

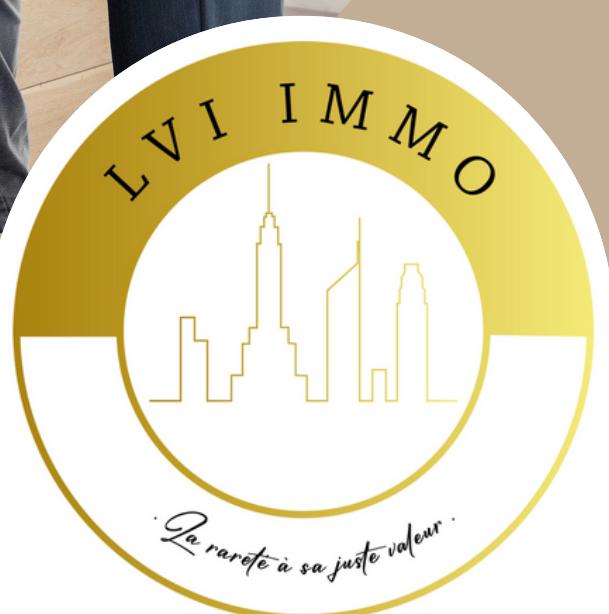
**SOLBEZ
ALISSIA**



**UNIVERSITÉ DE
MONTPELLIER**

**BUT 1ÈRE
ANNÉE
TECHNIQUES DE
COMMERCIALISATION**

GROUPE C



RAPPORT DE STAGE

Maitre de stage :
Kevin Cros co
fondateur de LVI
Immo

Date :
Du 9 décembre au 20
décembre

Lieu du stage :
LVI Immo
Montpellier

SOMMAIRE

I. Introduction

1. Condition du stage
2. Présentation de l'entreprise
3. Planning et taches effectuées

II. Démarche d'analyse

1. Comparaison entre théorie et pratique
2. Compétences développées au cours du stage
3. Description et analyse des taches accomplis

III. Bilan

1. Conclusion
2. Perspective d'avenir
3. Remerciements

IV. Annexe

1. Photos des biens
2. Photos retouchées
3. Plaquette commerciale LVI Immo
4. Diagnostic immobilier



I. INTRODUCTION

Conditions du stage

J'ai eu l'opportunité d'effectuer mon stage au sein de l'agence LVI Immo, grâce à une recommandation d'une connaissance personnelle. Ce choix a attiré mon attention en raison de l'approche innovante de cette entreprise sur le marché immobilier. En adoptant un modèle de vente interactive, LVI Immo se positionne comme un acteur pionnier, capable de transformer les pratiques traditionnelles du secteur. Mon objectif principal était d'explorer cette méthodologie novatrice tout en développant mes compétences professionnelles dans un environnement à la fois dynamique et stimulant.

Présentation de l'entreprise

LVI Immo est une start-up créée en septembre 2024 par trois passionnés d'immobilier : Manon, Kevin Cros, et Emmanuel Clément. Leur ambition commune est de révolutionner les transactions immobilières en associant innovation technologique et transparence dans leurs pratiques (voir la plaquette commerciale de LVI immo en annexe).

L'agence se spécialise dans la commercialisation de biens immobiliers grâce à un modèle de vente interactive. Inspiré des enchères, ce système combine la compétitivité des appels d'offres à la flexibilité des ventes traditionnelles, tout en garantissant un processus clair et équitable pour les clients.

L'organisation interne repose sur trois pôles principaux. Le pôle Commercial qui s'occupe de la gestion des clients, des négociations et des ventes. Le pôle Marketing responsable de la communication et de la visibilité de l'agence sur différents supports, notamment les réseaux sociaux. Et enfin, le pôle Support technique prenant en charge les opérations telles que les diagnostics immobiliers et la gestion des outils numériques.

LVI Immo s'adresse principalement aux propriétaires et acheteurs de biens résidentiels, avec une expertise particulière dans les biens rares ou de prestige. L'entreprise se distingue par sa capacité à proposer une estimation précise et une vente rapide. Ses principaux objectifs sont d'accélérer les transactions immobilières en réduisant les délais de vente tout en assurant un prix optimal pour les clients, et de renforcer la transparence dans les processus, afin d'instaurer une confiance durable avec la clientèle.

