

# La FNAIM se dote d'un Code d'Ethique et de Déontologie

## Le franchissement d'une étape

La FNAIM vient de voter le 12 décembre 2005 l'adoption d'un Code d'Ethique et de Déontologie.

C'est une décision majeure, qui marque le **franchissement d'une nouvelle étape** très importante dans l'action permanente de la FNAIM au service de la moralisation des professions immobilières.

## La démarche générale

**Les consommateurs sont, à juste titre, attachés au respect des principes de base de l'éthique et de la déontologie.** C'est un des éléments qui fondent leur confiance et ils sont de plus en plus exigeants dans ce domaine.

**C'est particulièrement vrai dans l'immobilier**, dont l'image dans le grand public est encore trop souvent brouillée, les professions mal comprises, parce que mal connues. Pourtant, la complexité croissante du secteur nécessite aujourd'hui un grand professionnalisme dans l'exercice des métiers, associé à des compétences juridiques, techniques et commerciales de plus en plus pointues.

**La Fédération a toujours fait en sorte de répondre de manière proactive et solidaire aux attentes des clients vis-à-vis des professions immobilières.**

Elle l'a fait dans le passé en contribuant à la mise en oeuvre des **Lois Hoguet et SRU**. Elle entend aujourd'hui mettre en place un Code d'Ethique et de Déontologie.

## Une concertation sans précédent

**Pour l'élaborer, la FNAIM a mené une démarche de concertation sans précédent dans l'histoire de la Fédération.**

**A trois niveaux :**

- **auprès de plusieurs panels de clients** des professionnels immobiliers : locataires, acheteurs, vendeurs, copropriétaires, investisseurs ;
- **auprès de ses 10 000 adhérents.** Tous les métiers, toutes les tailles d'entreprises ont été interrogés, à plusieurs reprises ;
- **auprès de l'Administration**, et plus particulièrement, le **Ministère de la Justice** et la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (**DGCCRF**) ont exprimé leur plein accord avec la démarche.

**Ils ont dit l'image de sérieux du Cube Jaune FNAIM.**

**Ils ont aussi exprimé leurs attentes** qui sont la contrepartie du crédit qu'ils accordent à la Fédération et à ses adhérents :

- **Des professionnels** au comportement irréprochable, à l'écoute attentive de leurs besoins, compétents et bien formés, transparents dans leur offre de services, donnant des informations régulières sur l'accomplissement de leur mandat, traitant les réclamations qui leur sont adressées ;
- **Une Fédération** garante de la qualité de ses adhérents.

## Le positionnement du Code

Cette concertation a abouti au choix d'un positionnement délibérément orienté vers les consommateurs.

**Le Code repose sur l'affirmation du professionnalisme des membres de la FNAIM et leur capacité d'en apporter la preuve aux clients en leur fournissant des repères concrets.**

En leur faisant mieux comprendre les métiers de l'immobilier en termes de compétences et de comportement, le Code va contribuer à mieux sécuriser les clients et devrait favoriser l'instauration d'une relation plus confiante, plus positive et plus durable.

## Le contenu du Code

Sur cette base, les **grands thèmes** abordés sont les suivants :

- Principes généraux
- Le parcours du nouvel adhérent
- L'exigence de compétence et de formation
- La transparence et l'engagement vis-à-vis des clients
- Les relations entre professionnels
- Le Comité d'Ethique et de Déontologie

### **Principes généraux**

*Ce préambule rappelle la nécessité du respect de la législation, et notamment de celle fondée sur des principes éthiques. En particulier, il réaffirme, à juste titre, le **respect du principe de non-discrimination**.*

Un accent particulier a été mis sur ce point. La Fédération a fait le choix de réaffirmer fortement la nécessité d'un strict respect de la loi. Dans ce cadre, la FNAIM a décidé d'accompagner la **HALDE** (Haute Autorité de Lutte contre les Discriminations et l'Exclusion), récemment créée, dans l'action qu'elle va mener. Une action pédagogique importante va être menée en direction de l'ensemble de ses adhérents.

### **Le parcours du nouvel adhérent**

La FNAIM entend vérifier pendant **une période probatoire** les compétences et les qualités morales des nouveaux adhérents.

### **L'exigence de compétence et de formation**

Parce que la formation professionnelle de ses adhérents est une préoccupation permanente de la FNAIM, elle impose des **minima annuels obligatoires** à ses adhérents et développe une offre très importante dans ce domaine, marquée notamment par l'ouverture de l'Ecole Supérieure de l'Immobilier (**ESI**).

Le Code réaffirme l'impératif de la formation continue des adhérents et de leurs collaborateurs.

### **La transparence et l'engagement vis-à-vis des clients**

A titre d'exemples :

- La nécessité d'une **information régulière et complète des clients** ;
- L'obligation pour chaque adhérent de disposer d'une **procédure formalisée de traitement des réclamations**.

## ***Les relations entre professionnels***

Le respect d'une **libre et saine concurrence entre les entreprises** adhérentes est rappelé.

## ***Le Comité d'Ethique et de Déontologie***

C'est l'instance qui va faire vivre le Code, veiller à sa bonne application, proposer les évolutions souhaitables.

**Sa composition est paritaire.** Il comprend cinq représentants de la FNAIM, dont un désigné par la Caisse de Garantie de la FNAIM et quatre personnalités qualifiées désignées par des organismes représentatifs (**ANIL représentée par le Collège des Consommateurs / Personnalités juridiques**).

## **La mise en œuvre du Code dans la durée**

***L'entrée en application du Code va s'appuyer sur un très important effort de pédagogie.***

En 2006, la FNAIM doit faire entrer dans la réalité le Code d'Ethique et de Déontologie.

Le Code engage dès le 1<sup>er</sup> janvier 2006 la FNAIM et l'ensemble de ses adhérents et de leurs collaborateurs.

Il n'en demeure pas moins qu'un **effort au long cours d'information et de formation** est nécessaire, pour qu'ils se l'approprient pleinement. Il s'agit de **toucher 10 500 entreprises et leurs 70 000 collaborateurs. Tout ne se fera pas en un an.**

**2006 sera l'année de la pédagogie** du Code et de son application.

**Les deux années suivantes devront consolider et renforcer les actions engagées** la première année.

Cette démarche sera notamment accompagnée par la diffusion de supports pédagogiques destinés aux professionnels et à leurs clients qui en renforceront le message.

Par ailleurs, un système de suivi de l'application du Code sur le terrain, fondé sur des critères objectifs, sera mis en œuvre, à l'issue de la phase initiale d'appropriation.

***Les manquements au Code pourront faire l'objet de sanctions.***

C'est une des conditions de la crédibilité du Code.

Dans de nombreux cas, la sanction viendra du client, qui fera le constat de l'écart entre le Code, dont il aura eu connaissance, et la pratique du professionnel.

**En cas de manquement au Code, des sanctions disciplinaires seront appliquées.** Elles seront mises en œuvre à l'automne 2006, lorsque l'appropriation du Code par les professionnels sera entrée dans les faits.