

## COMMUNICATION

# Superpromos chez les promoteurs



**C**hèques-cadeaux, cuisine équipée, voyages et autres promotions, les promoteurs rivalisent d'imagination pour appâter le chaland et redynamiser une commercialisation un peu à la peine : au troisième trimestre 2007, les ventes de neuf ont reculé de 7,8 % sur un an. « On constate effectivement une baisse de la fréquentation des bureaux de vente depuis cet automne, et le phénomène s'est accentué en fin d'année, admet Jean-François Gabilla, président de la Fédération des promoteurs constructeurs. Cela ne signifie pas que les produits ne sont pas de bonne qualité ou qu'ils sont trop chers, mais la morosité ambiante,

la sensibilité au pouvoir d'achat et l'inquiétude psychologique liée à la crise financière américaine dissuadent certains acheteurs. » Certains promoteurs offrent généreusement les frais de notaire. Une économie appréciable, même si, pour les acquisitions de logements neufs, ils ne représentent qu'environ 2,5 % du prix d'achat. Pour stimuler ses ventes, Bouygues Immobilier lance actuellement plusieurs campagnes. « Nos offres collent à une clientèle ciblée, explique Philippe Morel, directeur commercial. Sur une sélection de programmes franciliens, intéressants des acquéreurs particulièrement sensibles aux coûts (les primo-accédants et les investisseurs), nous avons par exemple proposé la cuisine équipée pour 1 euro de plus. » Le promoteur, à l'occasion de la Saint-Valentin, a même lancé une opération intitulée « Devenez propriétaires près de chez vous et envollez-vous à deux pour New York » à l'attention des jeunes couples acquéreurs d'un appartement à Angers, à Tours ou au Mans. De son côté, Fabrice Desrez, membre du directoire des Nouveaux Constructeurs, privilégie les remises tarifaires aux cadeaux divers, estimant que « ces promotions n'ont d'intérêt que si elles permettent l'accès à la propriété ». Malgré ces offres attrayantes, restez lucides ! Au moment d'investir plusieurs centaines de milliers d'euros, ne vous laissez pas aveugler par quelques milliers d'euros de rabais. Mais si le logement vous convient, alors « il faut profiter de ces avantages, sans hésiter ! conseille Olivier Guérin, président d'Espac

partenaires, société spécialisée dans le référencement de programmes immobiliers. On peut même négocier davantage et obtenir jusqu'à 8 à 10 % de remise au total » ●

Muriel Breiman

## Ce qu'ils en pensent...

**“ Il ne s'agit pas de brader les produits. Ces offres sont un moyen de susciter l'intérêt des clients et de leur donner envie de découvrir les programmes. ”**



Jean-François Gabilla,  
président de la Fédération  
des promoteurs  
constructeurs

**“ Nous essayons de faire le moins de rabais et de promotions possible. Notre stratégie consiste plutôt à faire un maximum d'efforts en amont sur nos coûts (terrain et construction) et à pratiquer des prix d'appel au lancement de nos programmes. ”**



Jean-Philippe Ruggieri,  
directeur général adjoint  
de Nexity Logement

**“ Aussi alléchantes que soient ces offres, les investisseurs doivent redoubler de vigilance sur la situation du programme, l'emplacement du lot dans la résidence et son potentiel locatif. ”**



Olivier Guérin, président  
d'Espace partenaires

## VENTES EN LIGNE

### Une voiture en prime

➔ Quand les ventes baissent, c'est que l'on communique mal », affirme René Pesquier, directeur commercial et marketing du groupe Céléos. Le promoteur avait donc lancé en novembre la première vente de logements par Internet. Non seulement Céléos offrait les frais de gestion locative, mais les futurs propriétaires recevaient pour tout achat une

Citroën C1 neuve ! Un succès : les soixante-dix appartements et maisons, d'une valeur de 100000 à 170000 euros, ainsi que dix terrains situés à La Baule se sont mieux vendus que des petits pains. « Environ 45000 internautes se sont inscrits à la vente et, en six heures, tous les lots étaient réservés », raconte René Pesquier ●