L'agence évolue dans un environnement fortement concurrentiel, marqué par la présence d'agences immobilières traditionnelles et de plateformes en ligne telles que SeLoger ou Leboncoin. Toutefois, grâce à son approche innovante, elle parvient à se démarquer en proposant une alternative moderne, parfaitement adaptée aux besoins actuels du marché.

Planning et tâches effectuées

Durant ce stage d'observation, qui s'est déroulé du lundi au vendredi de 10h à 17h, j'ai eu l'opportunité de m'intégrer dans le fonctionnement quotidien de l'agence LVI Immo, une start-up dynamique et innovante spécialisée dans le secteur immobilier. Cette expérience m'a permis d'observer les différentes missions réalisées par les collaborateurs et de comprendre les mécanismes internes d'une agence qui adopte des méthodes modernes pour se démarquer sur le marché.



I. INTRODUCTION

Planning et tâches effectuées

J'ai tout d'abord pu suivre de près l'accompagnement des clients lors des visites immobilières. Cela m'a permis de comprendre toutes les étapes nécessaires à la préparation de ces rencontres, depuis la prise de rendez-vous avec les clients jusqu'à la présentation des biens sur place.

J'ai observé comment les agents s'assuraient de répondre aux besoins des visiteurs tout en valorisant les atouts des propriétés. Cette immersion m'a montré l'importance de l'écoute active, de la communication claire et de la présentation soignée pour satisfaire les attentes des clients potentiels.

J'ai également découvert la gestion des annonces immobilières, une tâche cruciale pour la visibilité des biens sur le marché. J'ai pu observer les différentes étapes de ce processus, notamment la rédaction des descriptions, qui doivent être précises et attrayantes pour capter l'attention des acheteurs. J'ai assisté à la mise en ligne des biens sur des plateformes spécialisées comme LeBonCoin, SeLoger ou encore 36h Immo et j'ai eu l'occasion de participer à la prise des photos avec le logiciel Nodalview et à la retouche des photos pour les rendre plus attractives (voir les photos retouchées en annexe) avec le logiciel Gepetto. Cette étape m'a permis de mettre à profit mes compétences digitales, ce qui a ajouté une dimension pratique à mon observation. De plus j'ai pu observer la prise de photo grâce au logiciel

En ce qui concerne la stratégie de communication, j'ai pu assister à l'élaboration de contenus destinés aux réseaux sociaux comme FaceBook ou Instagram, un levier essentiel pour accroître la visibilité de l'agence. J'ai observé comment les publications étaient conçues, planifiées et animées afin de maintenir un engagement régulier avec la communauté en ligne. J'ai également eu l'opportunité de participer à la création et à la mise en forme de flyers promotionnels d'un appartement en vente en utilisant l'application Canva Pro, puis leur distribution dans les boîtes aux lettres des propriétaires concernés (sauf contre indication « aucune pub » apparente sur les boîtes aux lettres et en précisant sur le flyer « ne pas jeter sur la voie publique), une expérience qui m'a permis de comprendre l'importance d'un support visuel de qualité pour capter l'intérêt des clients et renforcer l'image de marque de l'agence.

Par ailleurs, j'ai suivi les échanges entre l'agence et les prestataires pour l'organisation des diagnostics immobiliers (voir un exemple de diagnostic immobilier en annexe), une étape incontournable avant la mise en vente des biens. J'ai ainsi compris l'importance de ces diagnostics, qui garantissent la transparence et la conformité des biens proposés aux acheteurs.

J'ai également eu l'opportunité d'observer le processus d'estimation immobilière à l'aide du logiciel Pricehubble, une étape cruciale dans le domaine de l'immobilier. Cela m'a permis de mieux comprendre les critères pris en compte, tels que l'emplacement, l'état général du bien, les tendances du marché local, ainsi que les attentes des clients.

