

PRATIQUES RH ET REMUNERATION DE LA FONCTION COMMERCIALE

Avril 2021

REMERCIEMENTS

APILOGIS
 SCIC ABRI FAMILIAL
 AIGUILLON RESIDENCES
 AIN HABITAT
 ANJOU ATLANTIQUE ACCESSION
 AXANIS
 AXEDIA
 BATIGERE MAISON FAMILIALE
 COOPERATIVE BOUCLE DE LA SEINE
 COOPERATIVE D'ACCESSION SOCIALE
 A LA PROPRIETE
 CIF GIE
 COOPALIS
 COOP HABITAT BOURGOGNE
 COOIMMO
 COOP LOGIS
 COPRONORD HABITAT
 DAUPHILOGIS
 DOMENDI
 ESCAUT HABITAT
 GIE ESPACIL ACCESSION
 GIE EXPANSIEL
 GIE GAMBETTA IMMOBILIER

GRAND DELTA HABITAT
 HABITAT DAUPHINOIS
 HABITAT DE L'ILL
 KEREDES GESTION IMMOBILIERE
 KEREDES PROMOTION IMMOBILIERE
 LE COL
 SCP LE NID
 LE TOIT GIRONDIN
 LOGEO PROMOTION
 LOGIPOSTEL
 LE LOGIS BRETON
 MARCOU HABITAT
 MESOLIA
 NOTRE COTTAGE ACCESSION
 LES TROIS ROCHES
 LA SAVOISIENNE HABITAT
 SEQENS ACCESSION
 SOCIETE POINTOISE D'HLM DE
 LA GUADELOUPE
 TOIT AUSSI
 COOPERATIVE VENDEENNE DU
 LOGEMENT

Etude menée en collaboration avec le Cabinet Côté RH,
représenté par deux consultantes :

Christine JAUFFRET

Céline RAINALDI-MOUTONNET

Avec l'appui technique de Jennifer WENDLING

www.coterh.fr



Un remerciement particulier aux professionnels du secteur qui ont pris part à l'élaboration de la présente étude :

FEDERATION DES OPH
 FEDERATION DES ESH
 LYON METROPOLE HABITAT
 NEOTOA
 DOMOFRANCE

3F
 PROCIVIS
 PROCIVIS LILLE
 FEDERATION DES PROMOTEURS IMMOBILIERS
 SYNDICAT NATIONAL DES PROMOTIONS
 IMMOBILIERES

SOMMAIRE

1. **Rappel du contexte et objectifs de l'intervention**
2. **Principes et Phases de l'intervention**
3. **Présentation du rapport d'analyse sur les aspects quantitatifs** (issus des questionnaires) et qualitatifs (issus des interviews) - **Conclusion** en termes de bonnes pratiques, au fil de l'eau
4. **En complément, interviews de professionnels du secteur** sur les pratiques en termes de rémunération
5. **Echange sur les pistes d'adaptation** envisagées par les adhérents

CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'INTERVENTION

La Fédération nationale des sociétés coopératives d'HLM a lancé une étude sur les pratiques RH et rémunération de la fonction commerciale :

L'objectif est d'avoir un état des lieux et une meilleure connaissance sur les pratiques RH des structures coopératives, notamment sur les métiers, les statuts, et sur la rémunération et accessoires de la fonction commerciale.

La fonction de commercial est l'une des fonctions les plus représentée au sein des coopératives d'HLM dont l'activité principale est l'accession sociale à la propriété.

Elle intervient dans un contexte de tension du marché de l'emploi, particulièrement vis-à-vis du secteur privé, avec un cadre conventionnel très libre sur la rémunération de cette fonction mais qui peut toutefois être plus ou moins attractif pour de jeunes professionnels.

Cette étude vient également répondre à la nécessité d'évaluer les spécificités de la fonction, en prévision du futur rapprochement avec la convention collective des OPH, pour qu'une négociation sereine puisse être abordée sur l'avenir de cette fonction.

Nos principes d'intervention :

- ⇒ une démarche en collaboration forte avec la Fédération à toutes les étapes clés de la mise en œuvre
- ⇒ Une démarche participative des adhérents dans le retour d'expérience
- ⇒ Une démarche interrogeant les pratiques d'autres employeurs



LES PHASES DE LA MISSION

Phase de calage

Décembre 2020

- **Définir le champ de l'étude** : la fonction de commercial
- **Valider la méthodologie de travail** : les phases du projet, le planning, le livrable
- **Valider l'échantillonnage d'adhérents à questionner** (quantitatif) / à interviewer (qualitatif) et **de professionnels à interviewer**
- **Affiner les données** à recueillir pour l'étude quantitative
- Prendre connaissance de la **documentation utile** (convention collective, précédents accords, comptes-rendus des réunions de négociation...)

Phase d'Etat des lieux

Janvier à mars 2021

- **Etat des lieux quantitatif**
 - **Questionnaire** auprès des 162 adhérents, pour recueillir des données sur :
 - La caractéristique des effectifs
 - La rémunération
 - La classification
 - Les avantages en nature
 - Le taux de turn-over

Questionnaire testé en amont avec quelques COOP
 - **Exploitation des questionnaires en retour**
 - 1ère analyse des résultats
 - Mise en forme des résultats (pour présentation en introduction des interviews)
 - Identification des 10 adhérents à interviewer sur le point qualitatif
- **Etat des lieux qualitatif** :
 - **Interview de 10 adhérents** : présentation de l'état des lieux quantitatif, évaluation des pratiques en termes de rémunération, des freins et opportunités, des évolutions pour l'avenir
 - **Analyse complémentaire**: interview de professionnels du secteur : les pratiques en termes de rémunération, les opportunités et freins de la convention collective, évolutions pour l'avenir

Phase de présentation du rapport d'analyse

Avril 2021

- **Réunion de travail**
 - Présentation du rapport d'analyse qualitative/quantitative
 - Les bonnes pratiques repérées
 - Les pistes d'adaptation du statut de Commercial
- **Réunion de restitution de l'étude réservée aux adhérents**

LE CHAMP DE L'ÉTUDE

L'étude est limitée à la fonction de commercial, à ses pratiques en matière de ressources humaines et à la rémunération associée

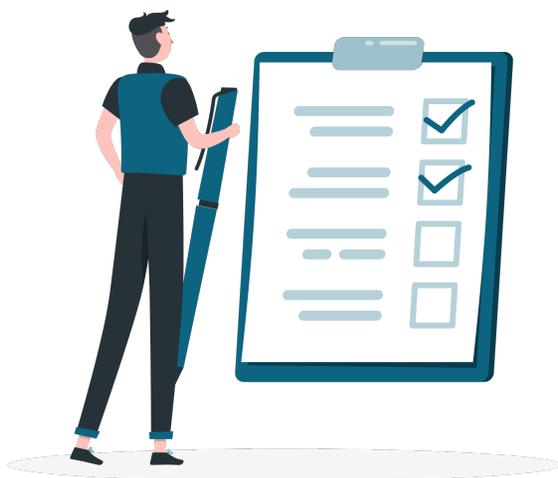
La fonction de Commercial est-elle la même pour tous les adhérents ?

Côté RH définit ainsi le métier de Conseiller Commercial dans ses études, dans lesquelles on retrouve des libellés emplois tels que : Attaché commercial, Chargé des ventes, Gestionnaire des ventes, Négociateur Commercial, ...

