des études du groupe Xerfi l'outil indispensable pour appuyer leur réflexion.

XERFI : LA PASSION DE LA CONNAISSANCE ECONOMIQUE

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises. Au sein du premier bureau d'études spécialisé en France, les experts sectoriels du groupe Xerfi sont animés d'une passion commune :

- traiter l'information avec une très grande rigueur intellectuelle,
- réaliser des analyses professionnelles au plus près des réalités de la vie économique,
- offrir une représentation vivante des évolutions décisives d'un marché et de la concurrence sectorielle,
- s'engager sur des conclusions rédigées avec l'ambition de la probité et de la qualité.

Pour atteindre ces objectifs, le groupe Xerfi, s'est donné tous les moyens de l'indépendance : son capital est détenu par ses dirigeants, son développement repose pour l'essentiel sur l'édition des études réalisées à sa propre initiative, des méthodes de travail éprouvées, des règles déontologiques strictes.

Le site xerfi.com vous permet de disposer du plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

La distribution immobilière face à Internet

Nouveaux enjeux et évolution des rapports de force concurrentiels

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE & LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ IMMOBILIER

1.1. La vue d'ensemble de l'environnement

- 1.1.1. L'analyse PESTEL de l'environnement des agences immobilières
- 1.1.2. Le parc de logements en France (1994-2008)
- 1.1.3. Les évolutions démographiques récentes (1994-2009)

1.2. L'environnement financier

L'essentiel à savoir sur l'environnement financier : l'évolution des taux directeurs, des taux immobiliers, la durée des prêts et les conditions d'octroi, actualisées d'après les dernières données disponibles.

1.3. Le marché immobilier

Les principales données sur l'évolution du marché immobilier : transactions, prix et principaux déterminants du marché. Le marché de la location résidentielle est également traité.

1.4. L'activité des agences immobilières

- 1.4.1. Les sources de revenus
- 1.4.2. L'évolution du chiffre d'affaires (1996-2009)
- 1.4.3. L'évolution des défaillances : l'indicateur Xerfi Risk (2007-2010)

1.5. Les prévisions pour 2010-2011

- 1.5.1. Les déterminants de l'activité des agences immobilières en 2010 et 2011
- 1.5.2. Les évolutions macroéconomiques et des revenus des Français à l'horizon 2011
- 1.5.3. La vue d'ensemble du marché immobilier (transactions, prix) en 2010 et 2011
- 1.5.4. L'activité des agences immobilières (2002-2011)
- 1.5.5. Les déterminants de l'activité et le chiffre d'affaires des annonces immobilières sur Internet (2002-2011)

2. L'IMMOBILIER ET INTERNET

2.1. Internet comme support de petites annonces immobilières

- 2.1.1. Les changements structurels
- 2.1.2. Internet vs. presse d'annonces
- 2.1.3. Le modèle des acteurs de petites annonces en ligne
- 2.1.4. Les performances des principaux sites de petites annonces immobilières (2008-2009)

2.2. Les acteurs des petites annonces immobilières en ligne

Cette partie présente les principaux groupes présents dans le domaine des petites annonces immobilières en ligne. Sont mis en avant les principaux domaines d'activité, les chiffres clés (évolution et répartition du chiffre d'affaires), l'activité et la nature de l'offre dans les annonces immobilières en ligne, ainsi que les principaux faits marquants et axes de développement.

- 2.2.1. Groupe Seloger.com
- 2.2.2. Concept Multimédia (Logic-Immo)
- 2.2.3. S3G (Refleximmo)
- 2.2.4. Acheter-louer.fr
- 2.2.5. Adenclassifieds (Explorimmo)
- 2.2.6. PriceMinister (A Vendre A Louer)
- 2.2.7. Les spécialistes des annonces entre particuliers

2.3. Les principaux facteurs de changement liés à Internet

- 2.3.1. Les facteurs de menaces et les opportunités
- 2.3.2. L'évolution des rapports de force concurrentiels liée à Internet : l'analyse détaillée des facteurs de changement et le scoring d'évolution de la pression concurrentielle

2.4. Les opportunités liées à Internet

- 2.4.1. L'émergence de nouveaux modèles : le low cost et ses principaux acteurs dans l'immobilier
- 2.4.2. Le haut de gamme et l'international
- 2.4.3. Les contenus en mobilité
- 2.4.4. Un tremplin pour un vivier de start up