Lors de l'entrée de nouveaux mandats, j'ai pu observer le travail de négociation mené avec les propriétaires pour obtenir des exclusivités, un élément stratégique pour l'agence afin de se démarquer sur le marché. J'ai suivi les discussions avec les propriétaires, qui nécessitent des compétences en communication, en persuasion et en diplomatie pour aboutir à un accord satisfaisant pour toutes les parties.

De plus, j'ai eu l'opportunité d'observer l'élaboration d'une liste de biens meublés, une étape technique et essentielle dans le cadre d'une transaction immobilière. Ce processus consiste à inventorier et évaluer précisément la valeur des meubles et équipements présents dans le bien.



I. INTRODUCTION

Planning et tâches effectuées

L'objectif est de soustraire cette valeur au prix global de vente du bien immobilier, afin de réduire le montant soumis aux taxes notariales, ces dernières ne s'appliquant qu'à la partie immobilière.

Enfin, j'ai assisté à la préparation des dossiers destinés aux vendeurs. Cela comprenait la sélection et la retouche des photos, la rédaction des descriptions détaillées des biens, l'organisation des plannings de visites et la diffusion des annonces sur divers supports. J'ai ainsi pris conscience du soin et de l'organisation nécessaires pour proposer des dossiers complets et professionnels, capables de convaincre les acheteurs potentiels.

II. DÉMARCHE D'ANALYSE

Comparaison entre théorie et pratique

Mon stage d'observation au sein de l'agence LVI Immo a représenté une opportunité concrète de confronter les notions théoriques étudiées en BUT Techniques de Commercialisation avec la réalité du terrain. J'ai pu observer en détail les différentes étapes du processus de vente, de la phase de contact à la conclusion, et analyser comment ces concepts sont appliqués dans le quotidien d'une agence immobilière innovante.

En théorie, la phase de contact repose sur trois éléments essentiels : s'assurer d'être en relation avec la bonne personne, se présenter de manière claire et professionnelle, et adopter une posture confiante.

Dans la pratique, j'ai constaté que ces principes étaient rigoureusement respectés par les professionnels. Lors des visites immobilières, les agents prenaient soin de vérifier l'identité et les besoins des clients dès le début, puis se présentaient avec une attitude à la fois professionnelle et accueillante. Cependant, j'ai également observé un aspect supplémentaire non négligeable : l'importance de créer une première impression positive. Les agents adoptaient une attitude chaleureuse et bienveillante, combinant écoute active, sourire sincère et langage corporel ouvert. Cette approche permettait d'établir un climat de confiance dès les premiers échanges, facilitant ainsi la suite de la relation commerciale.

La phase de découverte des besoins, en théorie, vise à identifier les attentes techniques, financières et en services des clients grâce à l'utilisation de questions ouvertes. Cette étape est essentielle pour collecter des informations précises et proposer une offre adaptée.

Durant mon stage, j'ai observé l'application rigoureuse de la méthode FOCA (Formuler, Orienter, Clôturer, Appuyer), comme nous l'avons étudiée en cours. Les agents utilisaient des questions ciblées pour cerner les attentes des clients. Par exemple, ils cherchaient à déterminer si un acheteur privilégiait un budget précis, des critères techniques comme la localisation, la surface, ou des prestations spécifiques telles qu'une rénovation récente. Cette méthodologie structurée leur permettait de proposer des solutions en parfaite adéquation avec les besoins exprimés.

En cours, lors de la phase d'argumentation, nous apprenons à développer un discours structuré en utilisant la méthode CAP (Caractéristique, Avantage, Preuve). L'objectif est de valoriser un produit ou un service en traduisant ses caractéristiques en bénéfices concrets pour le client.

II. DÉMARCHE D'ANALYSE



Comparaison entre théorie et pratique

Sur le terrain, j'ai pu observer cette méthode mise en pratique avec beaucoup d'efficacité. Les agents immobiliers mettaient systématiquement en avant les atouts des biens : par exemple, une localisation centrale, une luminosité exceptionnelle ou encore une récente rénovation. Ils prenaient soin de traduire ces éléments en avantages concrets pour les clients, en expliquant comment ces caractéristiques pouvaient améliorer leur quotidien ou répondre à leurs besoins spécifiques. Pour appuyer leurs arguments, ils s'appuyaient sur des preuves tangibles, telles que des photos professionnelles, des diagnostics techniques ou encore des témoignages d'anciens clients satisfaits.