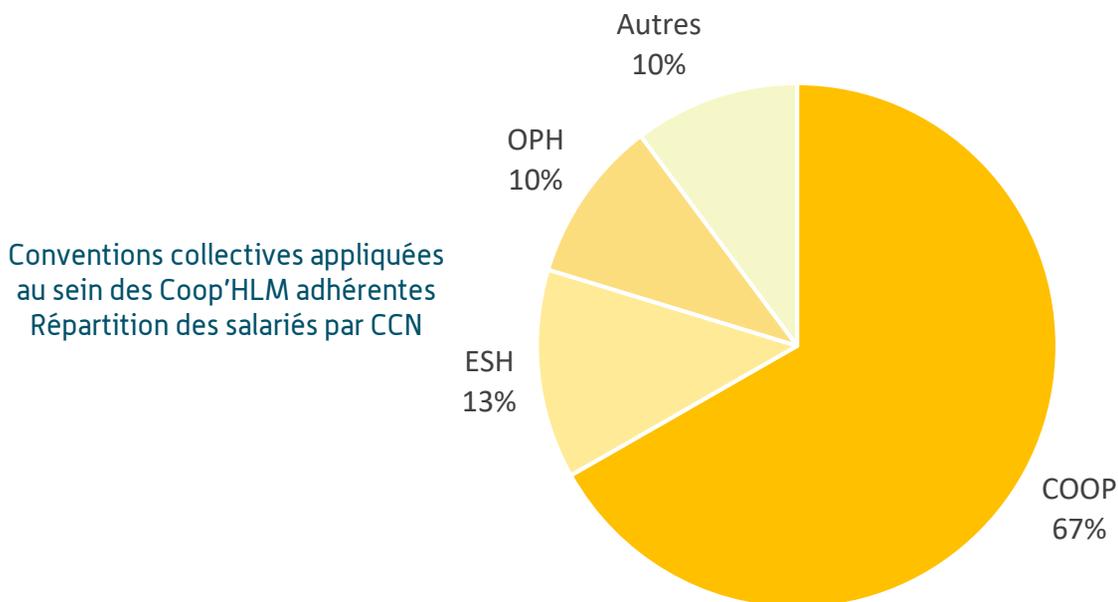
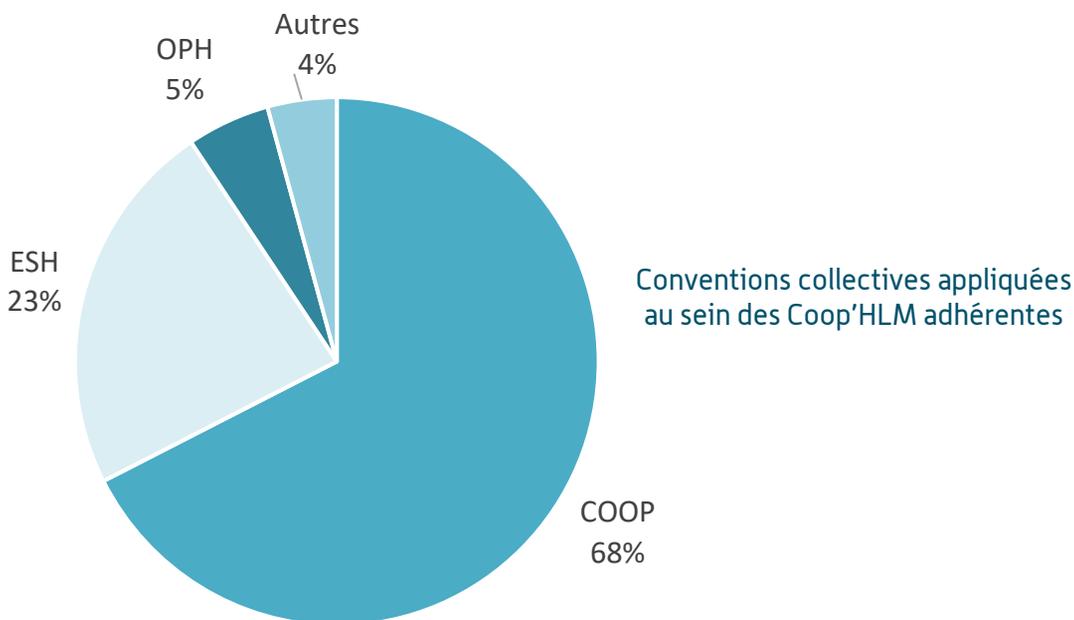
Profil récurrent

BAC + 2/3 immobilier, il vend les logements (en ancien, en neuf que ce soit en VEFA ou en PSLA ou autre dispositif) dans le respect de la réglementation juridique, administrative et fiscale, et en fonction des objectifs définis par l'organisme.

Il peut contribuer à la prospection foncière, accompagner l'acquéreur jusqu'à la signature définitive



CARACTERISTIQUES DES SOCIETES



Il est en effet constaté que plusieurs Coop n'appliquent pas la convention collective des Coop'HLM. Cela s'explique souvent par un rattachement de la Coop concernée à un groupe ou une UES, ce qui fait que la convention collective appliquée est celle du groupe ou de l'UES pour faciliter la gestion des salariés qui est commune.

SOMMAIRE DE L'ANALYSE QUANTITATIVE ET QUALITATIVE

- Données générales
- Caractéristiques des effectifs
- Les missions
- Les classifications
- Les salaires
- Les dispositifs de commissionnement
- Les avantages sociaux
- L'externalisation

QUESTIONNAIRE : LES RETOURS

Nb d'adhérents sollicités	162
Nb d'adhérents répondants <i>(soit un taux de réponse de 50%)</i>	81

4 commerciaux en moyenne par COOP interrogée, pour un CA moyen de 2,5 M€

L'étude a été adressée à tous les adhérents de la Fédération des Coop'HLM, dont une partie seulement dispose de salariés (112 coopératives en 2020). L'objectif était d'intégrer dans le cadre de l'étude les Coop'HLM ayant recours à l'externalisation (en majorité celles qui n'ont pas de salariés en propre) afin de mieux connaître leurs pratiques.

Sur les 81 structures répondantes, seuls les résultats de 42 Coopératives ont été intégrées au sein de l'étude, dont des groupes de sociétés (par ex. Gambetta, Expansiel Promotion...)



Sur les 42 COOP :

- **36 COOP** (86%) ont des salariés « commerciaux »
- Soit **149 salariés** « commerciaux »
 - Soit une moyenne de **4,1 commerciaux par Coop'HLM** (ayant des commerciaux)
 - Et un chiffre d'affaires « accession » moyen par commercial de 2,5 M€

En complément, des adhérents interviewés

Contenu de l'interview

- Présentation des éléments-clés de l'état des lieux quantitatif – partage de l'analyse de ces résultats
- Evaluation des pratiques en termes de rémunération :
 - application stricte de la CCN, application d'une autre CCN pour cet emploi spécifiquement (des VRP, par exemple), autres dispositifs internes
 - système de commissionnement (basé sur le CA, sur le nombre de logements vendus...)
- Identification des opportunités et freins
 - Du système de rémunération
 - du statut actuel de Commercial dans la CCN
- Réflexion sur les évolutions envisagées pour l'avenir

Les 9 adhérents interviewés

Adhérent	Contact
Habitat Dauphinois	Doriane FAURITE, Directrice des ressources humaines
Habitat de L'ill	Cécile ETIENNE, Gestionnaire RH
CIF GIE	Marie-Laure MOYON, Directrice des ressources humaines Véronique GILBERT, Assistante administration générale
Le Col	Sylvie VIGE, Responsable finances et gestion Edith GONZALEZ, Assistante ressources humaines
Keredes	Sophie BINARD, Responsable ressources humaines
Espacil Accession	Aurélie LECOMTE, Responsable ressources humaines
La Savoisième	Samuel RABILLARD, Directeur Général
Aiguillon Résidences	Hélène GODART, Chargée de mission RH
Arcade	Caroline PAUCHARD, Directrice commerciale

Caractéristiques des effectifs

*sur la base des répondants

	Nombre de matricules	% de la population totale	Nb de COOP répondantes
Ile de France	15	10%	5
Province	134	90%	33

90% des salariés sont basés en Province

Répartition géographique des COOP :

- **33 COOP** présentes en Province
 - **5 COOP** présentes en Ile de France
- (à noter que 2 Coop'HLM ont du personnel en Ile de France et en Province)

- Des salariés proches en âge et en ancienneté du logement social (43 ans et 8 ans d'ancienneté)
- Un métier majoritairement féminin
- Des salariés fidèles