2.5. La présence en ligne des agences

- 2.5.1. La vue d'ensemble
- 2.5.2. Le mapping du positionnement des réseaux sur Internet
- 2.5.3. La typologie des réseaux sur Internet
- 2.5.4. Le focus sur les leaders

2.6. Le point sur Internet en France

- 2.6.1. L'équipement (1997-2009)
- 2.6.2. La population internaute (2003-2010)
- 2.6.3. Le profil de la population internaute en 2009
- 2.6.4. L'audience par catégorie de site en 2009

3. LA STRUCTURE DE LA CONCURRENCE ET LES MONOGRAPHIES

3.1. Le secteur des transactions et des services immobiliers

La place de la distribution immobilière dans l'ensemble de la filière

3.2. La démographie du secteur

Les établissements et les effectifs des agences immobilières et des administrateurs de biens

3.3. Les forces en présence

- 3.3.1. Les principaux réseaux d'agences immobilières
- 3.3.2. Le classement des réseaux d'agences immobilières
- 3.3.3. Le classement des opérateurs dans l'administration de biens
- 3.3.4. Le rôle des banques

Les monographies proposent pour l'ensemble des sociétés analysées une présentation de l'entreprise et de ses activités, les chiffres clés, l'évolution du chiffre d'affaires, l'analyse de l'activité sur Internet, la répartition de l'activité par segments (et zones géographiques le cas échéant), les principaux indicateurs financiers et les principaux événements des derniers mois.

3.4. Les réseaux de Nexity (Century 21, Guy Hoquet, Arthur l'Optimist, Lamy)

3.5. Le leader de l'administration de biens (Foncia)

3.6. Les réseaux franchisés (Orpi, Laforêt Immobilier, Groupe Realogy, Akerys, L'Adresse)

3.7. Les réseaux franchisés de moins de 300 agences (Le Tuc Immobilier, CIMM Immobilier, Avis Immobilier, Solvimo Immobilier, Imogroup, Norman Parker, Keops Résidentiel, Noblino, Futur Transactions)

3.8. Les réseaux succursalistes (Square Habitat, Bourse de l'Immobilier, Immo de France)

3.9. Les réseaux sans agences physiques (Capi France, Propriétés Privées, Jesuisagentimmobilier.com)

4. LES MARGES & RESULTATS DES AGENCES IMMOBILIERES (2002-2011)

4.1. Les éléments de cadrage

Les conclusions sur les stratégies financières

4.2. Les pressions sur les marges

- 4.2.1. Les autres achats et charges externes
- 4.2.2. Le taux de valeur ajoutée

4.3. La productivité

- 4.3.1. Les frais de personnel et le rendement du travail salarié
- 4.3.2. Le taux de marge économique brute
- 4.3.3. Les politiques d'investissement

4.4. La situation financière & les résultats

- 4.4.1. Le besoin en fonds de roulement
- 4.4.2. La situation financière
- 4.4.3. Le résultat courant avant impôt

5. LES INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Le bilan économique et financier présente 150 opérateurs en fonction d'une batterie de ratios et d'indicateurs de gestion et de performances (2004-2009, selon les données disponibles). 7% des comptes non consolidés 2009 et 80% des comptes non consolidés 2008 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication et ont été analysés dans cette étude.