La conclusion d'une vente, en théorie, repose sur la capacité à répondre aux objections des clients et à parvenir à une finalisation satisfaisante pour toutes les parties.

En pratique, les agents immobiliers savaient identifier les réticences des clients et savent lever les objections en proposant des arguments rassurants et argumentée et en valorisant les avantages de leur démarche pour le vendeur, tels qu'une meilleure visibilité du bien et un délai de vente plus court.

Enfin, j'ai pu observer l'utilisation de techniques telles que SONCASE lors des échanges avec les clients. Par exemple, pour un client sensible au "Confort", les agents mettaient en avant la luminosité ou l'agencement du bien, tandis que pour des préoccupations liées à "l'Argent", ils insistaient sur le bon rapport qualité/prix. J'ai également constaté l'application de la méthode TFMS lors des entretiens pour identifier des besoins précis : techniques (surface, emplacement), financiers (budget), marketing (valorisation du bien) ou liés aux services(accompagnement personnalisé). Ces techniques permettent de mieux cerner les attentes des clients et d'y répondre de manière adaptée.

Compétences Développées

Ce stage d'observation m'a permis de développer plusieurs compétences essentielles pour le domaine commercial. Tout d'abord, l'écoute active a été une compétence centrale que j'ai pu observer et comprendre. J'ai appris qu'elle est indispensable pour identifier les besoins réels des clients et leur proposer des solutions adaptées. Cela passe par une reformulation systématique des attentes pour montrer que l'on a bien compris et pour adapter sa réponse de manière personnalisée. En prenant conscience de cette approche, j'ai pu observer comment elle permet de créer un climat de confiance et de favoriser une relation client de qualité.

Ensuite, j'ai pu développer la gestion des objections, une compétence particulièrement utile pour lever les freins à la vente. J'ai appris qu'il est essentiel d'analyser les réticences des clients avec calme et méthode pour y répondre de manière constructive et rassurante. J'ai notamment observé comment les agents immobiliers formulaient des réponses adaptées, qu'il s'agisse de convaincre un propriétaire de signer un mandat exclusif ou de rassurer un acheteur potentiel sur certains aspects d'un bien. Cette approche m'a permis de comprendre l'importance d'une communication persuasive et structurée. Enfin, j'ai pu travailler sur l'organisation, une compétence incontournable dans le domaine commercial. Entre les visites immobilières, la gestion des annonces, les échanges avec les clients et la communication sur les réseaux sociaux, j'ai pris conscience de la nécessité d'une organisation rigoureuse pour gérer efficacement plusieurs tâches en simultané. Une bonne organisation permet non seulement de garantir un suivi optimal des clients, mais aussi d'assurer la visibilité des biens et de répondre rapidement aux demandes.

II. DÉMARCHE D'ANALYSE

Analyse des Tâches Accomplies

Lors de mon stage d'observation, j'ai pu analyser plusieurs tâches réalisées par les professionnels de l'agence LVI Immo, qui m'ont permis de comprendre les enjeux concrets du secteur immobilier ainsi que l'importance d'une communication adaptée et structurée.

Tout d'abord, les visites immobilières (voir les photos des biens visités en annexe) représentent une étape essentielle dans le processus de vente. L'objectif principal est d'aider les clients à se projeter dans les biens présentés, en mettant en valeur les atouts du logement et en répondant à leurs attentes spécifiques. J'ai également constaté qu'il est essentiel d'établir une relation de proximité avec le client en identifiant un point commun avec lui. J'ai observé que la réussite d'une visite repose sur la capacité à adapter sa communication en fonction du profil des clients.

Par exemple, pour une clientèle senior, il est primordial d'adopter une approche pédagogique, en prenant le temps d'expliquer chaque détail du bien, comme les équipements, la configuration des pièces ou les travaux récents. Cette démarche permet de les rassurer et de renforcer leur confiance dans le bien proposé.