	Etude Fédé des COOP 2020 population des commerciaux	Etude Côté RH 2020 population conseiller commercial	Rapport de branche des EsH [données 2019] Toute population	Rapport de branche des OPH [données 2019] Toute population
Age moyen	43 ans	43 ans	44 ans	46 ans
Ancienneté moyenne	8 ans	9 ans	10 ans	11 ans
% de femmes	63%	60%	58%	53%
Taux de départ *	12% [14% en 2019]	NC	9%	NC
Taux de travail moyen	96%	99%	85% de Temps Plein	90%

En comparaison avec les chiffres du secteur les caractéristiques sont très proches

*Taux de départs :

= Nb de sorties CDI sur la période / Effectif CDI présent le 31/12/N-1

Sur les caractéristiques des effectifs

De la fidélité, de la stabilité, un métier à dominance féminine



Peu de turn over, qui s'explique par :

- Des rémunérations de très bon niveau
- La vente en VEFA est facile, ce qui rend le poste confortable contrairement à la vente de maison individuelle
- Les produits sont faciles à vendre, les salariés ont de l'autonomie dans le poste
- Il y a très peu de turn-over, un bon climat social, des salariés attachés à leur région (région, qui plus est, favorise l'acquisition du logement)

Un métier à dominance féminine

- Les candidatures sont majoritairement féminines
- Les femmes sont sur-représentées au sein des fonctions commerciales des coopératives d'accession, ce qui correspond à la tendance générale du secteur
- Les femmes s'orientent davantage vers le secteur du logement social, peut être pour des considérations liées à la sécurité de l'emploi, qui est plus garantie au sein du secteur

Les libellés emplois

Le libellé conseiller commercial est le plus utilisé, il illustre bien les missions d'accompagnement de l'acquéreur



Conseiller vs vendeur

- Le libellé conseiller commercial est plus approprié aux missions proposées contrairement au vendeur : il faut se différencier de ce que font les promoteurs, il y a du conseil, de l'accompagnement. Les clients sont d'abord des locataires
- Cette notion de conseil, d'accompagnement est importante, alors que le terme « commercial » fait vendeur. Nos collaborateurs conseillent, accompagnent
- Ils ne sont pas là que pour vendre, ils sont là du début jusqu'à la fin.

libellé emplois	Nb de COOP	Nb de salariés
Conseiller commercial	9	29
Commercial	6	19
Attaché commercial	5	26
Chargé des ventes	4	8
Responsable commercial	4	6
Assistant commercial	4	5
Responsable des ventes	3	3
Négociateur immobilier	2	6
Chargé de commercialisation	2	4
Conseiller de ventes	1	16
Assistant technico-commerciale PSLA	1	3
Conseiller en habitat	1	3
Responsable clientèle accession	1	2
Animateur des ventes	1	1
Attaché commercial locative	1	1
Attaché marketing & commercial	1	1
Chargé action commerciale et communication en immobilier	1	1
Chargé de missions vente, syndic, publics spécifiques	1	1
Chargé des ventes junior	1	1
Conseiller commercial maisons individuelles	1	1
Conseiller transaction	1	1
Directeur commercial	1	1
Responsable accession-vente	1	1
Responsable commercial accession	1	1
Responsable d'agences immobilières	1	1
Responsable des ventes HLM et commerces	1	1
Responsable service maisons individuelles	1	1
Responsable ventes PSLA	1	1
Vendeur	1	1
Vendeur assistant communication	1	1

Les missions du commercial

A titre d'exemple, 2 fiches de poste communiquées par Coopimmo et les Trois Roches

Fiche emploi COMMERCIAL(E)

RAISON D'ÊTRE :
BAC -2/3 Immobilier, il vend les logements (en ancien, en neuf, en VEFA) dans le respect de la réglementation juridique, administrative et fiscale, et en fonction des objectifs définis par l'organisme. Il peut contribuer à la prospection foncière, accompagner l'acquéreur jusqu'à la signature définitive.

MISSIONS PRINCIPALES	MISSIONS SECONDAIRES
La phase de construction (programmes neufs)	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mener l'étude de marché sur la zone géographique, contribuer à l'évaluation des opportunités de construction ○ Participer avec le service MO à l'optimisation des plans présenté par l'architecte ○ Participer à l'établissement des prix de vente ○ Suivre l'avancement de l'opération en lien avec le service MO ○ Suivre les livraisons de bien neuf, les réserves ○ Constituer le dossier administratif et technique de proposition de mise en vente
La phase de prospection	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Déterminer le type de prospection à mener au regard du produit, le type de produit à proposer au regard de besoins clients et prospects ○ Créer et alimenter une base prospects, alimenter le CRM ○ Rechercher les prospects : organisation de la publicité, ciblage des supports, mailing et phoning ○ Conseiller le client dans sa recherche ○ Présélectionner les candidats : entretien d'analyse des besoins, de vérification du potentiel d'achat ○ Faire visiter le bien, prendre le mandat 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Suivre et analyser l'évolution du marché ○ Mettre en œuvre les démarches commerciales destinées à générer des contacts clients : prospection, argumentaires, annonces, affiches/panneaux, visites sur site, salons, mise à jour du site internet... ○ Elaborer les plaquettes commerciales, les supports publicitaires avec le service marketing ○ Développer et animer des réseaux pour conquérir de nouveaux clients, promouvoir les biens à commercialiser auprès des réseaux externes et internes (agences, antennes, siège)
La phase de vente	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Contrôler, préparer ou réaliser les opérations nécessaires à la réalisation de l'acte authentique par le Notaire ○ Conseiller l'acquéreur et l'accompagner dans le montage financier (demande de prêt-PSLA) en lien avec les banques ○ Accompagner l'acquéreur lors de la signature du compromis ○ Accompagner l'acquéreur lors de la remise des clés et de la signature de l'acte définitif 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Faire établir les diagnostics ○ Rédiger les documents relatifs à la vente (signature des contrats de réservation, promesse unilatérale ou compromis de vente, ...) ○ En neuf : accompagner l'acquéreur durant la phase travaux (visites de chantier, conseil et suivi des travaux modificatifs), jusqu'à la remise des clés (en VEFA), aux reprises après livraison, à la signature de la levée d'option d'achat (en PSLA)
La location, la copropriété	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Prendre en charge les dossiers de location sensibles, contingents prioritaires, de la CAL jusqu'à l'EdL d'entrée ○ Prendre en charge les dossiers de location de locaux commerciaux et locaux professionnels ○ Gérer les copropriétés

Des missions principales autour de la prospection et de la vente

Les Trois Roches
Groupe ActionLogement

SOCIÉTÉ LES TROIS ROCHES

RESPONSABLE DES VENTES HLM ET COMMERCES

Les définitions suivantes ne sont ni exhaustives, ni immuables. Elles peuvent être modifiées à tout moment en fonction des besoins de la Direction ou de l'entreprise.

MISSIONS

Le Responsable des Ventes HLM et Commerces :

- ✓ commercialise les logements locaux sociaux
- ✓ commercialise l'ensemble des locaux d'activité, commerces et bureaux
- ✓ participe à la mise en œuvre de la démarche qualité

RATTACHEMENT HIÉRARCHIQUE

- Le Responsable des Ventes HLM et Commerces est hiérarchiquement rattaché au Directeur Général de la Coopérative des Trois Roches

coopimmo
COOPÉRATIVE DES TROIS ROCHES

FICHE DE POSTE : Chargé(e) des ventes (H/F)

Mission :

Sous l'autorité du Directeur général, le chargé des ventes a pour mission d'assurer le bon déroulement de l'ensemble des démarches liées à la vente des logements construits par Coopimmo, en vue de garantir le chiffre d'affaire des opérations et d'assurer le volume et le rythme de commercialisation fixés dans les objectifs.

Le chargé des ventes intervient dès le développement des opérations pour valider les opportunités jusqu'aux transferts de propriété en PSLA (levée d'option) ou le paiement de l'intégralité du prix pour les logements vendus en VEFA.