Principaux tableaux, graphiques et matrices

T1	L'analyse PESTEL des agences immobilières	T28	Les déterminants du marché des logements anciens en 2010 et 2011	T54	Le modèle de rémunération des agences immobilières low cost
T2	La répartition du parc de logements en France par catégorie (2005-2008)	T29	Les mutations de logements anciens (2000-2011)	T55	L'utilisation d'Internet sur téléphone mobile en France (2003-2009)
T3	Les évolutions comparées du parc de résidences principales et du nombre de ménages	T30	La comparaison des ventes de logements anciens et neufs (2001-2011)	T56	Les usages de l'iPhone (2009)
T4	L'évolution de la structure de la population à l'horizon 2030	T31	Les prix des logements anciens (2001-2011)	T57	Les pratiques de l'internet mobile en France (2009)
T5	Les déterminants du montant des taux immobiliers et de la demande de crédits	T32	Le chiffre d'affaires des agences immobilières (2005-2011)	T58	Les applications des sites d'annonces
T6	Les taux d'intérêt à court et long terme aux Etats-Unis et dans la Zone euro (2008-2011)	T33	Le taux d'équipement des Français en ordinateurs à domicile et en téléphone mobile (1997-2009)	T59	Les applications des réseaux d'agences
T7	Les taux à long terme et taux des nouveaux crédits immobiliers (2003-2010)	T34	La population internaute en France (2003-2009)	T60	Le positionnement des principaux réseaux d'agences immobilières sur Internet
T8	Le montant des nouveaux crédits « habitats » aux ménages (2003-2010)	T35	La part des internautes connectés chaque jour (2004-2009)	T61	La typologie des enseignes d'agences immobilières selon leur activité en ligne
T9	La durée moyenne des prêts du secteur bancaire (2001-2011)	T36	La population internaute selon la classe d'âge, catégorie socioprofessionnelle et niveau de revenus en 2009	T62	Les différents moyens d'accroître les points de contacts pour les agences immobilières : le rôle croissant d'Internet
T10	La répartition de la production de prêts par durée (2001-2010)	T37	L'émergence d'Internet comme support de médiation dans l'immobilier	T63	Les sites Internet des réseaux selon la qualité de la recherche et des annonces
T11	Les critères d'octroi des crédits à l'habitat (2002-2010)	T38	Les avantages relatifs des sites Internet de petites annonces par rapport à la presse d'annonce	T64	Les sites Internet des réseaux selon la qualité des services et conseils
T12	La demande de crédits à l'habitat (2002-2010)	T39	Les sources de revenus des sites d'annonces en ligne	T65	Les sites Internet des réseaux selon le degré d'interactivité et la prise en compte des nouveaux usages d'Internet
T13	Les déterminants du marché des logements anciens en 2009	T40	Les performances des principaux sites immobiliers (2008-2009)	T66	L'analyse financière (2002-2011)
T14	Les mutations de logements anciens (1992-2009)	T41	Le chiffre d'affaires consolidé du groupe Seloger.com (2003-2009)	L'analyse financière présente les taux et/ou les variations annuelles des indicateurs suivants : chiffre d'affaires du panel, autres achats et charges externes, valeur ajoutée, rendement du travail salarié, frais de personnel, marge économique brute, dotations aux amortissements, immobilisations corporelles nettes, besoin en fonds de roulement, d'endettement et solde des opérations financières, résultat courant avant impôt, structure du compte de résultat et structure du bilan	
T15	Les prix des logements anciens en France (1965-2009)	T42	Le chiffre d'affaires de la société Concept Multimédia (2003-2009)		
T16	Le temps nécessaire pour l'achat d'un logement standard (ancien) (1965-2009)	T43	Le chiffre d'affaires de la société S3G.com (2006-2008)		
T17	La mobilité résidentielle des locataires du parc locatif privé (1998-2010)	T44	Le chiffre d'affaires de la société Reflex Immobilier (2003-2008)		
T18	La demande de logements neufs à louer (1992-2010)	T45	Le chiffre d'affaires HT du groupe Acheter-Louer.fr (2005-2009)		
T19	L'indice de référence des loyers (2003-2009)	T46	La répartition du chiffre d'affaires d'Acheter-Louer.fr		
T20	Les sources de revenus et le champ concurrentiel des agences immobilières	T47	Le chiffre d'affaires consolidé de la société Adenclassifieds (2006-2009)		
T21	Le chiffre d'affaires des agences immobilières et les transactions immobilières dans l'ancien (1996-2010)	T48	Les principaux groupes de la presse spécialisée dans les annonces entre particuliers		
T22	Le chiffre d'affaires des agences immobilières (2000-2009)	T49	Les facteurs de menace et de durcissement de l'activité des agences immobilières liés à Internet		
T23	Le taux de défaillance des agences immobilières (2007-2010)	T50	Les facteurs qui rendent indispensable l'utilisation d'Internet pour la distribution immobilière		
T24	Les déterminants de l'activité des agences immobilières en 2010 et 2011	T51	L'évolution des rapports de force concurrentiels liés à l'émergence d'Internet dans la distribution immobilière		
T25	Les hypothèses macro-économiques pour la France (2008-2011)	T52	Le scoring d'évolution de la pression concurrentielle dans la distribution immobilière		
T26	Les revenus des ménages (2002-2010)	T53	La comparaison entre les taux de commission des agences traditionnelles et des agences low cost		
T27	Le pouvoir d'achat par ménage (1980-2010)			T67	Les principaux métiers de la chaîne de valeur immobilière
				T68	Les établissements du secteur des agences immobilières
				T69	Les effectifs du secteur des agences immobilières
				T70	Les établissements de l'administration de biens immobiliers
				T71	Les effectifs de l'administration de biens immobiliers
				T72	Le contrôle des principaux réseaux d'agences immobilières en 2010
				T73	Les principaux réseaux d'agences immobilières présentes sur le marché résidentiel
				T74	Les principaux administrateurs de biens sur le marché résidentiel