La gestion des annonces constitue une autre tâche clé pour capter l'attention des acheteurs potentiels. L'objectif est de rédiger des annonces à la fois claires et attractives afin de valoriser les biens proposés par l'agence. J'ai compris que plusieurs éléments jouent un rôle décisif dans l'attractivité d'une annonce. Tout d'abord, le choix de photos de qualité est essentiel pour susciter l'intérêt des acheteurs. Les images doivent mettre en valeur les points forts du bien, comme la luminosité, les espaces ou les rénovations effectuées. Ensuite, la rédaction des descriptions doit être précise et percutante. Il est important de souligner les caractéristiques majeures du bien tout en utilisant un langage fluide et engageant. Cette combinaison entre attractivité visuelle et pertinence des informations est un levier majeur pour attirer des prospects qualifiés et accélérer le processus de vente.

L'élaboration d'une liste de biens meublés, requiert une analyse rigoureuse pour garantir l'exactitude des évaluations, en prenant en compte des critères tels que l'état, la qualité et l'usure des meubles. J'ai pu constater l'importance d'une méthodologie claire et d'une communication efficace entre les différentes parties, notamment les propriétaires, les acheteurs, et parfois même les experts en mobilier. Cette observation m'a permis de mieux comprendre non seulement l'aspect fiscal des transactions immobilières, mais aussi les bénéfices qu'une évaluation précise peut apporter aux clients en termes d'économies. Cela m'a également sensibilisé à l'importance de maîtriser les aspects juridiques et financiers liés à la gestion des biens meublés dans un cadre professionnel.

Enfin, la stratégie sur les réseaux sociaux joue un rôle déterminant dans la visibilité de l'agence et l'acquisition de nouveaux prospects. L'objectif est d'accroître la notoriété de l'agence en publiant régulièrement du contenu dynamique et attractif. J'ai pu observer que la communication digitale repose sur la diffusion de contenus variés tels que des photos de biens immobiliers, des vidéos de visites virtuelles, ou encore des actualités liées au marché immobilier. Cette approche permet de maintenir un engagement régulier auprès des clients potentiels et de renforcer la présence en ligne de l'agence. De plus, j'ai constaté que la régularité et la qualité des publications sont essentielles pour se démarquer dans un environnement concurrentiel et attirer de nouveaux clients.





III. CONCLUSION

Bilan

Mon stage d'observation au sein de l'agence LVI Immo a été une expérience très enrichissante qui m'a permis de découvrir de manière concrète les réalités du secteur immobilier. J'ai eu l'opportunité d'observer les diverses missions quotidiennes et de mieux comprendre les exigences de ce domaine, en particulier l'importance d'une relation client de qualité, d'une organisation rigoureuse et d'une stratégie de communication efficace. À travers les différentes tâches auxquelles j'ai participé, j'ai pu développer des compétences clés telles que la communication, en apprenant à m'adapter aux besoins spécifiques de chaque client, ainsi que l'écoute active, indispensable pour cerner leurs attentes et y répondre de manière pertinente. De plus, cette expérience m'a permis de saisir la nécessité d'une gestion efficace des priorités, essentielle pour mener à bien plusieurs tâches simultanément dans un environnement dynamique. Ce stage m'a également offert l'opportunité d'approfondir ma compréhension des stratégies de négociation, en observant de près les techniques utilisées pour convaincre les clients, qu'il s'agisse de négocier des prix ou de convaincre des propriétaires de signer des mandats exclusifs. Néanmoins, le domaine immobilier présente un inconvénient majeur : il arrive fréquemment que des personnes intéressées par des visites ne se présentent pas au rendez-vous, sans même prévenir.

Perspective d'Avenir

Ce stage m'a également été très utile pour clarifier mes objectifs professionnels et confirmer mes intérêts. Bien que j'aie apprécié découvrir les multiples facettes du métier d'agent immobilier, c'est principalement la stratégie de communication et le marketing digital qui ont retenu mon attention. Observer la création de contenus pour les réseaux sociaux, la gestion des annonces en ligne et les différentes techniques utilisées pour accroître la visibilité de l'agence a suscité un véritable intérêt chez moi. Cette partie plus créative et axée sur la communication digitale correspond à mes affinités et à mon envie d'évoluer dans ce domaine. Ainsi, cette expérience m'a confortée dans mon choix de poursuivre mes études dans le marketing digital, une spécialisation qui me permettra de combiner mes compétences techniques et ma créativité pour contribuer à la réussite d'entreprises innovantes.