Le chargé des ventes intervient également pour assurer les remises en vente en cas de non levée d'option en PSLA ou d'activation de la garantie de rachat.

Le poste s'articule autour de deux grandes missions : la commercialisation des logements et l'administration des ventes.

Le chargé des ventes travaille en binôme avec un assistant commercial

Principales tâches :

1. LA COMMERCIALISATION DES LOGEMENTS

Sur les missions



Des témoignages de Sociétés qui se centrent sur le cœur de métier de la vente

- Sur un profil commercial il faut rester centré sur la vente, l'objectif, la dynamique (le moteur pour un vendeur), avec un appui de collaborateurs sur le volet administration des ventes
- Les études de marché sont faites par le Responsable commercial, les contrats sont préparés par le juridique, les outils de la vente sont effectués par le Marketing avec le Responsable commercial, les travaux modificatifs par le technique. Les commerciaux sont donc sur le cœur de la vente. La présence sur différents territoires demande une homogénéisation des pratiques, qui passe par ce cœur de métier et permet de s'appuyer sur des « experts » qui ont une forte technicité sur le marketing, le technique, le juridique...

Des missions complètes, variées en amont et en aval de la vente mais aussi de l'autonomie, un accompagnement renforcé de l'acquéreur, la question de la solvabilité et de l'équilibre budgétaire de ce dernier rentre vite en ligne de compte avec un suivi des clients de A à Z

D'autres missions sont diversifiées



- *Les vendeurs accompagnent les ménages, travaillent en équipe projet avec la maîtrise d'ouvrage, ils valident les plans, et donne son avis dans la validation des projets*
- *Des missions très complètes et variées, de l'amont et beaucoup d'accompagnement, du juridique, du financier et aussi du technique*
- *Des missions complémentaires au-delà de la vente, des missions amont avec une intégration au projet, élaboration du plan de financement de l'acquéreur, accompagnement de l'acquéreur dans les plans, les choix*
- *Suivi des clients de A à Z : c'est le référent pour le client. De l'administration des ventes également : constitution des dossiers administratifs*
- *Le métier est très complet, les commerciaux sont associés en amont du programme*
- *Les vendeurs gèrent aussi l'administratif*
- *Nous ne vendons pas un produit mais un plan de financement, le vendeur commence par un rôle de banquier, il accompagne le ménage dans cette recherche d'équilibre budgétaire mais aussi un rôle d'accompagnement social de type ESF*
- *Avec la mise en place de la signature numérique moins de temps passé, ils sont plus des ambassadeurs, ils sont vraiment dans l'accompagnement des acquéreurs*

La formation requise et le profil

Dans la majeure partie des cas, un Bac +2 est demandé de type :

- BTS action commerciale, NRC
- BTS professions immobilières
- DUT techniques de commercialisation

Plus rarement :

- Licence professionnelle droit, économie et gestion
- Licence gestion patrimoniale

Une formation de type Bac+2 au recrutement mais aussi un savoir-être

Si pas de diplôme spécifique requis, il est demandé **une expérience en agence immobilière, en vente**

Le diplôme

- le Bac +2 plébiscité.
- Certains exigent un niveau Master, car il y a l'accompagnement au projet, la connaissance des plans de financement, le juridique, les produits de défiscalisation. D'autant que le marché de l'emploi est favorable, on trouve facilement des masters

Les qualités majeures ? un profil purement commercial ne fonctionnerait pas, il faut aussi :

- Empathie et auto-motivation
- Capacité d'adaptation, autonomie
- Expérience en vente, si possible immobilière
- Des notions juridiques - faculté de compréhension des montages juridiques spécifiques (PSLA, BRS...), des produits à la marge (par ex conditions de revente et successorales, ...)
- De la pédagogie pour expliquer au client les spécificités d'un montage.
- En accession sociale, une bonne compréhension des contraintes imposées au client (un cadre très précis), des accès aux crédits
- Idéalement, représenter les valeurs coopératives (humanité, transparence, utilité sociale)

La convention collective des COOP majoritairement appliquée

Un statut de vendeur (Hors classification) utilisé que pour 54% des salariés appliquant la convention COOP

La classification

La convention collective des Coop'HLM hors classification pour le personnel commercial composé d'un fixe égal au SMIC et de commissions

La majorité des adhérents appliquent la grille de classification de la CCN des COOP (68%)

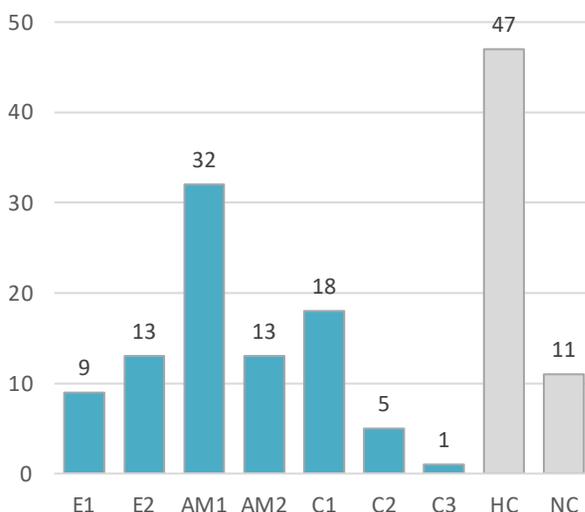
	% de Sociétés/CCN	% de salariés/CCN
COOP	68%	58%
ESH	20%	27%
OPH	5%	7%
NC	7%	7%

32% des salariés sont hors classification conformément à la convention COOP
Exemple de grille de correspondance pour analyser la dispersion des classifications lorsque l'emploi est classé : on constate **une forte dispersion, majoritairement en AM1** (benchmark Côté RH, même constat)

CSP	CCN des ESH	CCN des OPH	CCN Immobilier	CCN COOP	Classification commune
Cadre	G8	IV-2	C4	A9	C4
Cadre	G7	IV-1	C3	A8	C3
Cadre	G6	III-2	C2	A7	C2
Cadre	G5	III-1	C1	A6	C1
Agent de maîtrise	G4 - GS, CE	II-2	AM2	A5	AM2
Agent de maîtrise	G3 - GHQ, OHQ	II-1	AM1	A4	AM1
Employé	G2 - GQ, AQ, OQ2	I-2	E3	A3	E2
Employé	G1 - EE, OE, EQ, OQ1	I-1	E1 - E2	A1-A2	E1

Classification commune	Répartition en % des commerciaux
E1	6,0%
E2	8,7%
AM1	21,5%
AM2	8,7%
C1	12,1%
C2	3,4%
C3	0,7%
HC	31,5%
NC	7,4%
TOTAL	100,0%

Nombre de commerciaux par classification (COOP, ESH et OPH)



E = employé
AM = agent de maîtrise
C = cadre

HC = hors classification
NC = non classé

Sur la classification

Des pratiques très hétérogènes, des COOP qui appartiennent à des UES et qui appliquent la CCN de l'UES.
Le hors classification n'est pas toujours utilisé pour ne pas faire de différence avec les autres salariés



Certains ne classent pas, conformément à la convention collective COOP

- Ils sont en hors classification ça permet de les distinguer des salariés sans commission
- L'avantage du hors conventionnel : pas de niveau minimum à respecter, sachant qu'ils ont une rémunération variable. La contrainte : l'incompréhension des commerciaux par rapport aux autres salariés classés. Ils ont imaginé mettre les commerciaux en A4 pour les passer au forfait jours
- Opportunité de ne pas avoir à respecter un minima

D'autres utilisent la grille de classification par niveaux de la convention collective COOP

- Les commerciaux sont tous en A2, et non en hors classification par manque d'information. Volonté de faire correspondre la rémunération de base au minima du niveau. Sans cela, la Coop les aurait classé en niveau A4, voire A5
- Les commerciaux sont cadres, les missions et l'autonomie le justifient
- Le métier est très autonome et complexe, il a donc été classé dans la grille à niveaux de la convention COOP, par volonté de ne pas faire de différence avec les autres salariés
- À l'avenir, les commerciaux seront classés dans la grille à niveaux pour simplifier le traitement. Mais cela risque d'être un handicap au regard de la notion de salaire moyen de référence. Il y a très peu d'indications sur ce statut, de plus ils n'ont pas de retour d'expérience sur l'impact de la classification