Principaux opérateurs analysés ou cités dans l'étude

Les principaux réseaux cités dans l'étude	MIS-EN-CONTACT.COM	AGENCE METAYER	DB INVEST	IMMO DE FRANCE	LOUIS LAIRE ET FILS
123WEBIMMO	MOOBZ	AIN AGENCES	ELIENCE	IMMO DE FRANCE	MARCON IMMOBILIER
AKERYS IMMOBILIER	TWIMMO	AIP	ERA FRANCE	IMMO DE FRANCE - LE HAVRE	MGM IMMOBILIER
ARTHUR L'OPTIMIST	VISITE ONLINE	ALLIANCE LABELISATION	ERIC MEY	IMMO DE FRANCE AIN	MICHAEL ZINGRAF IMMOBILIER
AVIS IMMOBILIER	WEEZIM	ANTHINEA	DEVELOPPEMENT	IMMO DE FRANCE ANJOU	MOSAIQUE RE 2006
BOURSE DE L'IMMOBILIER	Les principaux groupes de petites annonces cités dans l'étude	ARTHUR COMMUNICATION	ESPACE PROMOTION	IMMO DE FRANCE	NATHALIE GARCIN PARIS
CAPI FRANCE		ASM PARTICIPATIONS	ETS LOCARE	AVANTIEL	NORD EST SQUARE HABITAT
CENTURY 21	ACHETER-LOUER.FR	ATARAXIA DISTRIBUTION	FLY IMMO	IMMO DE FRANCE MAYENNE	ORPI SWEET HOME IMMOBILIER
CIMM IMMOBILIER	ADENCLASSIFIEDS (EXPLORIMMO)	B & D IMMOBILIER	FOCH IMMOBILIER	IMMO DE FRANCE NORMANDIE	OSMOSE
EFFICITY	CONCEPT MULTIMEDIA (LOGIC-IMMO)	BATI GINI	FONCIA AD IMMOBILIER	IMMO DE FRANCE SUD	P.L.E.M
ERA IMMOBILIER	LOGIC-IMMO	BELLES DEMEURES DE FRANCE	FONCIA AKTYS	MASSIF CENTRAL	PALMER PLAGE
FONCIA	GROUPES SELOGER.COM	BLOT IMMOBILIER	FONCIA ALPES	IMMO DE FRANCE VALRIM	PARISIORUM
FUTUR TRANSACTIONS	PRICEMINISTER (A VENDRE A LOUER)	BOURSE DE L'IMMOBILIER	FONCIA AMYOT GILLET	IMMOBILIERE	PATRIMOINE 17
GUY HOQUET	S3G (REFLEXIMMO)	CABINET DE TRANSACTIONS IMMOBILIERES DU SUD OUEST	FONCIA ANDREYON	COCQUEMPOT	PERSPECTIV'IMMO
IMMO DE FRANCE	Les sociétés dont les comptes sont traités dans l'étude	CABINET ORSINI	FONCIA ARDOUIN	IMMONIAL	PG IMMO
IMOGROUP		CABINET REMI SERAIS	FONCIA BARBIER	IMMONTAGNE	REFLEX IMMOBILIER
JESUISAGENTIMMOBILIER.COM	A.N.I.	CAP IMMOBILIER	FONCIA BOLLING	IMMOPLUS	RESIDENCE DE LA TALMOUSE ET DU CHAMP DU ROSEAU
KEOPS RESIDENTIEL	ACCORD IMMOBILIER	CAPI	LE BATIMENT	IMNEO	ROHRER FREDERIC IMMOBILIER
L'ADRESSE	ACHETER-LOUER.FR	CENTRE AUVERGNE IMMOBILIER	FONCIA BOUSSARD MCI	JADE CONSEIL	ROUVIERE IMMOBILIER
LAFORET IMMOBILIER	ACOI	CENTURY 21 - GESAM IMMOBILIER	FONCIA BRETTE	JCM	ROYER REGNAULT TRANSACTION
LE TUC IMMOBILIER	AD VALOREM	CENTURY 21 CERIM	FONCIA CENTRE DE L'IMMOBILIER	JLG IMMOBILIER	S.L.T
PROPRIETES PRIVEES	ADENCLASSIFIEDS	CENTURY 21 DELACROIX IMMOBILIER	FONCIA CUILLE	JMP	SEREXIM
PUBLICIMMO	AFEDIM	CENTURY 21 FRANCE	FONCIA GROC	JOHN TAYLOR	SOLOGNE IMMOBILIER SERVICE