Remerciements

Je tiens à remercier M. Kevin Cros, co fondateur de LVI Immo, mon tuteur de stage, pour son encadrement et ses conseils tout au long de cette expérience. J'ai alors pu comprendre les attentes du métier et bénéficier de ses explications claires et concrètes sur les missions que j'ai observées. Je remercie également Emmanuel Clément co fondateur de LVI Immo et Sébastien Denoun consultant immobilier pour leur accueil, leur disponibilité et leur professionnalisme. Leur partage d'expérience a été très formateur et m'a permis de tirer le meilleur de ce stage d'observation.



IV. ANNEXE

Photos des biens



IV. ANNEXE

Photos retouchées



Plaquette commerciale



La vente interactive

By LVI IMMO



DÉFINITION

La vente interactive est une méthode de vente novatrice à mi-chemin entre une vente classique et la vente aux enchères sans les contraintes

Cette nouvelle méthode permet de vendre son bien au meilleur prix du marché dans un délai de quatre semaines



LE CONSTAT

Le marché de l'immobilier est très concurrentiel (trop d'interlocuteurs et manque de transparence)

Il évolue sans cesse, aucune solution simple n'existe pour connaître la valeur exacte du bien à l'instant T (Les prix sont souvent surévalués et le bien ne se vend pas)

Le vendeur n'a jamais la certitude d'avoir vendu au meilleur prix

“

C'EST LA CONFRONTATION DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE QUI FAIT LE PRIX DU MARCHÉ.

”

NOTRE SOLUTION

Mobiliser un maximum d'acquéreurs en mettant le bien à un prix d'appel attractif (20 à 30 % en dessous de la valeur du marché)

Une communication plus complète : 100 % des prospects

Créer une concurrence positive entre ces acquéreurs en leur donnant la possibilité d'encherir au plus juste, via une salle des ventes virtuelle, en fonction des offres concurrentes



“

AU LIEU D'AVOIR DES NÉGOCIATIONS
À LA BAISSE, NOUS ALLONS CHERCHER
DES OFFRES À LA HAUSSE

”



LES ÉTAPES

Signature du mandat



Estimation du bien

Détermination avec le vendeur :

- Du prix de réserve
- Du calendrier de la vente
- Préparation du bien à la vente (Home staging)

Mandat exclusif à courte durée (4 à 12 semaines)

Diffusion de l'annonce



Plan de communication :

Reportage photo et vidéo

Diffusion sur tous types de supports (web, presse, réseaux sociaux ...)

Visites



Inscription en ligne sur le site 36h-immo.com

Visites individuelles planifiées sous forme de créneau de visite pendant 2 à 3 semaines

Déroulement des enchères



Vente sur un délai de 2h de temps

Conditions pour participer à la vente : avoir visité le bien et signé la demande d'agrément, carte d'identité et le plan de financement

Offres en direct visibles par tous en temps réel sur 36h-immo.com
Toute offre reçue dans les 2 dernières minutes, repousse la fin de vente de 2 minutes supplémentaires

Signature offre compromis



Le vendeur retient l'offre qui répond à ses attentes (la plus élevée où le meilleur financement) et reste de libre d'en choisir aucune si le prix de réserve n'est pas atteint. **Signature du compromis** La suite se déroule comme une vente traditionnelle Aucun frais supplémentaires ne sont à prévoir ni pour l'acquéreur, ni pour le vendeur

Avantages vendeurs



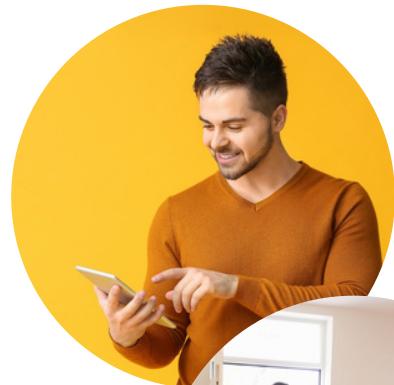
Opportunité d'**obtenir le meilleur prix du marché** par la confrontation de l'offre et de la demande

Vente rapide (4 semaines)



Calendrier des opérations planifiées (publicité, séances de visites, dates de réception des offres, ...)