D'autres encore utilisent la grille de classification des ESH

- La Coop'HLM étant en UES depuis 2016, elle applique la classification de la convention ESH
- Le choix de l'UES est que toutes les entreprises appliquent la même convention, donc celle des ESH
- Groupe de société dans laquelle la convention appliquée est celle des ESH avec une classification en niveau G2. A priori aucun changement prévu, le positionnement en G2 impose un minima « raisonnable » car très proche du SMIC

Pour beaucoup, le fait de dépendre d'un niveau de classification n'est pas important car les rémunérations sont au dessus des minimas

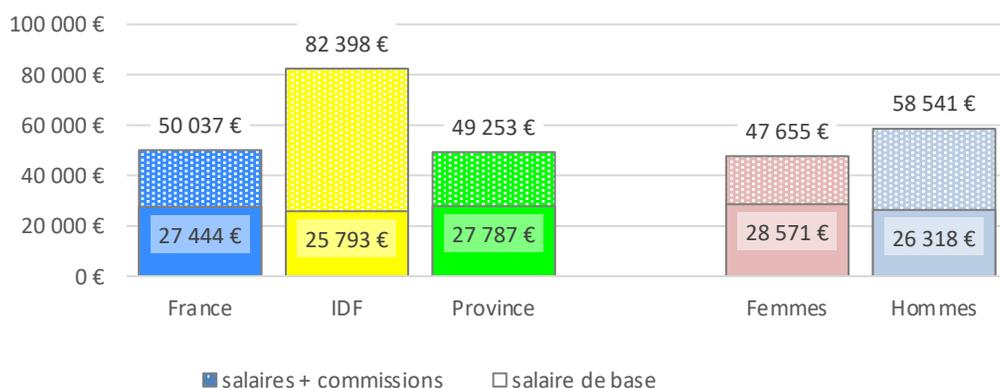


Les salaires

Des salaires plus importants que ceux pratiqués chez les bailleurs sociaux mais un fixe moindre. Dans l'immobilier privé, une grande dispersion des rémunérations
Ecart de salaire de -18% entre Femmes et Hommes

Catégories	Effectifs	Age	Ancienneté	Nombre de COOP
Ile-de-France	13	46	13,5	4
Province	134	43	7	33
Homme	55	43	8	22
Femme	92	44	8	33
France	147	43	8	35

Salaire médian de base* - Salaire médian et commissions* (€)



Les salaires par critères : **attention, en IdF, échantillon très réduit**

* Salaire brut annuel 2020 - incluant toutes primes fixes ou variables, hors commission sur vente hors avantage en nature, hors IJSS, hors intéressement

*Montant de la commission annuelle sur vente réellement perçue (ramenée en ETP pour les temps partiels)

	Etude Fédé des COOP 2020 population des commerciaux	Etude Côté RH 2020 population conseiller commercial	Etude Hays 2020 Commercial VEFA
Salaire annuel brut	50 KE avec variable 27 KE sans variable	38 KE avec variable 32 KE sans variable	18 à 100 KE avec variable -10% en Province

Sur les salaires



L'impact des contraintes conventionnelles :

- *Le salaire médian est important en raison du versement de la prime d'ancienneté et de l'arrivée de commerciaux suite à une mobilité interne qui ont conservés un maintien de salaire avec un fixe plus élevé*
- *A contrario, la convention collective de la promotion immobilière ne prévoit pas d'avantages tels que les primes de la convention coop. De plus, elles doivent être intégrées dans la rémunération de base donc occasionnent des coûts plus importants*

Des salaires mécaniquement impactés par l'ancienneté des salariés (prime d'ancienneté), par la gratification annuelle conventionnelle et par la politique de rémunération interne de l'entreprise

L'impact de la politique de rémunération de la société :

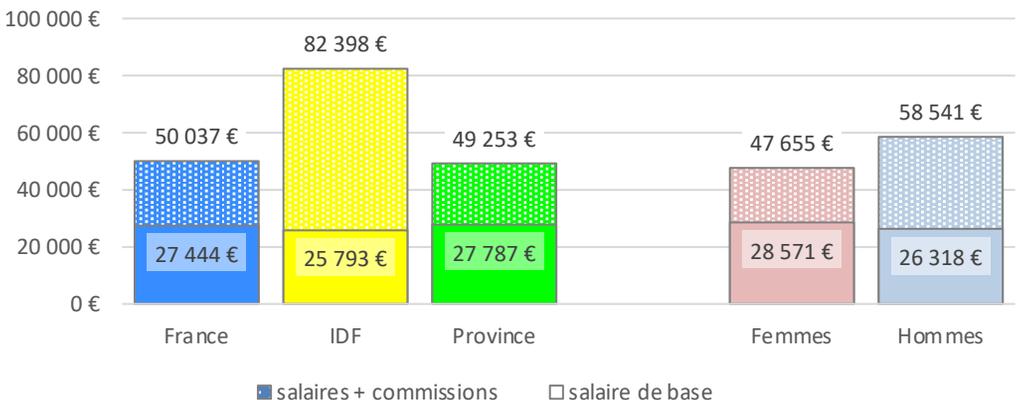
- *Tous les ans, les commissions sont réajustées par rapport à l'augmentation des salaires de la société (+1.2% d'Augmentation donne lieu à une augmentation équivalente du montant des commissions). Il n'y a pas d'augmentations individuelles pour les commerciaux*
- *Les avantages sociaux sont versés dans un souci d'équité à tous les salariés dont les commerciaux. Ils viennent en complément de la rémunération, surtout l'intéressement*

Les commissions

	Poids de la commission réelle / salaire total
France	45%
IDF	69%
Province	44%
Femmes	40%
Hommes	55%

Des commissions importantes qui représentent la moitié du salaire

Salaire médian de base* - Salaire médian et commissions* (€)



- En général, **les commissions représentent la moitié du salaire total** [Contrairement à l'étude de référence Côté RH : 15% du salaire total]

Sur les commissions

Les commissionnements peuvent être importants, il faut trouver le bon équilibre, un système de commissionnement compréhensible par tous, puisque ces salariés sont souvent exclus des augmentations individuelles

Pour la majorité, les commissions doivent faire la différence



- *Le poids du commissionnement est très important : 60%*
- *Poids de la commission = 54 % - Volonté de rémunérer la performance*
- *Un commissionnement important (40% voire 50%).*
- *En vente dans l'ancien, il faut avoir un salaire de base plus bas et des commissions plus importantes*
- *Un commercial doit avoir un système de commissionnement intéressant et motivant*
- *On est plus dans une perspective d'augmenter le commissionnement que le salaire de base*
- *Le délai d'encaissement est court car la mission est très centrée sur la vente (ce qui représente un avantage pour le nouvel entrant)*

Mais pour d'autres, le salaire de base haut est un avantage sur le marché de l'emploi

- *Le commissionnement est plus bas donc ça évite d'avoir de la vente de type « cavalier seul ». On privilégie un salaire de base plus élevé par rapport au commissionnement*
- *Poids de la commission = 20 %. Ce choix s'appuie sur la volonté de sécuriser dans une conjoncture immobilière cyclique, avec un salaire de base important, de montrer une preuve de confiance*
- *Le salaire de base est assez élevé, la commission ne fait pas le salaire - ce qui permet de fidéliser les collaborateurs*

Des systèmes de commissionnement qui doivent être compréhensibles :

- *Les commissions étaient assez complexes, depuis 2018 : simplification (suppression des bonus), un fixe assez faible, des variables sont versés à la réservation puis à la signature de l'acte authentique*
- *Pas de revendications des salariés pour augmenter le salaire de base, par contre le changement de système de commission a été long à négocier*

Le dispositif de commissionnement

Sur les 36 répondants ayant des salariés, 28 détaillent leurs dispositifs de commissionnement sur ventes : neuf, neuf en accession maîtrisée, VEFA, PSLA, BRS, logement ancien, terrain en lotissement, lots libres, ...