NEXITY	AGENCE ADOUR PYRENEES	CENTURY 21 HORECA PARIS	FONCIA GROUPE	KEOPS	SOLVIMO
NOBLIMO	AGENCE CENTRALE	CENTURY 21 MAISONS GUERROT	FONCIA LABBE	LAFORET	SPI GOLFE
NORMAN PARKER	AGENCE CENTRALE IMMOBILIERE	COFIRI	FONCIA LIMOUZY	LAFORET ET FILS	SQUARE HABITAT CENTRE OUEST
ORPI	AGENCE CHAPRAIS IMMOBILIER	CONCEPT MULTIMEDIA	FONCIA MARNE EUROPE	LAFORET FRANCHISE	SQUARE HABITAT NANTES
SOLVIMO IMMOBILIER	AGENCE	CONSEIL IMMO	FONCIA PIERRE GESTION	LE CITYLODGE DU CAMPUS	SQUARE HABITAT ORLEANS
SQUARE HABITAT	DE LA REPUBLIQUE	CONSEIL INVEST	FONCIA SOGI PELLETIER	LE JARRET	STE DUPLAIX IMMOBILIER
Les principales jeunes sociétés de l'immobilier en ligne citées dans l'étude	AGENCE DE LA RIVIERA	CONSULTANTS IMMOBILIER ASSOCIES	FONCIER EXPERTISE	LEADER DYNAMIQUE	VANDOME IMMOBILIER
APPART ET VOUS	AGENCE	CPH IMMOBILIER	FONCIERE	NOTORIETE IMMOBILIER	WELLER CENTRALE IMMOBILIERE
APPART-MAISON.FR	DE LA REPUBLIQUE	DAUGAN IMMOBILIER	DE LA PENINSULE	LES 3 B	
DRIMKI	AGENCE DU LAC		FORGEOT	LES CONSEILS IMMOBILIERS CENTURY 21	
IDEALEMENT.FR	AGENCE IMMOBILIERE DU NAU		G R IMMOBILIER	LES DEUX RIVES CONSEIL	
IMMO ONE	AGENCE LAGRUE SOGITRA		GIBOIRE ET FILS	LESESAME	
LE SITE IMMO			GT IMMOBILIER	LGI	
			GUY HOQUET L'IMMOBILIER	LOFT ONE	
			H B IMMOBILIER	LOTI IMMO	
			IM TRANSACTION		

BON DE COMMANDE

E-Réf : 0BAT32/SPE

à retourner ou à télécopier
 Xerfi – 13-15, rue de Calais – 75009 Paris
Fax : 01.42.81.42.14
 Téléphone : 01.53.21.81.51

La distribution immobilière face à Internet

Nouveaux enjeux et évolution des rapports de force concurrentiels

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

- | | | |
|--|---------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) : | 1 300 EUR HT | 1 371,50 TTC (TVA 5,5 %) |
| <input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) : (*) | 1 500 EUR HT | 1 794,00 TTC (TVA 19,6%) |
| <input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) (*) | 1 700 EUR HT | 2 033,20 TTC (TVA 19,6%) |

A renseigner (en majuscules) :

Société : _____	Fonction : _____
Nom & prénom : _____	
Adresse : _____	
Code postal : _____	Ville : _____
Téléphone : _____	Télécopie : _____
(*) E-Mail : _____	

*Tarifs valables jusqu'au 30/06/2011. Facture avec la livraison.
 En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.*

Date, Signature et Cachet :

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
 dès réception de l'étude et de la facture