Saisie en temps réel des offres d'achat permet de suivre en toute transparence l'évolution de la vente et **choix du dossier à la fin de la vente**



Avantages acquéreurs



Expertise qualifiée : Grâce au jeu de l'offre et la demande, l'acquéreur a l'assurance d'acheter le bien à son juste prix

Sérénité : L'acquéreur a le temps de réflexion car aucune offre ne peut être émise avant le début des enchères



Transparence : Tous les éléments du bien (Expertises, AG...) sont disponibles sur la plateforme

Simple : Pas de dépôt de chèque ou consignation pour participer - toute participation est gratuite -



Rassurant : Conforte l'acquéreur dans son achat en lui montrant les offres d'autres personnes intéressées par le même bien

Vous avez des questions ? Nous sommes à votre écoute !



LVI IMMO

Kevin CROS: 06 85 95 30 47 - kevin.cros@lvi-immo.com

Emmanuel CLEMENT : 06 48 26 52 56 - Emmanuel.clement@lvi-immo.com

WWW.LVI-IMMO.COM



IV. ANNEXE

Diagnostic immobilier



Tel : 04 67 22 54 19 – 06 89 25 43 66
jmexpertises34000@gmail.com

H CONCLUSION

- L'installation ne comporte **aucune anomalie**.
- L'installation **comporte des anomalies** de type **A1** qui devront être réparées **ultérieurement**.
- L'installation **comporte des anomalies** de type **A2** qui devront être réparées **dans les meilleurs délais**.
- L'installation **comporte des anomalies** de type **DGI** qui devront être réparées **avant remise en service**.
Tant que la (ou les) anomalie(s) DGI n'a (ont) pas été corrigée(s), en aucun cas vous ne devez rétablir l'alimentation en gaz de votre installation intérieure de gaz, de la partie d'installation intérieure de gaz, du (ou des) appareil(s) à gaz qui ont été isolé(s) et signalé(s) par la ou les étiquettes de condamnation.
- L'installation comporte **une anomalie 32c** qui devra faire l'objet d'un **traitement particulier** par le syndic ou le bailleur social sous le contrôle du distributeur de gaz

I EN CAS DE DGI : ACTIONS DE L'OPERATEUR DE DIAGNOSTIC

- Ou **Fermeture totale** avec pose d'une étiquette signalant la condamnation de l'installation de gaz
- Fermeture partielle** avec pose d'une étiquette signalant la condamnation d'un appareil ou d'une partie de l'installation
- Transmission au Distributeur de gaz par des informations suivantes :
 - Référence du contrat de fourniture de gaz, du Point de Comptage Estimation, du Point de Livraison ou du numéro de compteur ;
 - Codes des anomalies présentant un Danger Grave et Immédiat (DGI)
- Remise au client de la « **fiche informative distributeur de gaz** » remplie.

J EN CAS D'ANOMALIE 32c : ACTIONS DE L'OPERATEUR DE DIAGNOSTIC

- Transmission au Distributeur de gaz par de la référence du contrat de fourniture de gaz, du Point de Comptage Estimation, du Point de Livraison ou du numéro de compteur
- Remise au syndic ou au bailleur social de la « **fiche informative distributeur de gaz** » remplie

K SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Signature / cachet de l'entreprise	Dates de visite et d'établissement de l'état de l'installation gaz Visite effectuée le : 02/12/2024 Fait à MONTPELLIER le 02/12/2024 Rapport n° : 2024 3415 LACROUX GAZ Date de fin de validité : 01/12/2027 Nom / Prénom du responsable : Joel MEINIER Nom / Prénom de l'opérateur : MEINIER Joel
------------------------------------	--

Le présent rapport ne peut être reproduit que dans son intégralité, et avec l'accord écrit de son signataire.