Quelques indicateurs majoritairement utilisés :

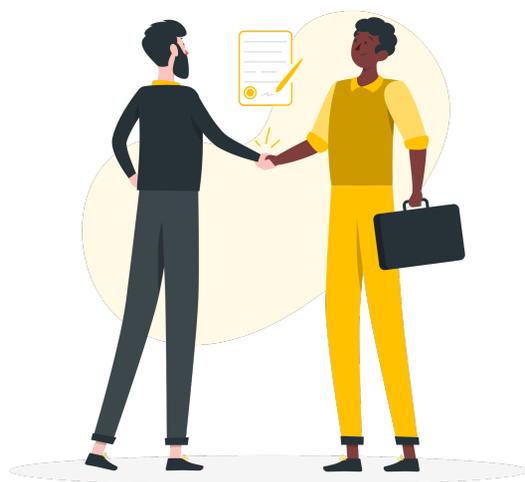
- les **indicateurs pratiqués**, du plus plébiscité au moins utilisé (détail ci-après)
 - Nombre de ventes (acte définitif)
 - Chiffre d'affaire
 - Nombre de réservations (VEFA et PSLA) ou de promesses de vente
 - Nombre de mandats (2 répondants seulement)
 - Nombre de livraisons réception en VEFA (1 répondant seulement)

- **Périodicité de fixation de l'objectif :**
 - Annuelle : 21/23 répondants
 - Mensuelle : 2/23 répondants

- **Périodicité de versement**
 - Mensuelle 26/28 répondants
 - Annuelle : 2/28 répondants

- **Plafond de commission :**
 - Pas de plafond : 15/20 répondants
 - Plafond : 5/20 répondants, moyenne 17 K€

Des indicateurs chiffrés,
des objectifs fixés
annuellement,
sans plafond,
un versement à M+1



Quelques exemples de dispositifs

- Les dispositifs sur objectif de **nombre de ventes** (10/26)

100 € par lot vendu sur le premier tiers - 150 € par lot sur le deuxième tiers et 200 € par lot sur le dernier tiers

Concerne 2 Sociétés :

Dès la 1^{ère} vente, forfait de 600 ou 1000 € selon le secteur du bien (attractif ou non) par vente réalisée (50% à la réservation, 50% à l'acte définitif).

Le forfait passe à 1500 ou 2000 € (selon le secteur) à partir de la 33^{ème} vente

Prime de 400€ par vente réalisée, dès la 1^{ère} vente, sans plafond (versement en une seule fois une fois l'acte définitif signé)

1% du montant TTC de la vente (50 % à la réservation) ensuite en fonction du contrat (si VEFA 50 % à l'ordre de service si PSLA 25% à l'OS et 25 % à la levée d'option à l'ordre de service car très peu d'abandon)

Prime en fonction des ventes, à la 26^{ème} vente prime supplémentaire de 2500€ et au-delà 800€ de plus par vente

Dès la première vente, 0,7% du prix de vente HT (50% à la signature de la réservation, 50% à la signature de l'acte authentique pour la location accession et la VEFA).

Une bonification de 0,5% peut être appliquée sur le prix de vente HT, à partir de l'atteinte d'un seuil de nombre de ventes, déterminé chaque année en fonction des objectifs fixés (hors terrain et secteur tendu)

300€ brut

De la 1^{ère} à la 5^{ème} vente 363€ - de la 5^{ème} à la 7^{ème} 500€ - de la 8^{ème} à la 15^{ème} 727 €....

150€ à chaque logement vendu (75€ à la signature du contrat de réservation et 75€ à la levée d'option constatée par acte notarié)

A chaque vente : forfait de 400€

- Le commissionnement sur **chiffre d'affaires** (8/26). *NB : pas d'objectifs, pas de paliers*

0,5% brut du prix de vente HT du logement, avec minimum 500€/vente (50% au contrat de réservation + 50% à l'acte de vente)

Commission brute de 0.5 % du prix de vente TTC de chaque logement et parcelle libre vendus (50 % à la signature du contrat de réservation ou du compromis de vente et 50 % à l'acte de vente)

0,6% à 0,8% du prix de vente (50% à la réservation, 50% à l'acte de vente)

1% du CA TTC

0,30% du CA TTC hors option (stationnement et autres - 40% au contrat de réservation et 60% à l'acte de vente)

0,2% du prix de vente TTC

de 100€ à 536€ par vente suivant type de bien et localisation (40% au contrat de réservation et 60% à l'acte de vente)

0,90% du prix de vente HT, versement à la signature du contrat de réservation

Quelques exemples de dispositifs

- Les dispositifs sur objectif de **nombre de réservations ou promesses de vente** (5/26)

- Plus de 201 réservations ou promesses de vente = 14.000 € brut
- Entre 191 et 200 = 12.000 € brut
- Entre 181 et 190 = 7.000 € brut
- Entre 171 et 180 = 4.000 € brut
- Moins de 170 = pas de commission

Prime mensuelle = 833 à 1 000 € si l'objectif mensuel est atteint (ex. paiement en Février si objectif de 3 contrats de réservation signés au 31 Janvier)

Challenge trimestriel avec versement de 1500 à 2500 € en fonction de l'atteinte des objectifs
0,6% du prix de vente par logement en accession intermédiaire, 0,4% du prix de vente par logement en accession aidée ou PSLA, 250€ de prime mensuelle forfaitaire sur la vente de terrain, 100€ sur les ventes annexes, 0,9% du CA du contrat de construction de maisons individuelles

100€ par contrat de réservation et par levée d'option 100 € avec prime booster trimestrielle

Pour chaque vente 45% à la signature du contrat de réservation et 55 % à la signature de l'acte définitif

Sur les dispositifs de commissionnement



Pas de plafond, des indicateurs à mixer et adapter

Des commissions non plafonnées :

- *Commission payée 100% à la réservation, il y a peu d'annulations – pas de plafonds*
- *Les objectifs suivent les plans de vente, on ne peut pas vendre plus qu'il n'y a à vendre !*

Des indicateurs à mixer et à adapter :

- *Les indicateurs sont fonction du produit et de la localisation*
- *Nombre de ventes mixé au CA (% du prix du logement), ce mécanisme fonctionne bien. Il peut aussi y avoir des primes sur challenges, sur des enjeux commerciaux ponctuels, ou des primes versées en une fois lors de l'entretien annuel*
- *Nouveau système mis en place, correspond à ce qui se fait sur le marché et remporte l'adhésion des commerciaux : un pourcentage du prix de vente, c'est plus équitable que de rémunérer uniquement le nombre de ventes*

Mais un écart par rapport au secteur privé :

- *Commission 250€ le lot (sur le marché, les commissions sont beaucoup plus importantes)*
- *En neuf, on est moins bien placés, on ne capte pas les bons profils*

Les dispositifs de commissionnement

25 COOP détaillent leurs dispositions

Le maintien de salaire + 1/12^e des commissions en cas de maladie

Pas ou peu d'impact sur les salaires lors des confinements => l'activité s'est poursuivie

- en cas d'arrêt maladie :
 - Essentiellement le maintien du variable selon les règles de la CCN
 - 4 Coop indiquent maintenir uniquement un salaire fixe sans variable ni les primes (liées à la rémunération variables, hors primes conventionnelles)
- lors du confinement, exemple de dispositions prises :
 - Pas de changement, maintien de l'activité
 - Adaptation des objectifs :
 - Remplacement de l'objectif quantitatif par 1 qualitatif
 - Commissionnement forfaitaire exceptionnel sur 1 mois
 - Objectifs diminués ou mis à 0
 - Chômage partiel
 - avec maintien du variable selon les règles de la CCN
 - Sans maintien du variable

