

Un contrat avec l'agence : oui, mais lequel ?



La nouvelle tendance, c'est le « Multiple Listing Service », où votre agence collabore avec ses confrères. ■ D.R.

⊙ Quand on met un bien en vente ou en location, les premiers appels sont souvent ceux d'agences immobilières. Si 50% des propriétaires particuliers restent fermes sur le « agence s'abstenir », l'autre moitié d'entre eux y feront tôt ou tard appel. Dans ce cas, un contrat écrit est obligatoire, alors que signer ?

EXCLUSIF

Le contrat le plus plébiscité par les agences est le contrat exclusif. Seule l'agence signataire est autorisée à vendre le bien. Aucun autre agent ne peut le faire. Le propriétaire non plus. L'agence est ainsi généralement plus motivée car la probabilité de toucher sa commission en est très élevée.

EXCLUSIVITÉ D'AGENCE

Certains vendeurs veulent parfois se garder la possibilité de vendre leur maison eux-mêmes si une de leurs connaissances souhaite leur acheter.

Dans ce cas, il s'agit d'une exclusivité d'agence car une seule agence est admise pour vendre le bien, en sus du propriétaire. Ce contrat prévoit toutefois des honoraires minimum au profit de l'agence en cas de vente par les propriétaires.

NON-EXCLUSIVITÉ

Le contrat non-exclusif est celui de prédilection de nombreux propriétaires. Ils souhaitent souvent ainsi ne pas être liés à une seule agence et pensent aussi mo-

tiver les professionnels en les mettant en concurrence. Hélas pour eux, peu de professionnels sont réellement motivés sans assurance de toucher leurs honoraires.

MULTI-DIFFUSÉ

C'est la nouvelle tendance. Appelé « MLS » aux Etats-Unis, pour « Multiple Listing Service », apparu il y a peu chez nous, il s'agit d'une mission exclusive de vente pour laquelle l'agence collabore avec ses confrères. Le propriétaire n'a qu'un seul interlocuteur, l'agent avec qui il a signé ; mais son bien est diffusé dans toutes les agences qui collaborent et à leurs clients. Visibilité assurée. ■

EVELYNE GIELEN