Dispositions en cas d'arrêt maladie, confinement

Application de la CCN, pas de baisse d'activité ni de chômage partiel

En cas d'arrêt maladie, application de la CCN :

- Application de la CCN : salaire de base + 1/12^e des commissions
- Pas de perte de salaire
- Maintien de salaire après 1 an d'ancienneté
- Maintien du salaire + variable moyen, selon règles de la CCN
- Maintien du salaire + variable moyen, c'est une pratique d'entreprise



En cas de confinement, peu de recours au chômage partiel (sur la base des interviews) :

- Poursuite des ventes durant la pandémie
- Durant le 1^{er} confinement : maintien du salaire de base, dématérialisation du travail. Les salariés plus anciens disent que cela a été bénéfique : premiers rdv en visio, développement de maquettes virtuelles...
- Pas de mesures prises pour le confinement car l'activité fonctionne, le secteur n'est pas en berne. Les objectifs de l'année ont été tenus, pas de chantiers retardés, la demande sera toujours présente, l'accès au crédit va peut-être complexifier les choses.
- L'activité s'est poursuivie en visio, il n'y a pas eu de recours au chômage partiel
- Pas d'impact de la crise sanitaire sur la production et l'activité
- Au 1^{er} confinement, mise en place d'un objectif qualitatif
- Maintien du salaire et variable moyen, pas de chômage partiel (le groupe ne l'a pas permis), les salariés ont été équipés, l'activité n'a pas été impactée pendant le 1^{er} confinement. l'impact de la crise s'est surtout ressenti sur la capacité financière du client
- Chômage partiel avec maintien des commissions calculées selon le conventionnel, sur 3 semaines. Par la suite, l'activité a été maintenue avec un bon résultat en fin d'année, importance d'être bien chez soi, refuge de la pierre, plus de temps pour un projet...

Les avantages sociaux

Des avantages sociaux qui viennent compléter la rémunération et qui sont un atout au recrutement et pour la fidélisation.

Les avantages	Montant annuel moyen (participation employeur)	% de matricules concernés	% de sociétés concernées
Intéressement/participation	3 478 €	64%	78%
Véhicule de fonction	1 112 €	5%	22%
Tickets restaurant	1 097 €	50%	77%
Abondement PEE PERCO	1 258 €	42%	50%
Retraite surcomplémentaire	1 125 €	21%	44%
total	3 480€		

L'intéressement et les tickets restaurant sont majoritairement pratiqués

L'avantage véhicule de fonction est plus rare

Référence Côté RH (tickets restaurant + abondement PEE/PERCO + retraite surcomplémentaire) : 2 766 €

Les horaires, le forfait jour, le télétravail

• Le forfait jour

- est justifié par les déplacements, des horaires de travail élastiques,
- tous en forfait jours. Possibilité de travailler le samedi sur rdv. depuis le COVID les rdv sont souvent en visio

• Pas de forfait jour :

- Les heures éventuellement travaillées le samedi sont récupérées. Mais le public est captif les soirs de la semaine. Le régime horaire est une contrainte dans certains cas
- Sur les horaires, les salariés sont à 35h et ne travaillent pas le samedi

• Télétravail : 2 jours par semaine avec équipement personnel



Pas de véhicule de fonction

- les commerciaux ont leur propre voiture et ont des indemnités kilométriques, pas de demande de ce côté-ci
- ce sont des vendeurs « assis »
- Les vendeurs sont sédentaires

Les avantages sociaux autres (intéressement)

- Les avantages sociaux sont un argument important, une plus grande sécurité par rapport au secteur privé
- L'intéressement est importante surtout lorsque les fonds ont fructifiés. Tout le monde prend les tickets restaurant (dématérialisé), s'interroge sur l'abondement PEE PERCO
- L'intéressement est un point fort, sur lequel les résultats permettent toujours le maximum du versement depuis 10 ans (20% de la MS versée en 2 fois dont 50% fixe 50% proportionnel au salaire)

L'externalisation

L'externalisation reste à la marge et réservée aux ventes « compliquées »

11 Sociétés interrogées (31%) externalisent l'activité vente
Parmi celles-ci, 6 sociétés externalisent en partie seulement (55%)

Le taux de commissionnement varie entre 1,8% et 6% (quand le périmètre d'intervention est plus large de type accompagnement complet il peut monter à 10%) pour un coût moyen de commissionnement de 4 200 €

Parmi les COOP interrogées 2 ont recours à des agents commerciaux

L'externalisation est très peu utilisée



- *L'externalisation a été testée pour commercialiser des queues de programme ou des secteurs géographiques plus complexes. Le résultat est moins satisfaisant, les vendeurs « extérieurs » n'ont pas l'ADN et l'histoire de la société*
- *Cela n'entre pas dans l'esprit de l'habitat participatif. On pourrait plus facilement externaliser la vente de commerces ou de bureaux car il n'y a pas d'enjeu social*
- *Il peut arriver, pour quelques programmes, de confier les ventes à des prescripteurs mais cela est toujours encadré par les salariés commerciaux pour conserver la maîtrise de la vente*
- *L'externalisation a été envisagé mais pas mise en œuvre. Peut être remis en question en fonction de l'évolution de la stratégie*
- *Il y a recours à l'externalisation quand cela est nécessaire auprès d'une agence immobilière*
- *Ce n'est pas la tendance, l'accompagnement n'est pas le même*
- *Très rarement utilisé, seulement quand il y a des difficultés pour pré-commercialiser en neuf*
- *Par le passé, la Société a externalisé, est revenue sur de l'internalisation, car cela permet de véhiculer les valeurs COOP auprès de la clientèle. Le client devient coopérateur, il adhère aux valeurs sociales*
- *Pas d'externalisation : C'est une volonté de vendre son propre produit, un produit spécifique qui nécessite un accompagnement rapproché d'acquéreurs fragiles. Cela garantit les signatures définitives*

Lorsque la Société n'externalise pas, c'est qu'elle veut proposer un accompagnement complet qu'une agence immobilière ne ferait pas

Les attentes vis-à-vis de la Fédération des Coop'HLM

Une Convention collective peu connue, un besoin d'informations sur les pratiques et de marge manœuvre

Plus d'informations sur les pratiques et une précision des dispositions conventionnelles



- *Convention collective méconnue*
 - *Majoritairement les salariés sont cadres donc la CCN n'est pas adaptée*
 - *Inadéquation entre la classification et les responsabilités du poste, n'arrivent pas à mettre un emploi en A3 du fait des critères classants*
 - *Dans l'idéal, il faudrait une classification un peu moins stricte sur les critères classants (cf l'exemple du jeune qui débute, les minimas sont très favorables pour les débutants), on recrute souvent à un niveau master et on ne peut pas classer à moins de A3*
- *Il faut plus de clarté sur le statut du commercial : des dispositions plus claires dans la rédaction (pas de précision sur la catégorie socio-professionnelle, plus de précision sur le calcul des primes conventionnelles par ex). Il est demandé de mieux définir le périmètre du statut avec les règles détaillées notamment sur les règles en cas d'arrêt maladie, le calcul de la gratification annuelle conventionnelle et de prévoir éventuellement un statut spécifique mieux défini. Paradoxalement, il faudrait laisser de la latitude aux Coop'HLM pour qu'elles soient en mesure de prendre des décisions au niveau local et d'être assez libre dans la prise de décision en fonction des enjeux spécifiques de chaque Coop'HLM*
- *Il y a un besoin de partage et de retour d'expérience pour mieux appréhender les pratiques du secteur*

Les attentes : conserver une large marge de manœuvre, limiter les contraintes en matière de rémunération

- *La force de la CCN : la liberté de déterminer la rémunération par chaque coopérative (permettant une cohérence interne), tout en donnant un cadre protecteur et cohérent dans le secteur (en conservant une certaine vigilance sur la cohérence inter-métiers)*
- *La convention collective est nationale, elle doit pouvoir répondre à toutes les coopératives. Il faut donc de la flexibilité dans son application*
- *Important de conserver de la souplesse, ne pas avoir d'obligations trop fortes, de façon à ce que chaque adhérent puisse s'adapter à sa spécificité régionale*
- *La prime d'ancienneté est un engagement, peut-être un peu contraignant*

Une autre attente : développer de nouvelles offres de formation et diversifier les offres existantes

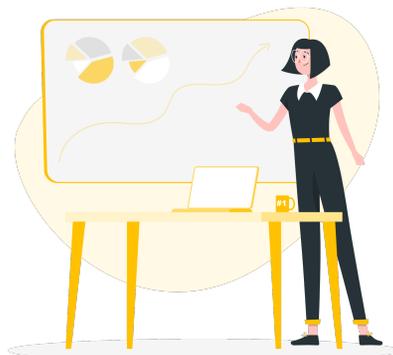


- *Les formations proposées concernent plus la vente dans le neuf. Les vendeurs sont très demandeurs de formation concernant la vente dans l'ancien (approche commerciale adaptée à l'ancien, la clientèle et le produit sont spécifiques), ils ont besoin d'être aidés. Il est demandé que la Fédération propose des formations sur le sujet*
- *La Fédération propose des formations riches, mais il faudrait faire plus souvent des petits rendez-vous de type Webinar, d'actualisation de connaissances, de dispositifs, à véhiculer plus facilement envers le client*
- *Il est important de partager et aussi d'anticiper sur les thématiques de demain : par ex sur les BRS. Le dispositif est sorti début 2019, mais les 1ères formations sont sorties plus tardivement*

Des attentes sur la formation et un attachement au statut de COOP

Et, en conclusion :

- *Il faut faire attention à ce statut de vendeur, il faut en tenir compte. En comparaison avec les OPH la commercialisation n'est pas la même. Il s'agit d'une vente avec un accompagnement social*
- *Ce qui fait la force des COOP, c'est la Fédération, qui fédère et partage les cumuls d'expériences, fédère des petites structures. C'est aussi une présence de plus grande proximité auprès des organismes*
- *Nous sommes une COOP qui applique la CCN des ESH mais qui avons une culture cooperative très marquée*



Les professionnels interviewés

Contenu de l'interview :

- Analyse complémentaire du marché de l'emploi de négociateur Immobilier, par le biais d'interviews auprès de professionnels ou d'experts de conventions collectives proches, selon le panel défini en réunion de calage, visant à recueillir :
 - Les pratiques en termes de rémunération et de commissionnement
 - Les opportunités et freins de la convention appliquée
 - Les évolutions envisagées

Professionnels	Contact
Fédération des OPH	Monsieur Willy GIRARD, Directeur du Pôle ressources humaines
Lyon Métropole Habitat	Monsieur Sebastien MORELS, Chef de projet
Neotoa	Madame Solène LEPRETRE, Chargée pilotage social
Fédération des ESH	Monsieur Julien MESTRE, Directeur des relations sociales et de la formation
Domofrance	Madame Lea BISGAMBIGLIA, Gestionnaire ressources humaines
3F	Monsieur Romain STERN, Directeur de l'accession
Maisons et cités	Madame Sophie DEGARDIN, Directrice des ressources humaines
PROCIVIS	Monsieur Franck PETIT, Directeur de l'habitat neuf
PROCIVIS Lille	Madame Johann FRANCHI, Directeur Général
Fédération des Promoteurs immobiliers	Madame Emmanuelle REY, Responsable du Dialogue social et du développement RH
Syndical National des Professions Immobilières	Monsieur Pascal SIMONS, Juriste

Les pratiques en termes de rémunération et de commissionnement : le comparatif

	Cas particulier	Rémunération	Classification	Horaires	Evolutions envisagées
CCN des OPH	Pas de statut particulier	Application de la grille des minimas conventionnels	Les critères classants permettent de classer tous les emplois y compris ceux de vendeur	-	Le principe est de renvoyer à la négociation locale le système de commissionnement. De la même façon tous les accessoires de rémunération sont laissés à la main des entreprises
CCN des ESH	Pas de statut particulier	Une disposition particulière pour rémunérer les salariés touchant des commissions : 80% du minimum de leur classification sur le fixe tout en garantissant 100% du minimum de la catégorie quand on rajoute les commissions	Les critères classants permettent de classer tous les emplois y compris ceux de vendeur	-	Des effectifs en croissance dans les années à venir
CCN de la Promotion immobilière	Possibilité de rompre le contrat des vendeurs à la fin de la commercialisation d'un programme	Principalement rémunéré à la commission. Possibilité de rémunérer en avance sur commission	Souvent non cadres	-	Le système se veut extrêmement souple et c'est ce que veulent les employeurs. C'est le marché du travail qui régule le système, celui qui veut des bons commerciaux doit mettre en place sa propre politique de rémunération
CCN de l'Immobilier (SNPI)	Statut salarié ou agent commercial.	Négociateur VRP : salaire brut en dessous du SMIC (moins de charges patronales) Les commissionnements sont libres	Hors classification	Pour les salariés : 35 heures ou Négociateur VRP (pas de temps de travail décompté)	Baucoup de souplesse pour la fonction de commercial

Les pratiques en termes de rémunération et de commissionnement

Des illustrations issues des OPH interrogés



- Les commerciaux sont classés dans le 1er niveau de cadre
- Le salaire de base est important. C'est un atout au recrutement pour attirer et fidéliser.
- Pas de véhicule de fonction.
- Ce sont des vendeurs assis basés au siège
- Les horaires se font dans la semaine cela ressemble plus à de l'administration des ventes, même le passage au forfait jours est en projet (reconnaissance du statut cadre)
- La rémunération variable est adossée à un système d'objectifs avec déclenchement de primes progressives
- La prime est collective pour favoriser la performance collective
- Le commissionnement est déclenché dès la première vente, ce sont des primes versées mensuellement
- Pour attirer il faut mettre en avant le montant du fixe, les avantages sociaux dont l'intéressement et les "horaires de bureau" il y a ainsi peu de turn over.
- La promotion interne fonctionne bien avec des assistants qui souhaitent évoluer
- Ce sont souvent des femmes qui occupent ces fonctions



Des illustrations issues des ESH interrogées

- Les commerciaux perçoivent du variable à partir de la 1^{ère} vente
- Le salaire fixe est important et le variable n'est pas suffisamment significatif
- Les objectifs fixés sont facilement atteignables
- De la fidélité, peu de turn over
- Ils sont au forfait jours et ont les mêmes avantages que les autres salariés
- Les salariés sont au régime horaire, ce qui ne permet pas de souplesse, il faudrait les passer au forfait jours
- Ce n'est pas un poste qui attire les candidatures en interne car ils se déplacent sur tout le territoire, et ce n'est pas dans la culture du logement social de vendre
- Les commerciaux peuvent être cadres
- Le fixe est sécurisant et attire les candidats, il faut trouver un bon équilibre avec la part variable pour qu'elle soit motivante
- Il y a peu de déplacements, phénomène de numérisation et de digitalisation accentué par la pandémie. Ce n'est pas le même métier que dans le privé, on accompagne des primo accédants qui ont des difficultés à accéder à la propriété
- Dans les missions il y a un rôle d'accompagnement fort notamment dans le financement du projet, l'orientation vers les partenariats bancaires
- Les salariés ne bénéficient pas d'augmentations individuelles dans l'entreprise



Des illustrations issues de structures adhérentes à la FPI

- *Le système de rémunération est à la main de chaque société, certaines pratiquent des fixes plus ou moins importants, des avantages en nature type véhicule, des primes immédiates*
- *Le travail se poursuit aussi le samedi (notamment pour les bulles de vente)*
- *Les connaissances doivent inclure aussi des notions en droit et finances, le profil est plus pointu qu'en agence immobilière*
- *Le métier est différent de celui des bailleurs qui s'apparente à de la vente assise, de l'administration des ventes*
- *Il faut que la rémunération soit composée de plus de variable que de fixe pour attirer les bons commerciaux*
- *Des difficultés à attirer des jeunes qui préfèrent la rémunération immédiate, le confort*

