

Les Faubourgs d'Anfa, un projet «test» pour le groupe Bouygues

Selon l'opérateur français, la stratégie du groupe n'est pas de gagner le plus d'argent possible sur ce projet, mais de bien comprendre le marché marocain. La commercialisation de la première tranche des Faubourgs d'Anfa démarre le 23 mai.



Le prix du mètre carré tournera autour de 24.000 DH.

Coup d'envoi vendredi prochain de la commercialisation des premiers appartements du projet Les Faubourgs d'Anfa de Bouygues Immobilier Maroc. Éric Mazoyer, DG délégué de Bouygues Immobilier et PDG de Bouygues Immobilier Maroc, fera d'ailleurs le déplacement au Maroc, les 21 et 22 mai, pour le lancement officiel de l'opération. «Si nous vendons la moitié des logements prévus dans cette opération d'ici septembre 2014 et 70% d'ici la fin de l'année, ce sera bien», lance Éric Mazoyer, lors d'une rencontre, le 14 mai, avec la presse marocaine dans les locaux de Bouygues Immobilier à Paris.

Le géant français de l'immobilier s'est en effet récemment implanté au

Maroc, avec la création d'une filiale locale : Bouygues Immobilier Maroc. Le 22 avril 2014, le management de la filiale tenait un premier point de presse à Casablanca pour présenter son projet situé dans le projet urbain Casa Anfa. Les Faubourgs d'Anfa abriteront 435 logements ainsi que des commerces en pied d'immeubles et 14.000 m² de bureaux pour un investissement de 750 millions de DH. La première tranche dont la commercialisation démarre donc le 23 mai compte 114 appartements (de 1 à 4 chambres). Le prix du mètre carré tournera autour de 24.000 DH. «Soit un petit peu moins que la concurrence», soutient le PDG de Bouygues Immobilier Maroc. Pour vendre son projet, le groupe a retenu

la formule de la VEFA (vente en l'état futur d'achèvement), jugée «plus sécurisante pour l'acquéreur». «Si nous atteignons nos objectifs en terme de taux de commercialisation, nous lancerons rapidement la deuxième tranche», souligne Éric Mazoyer. Le démarrage du chantier est prévu pour le 1^{er} trimestre 2015 et les livraisons des premiers logements pour fin 2016. Premier promoteur immobilier en France, Bouygues Immobilier table sur l'effet de lancement pour réussir la commercialisation de son projet. Ses puissantes structures de marketing et communication, longtemps éprouvées en Europe, constituent un atout de taille pour la filiale marocaine, qui s'est positionnée sur les segments «moyen supérieur» et «haut de gamme». «Je tiens à souligner que notre stratégie n'est pas de gagner le plus d'argent possible sur cette opération. Notre objectif actuel est de bien comprendre le marché», lance le DG délégué du groupe.

Une «vision industrielle»

Lors du voyage de presse réservé aux journalistes marocains, les 14 et 15 mai, Bouygues Immobilier a organisé des visites de chantier et de terrain de ses principales réalisations immobilières à Paris. C'est le cas notamment du projet de construction de la Tour D2 au quartier de la Défense (54.000 m²). C'est l'une des 3 tours neuves du Plan de Renouveau de la Défense. La livraison est prévue pour septembre 2014. Le programme comprenait aussi une visite du quartier Home Paris 13e (opération de logement) et Green Office à Meudon. Ce dernier est le premier immeuble de grande ampleur en France à «énergie positive», selon l'équipe Bouygues. En France, le groupe développe des projets de logements de taille

moyenne, soit des opérations de 50 à 80 unités. «Nous avons aussi des opérations de 2.500 ou 15.000 logements, comme à Fort d'Issy. Grosso modo, nous avons 4 à 5 grandes opérations, mais pour le reste, nous sommes sur 32 implantations dans le pays, avec des projets de taille moyenne», explique Éric Mazoyer. Au Maroc, le projet du promoteur immobilier tourne autour de 450 logements. «Il s'agit donc d'une opération d'une très

grande importance», souligne le top management, qui insistait, tout au long de son intervention, sur le «caractère industriel» du groupe familial qu'est Bouygues. «Nous avons en effet une vision très industrielle de l'entreprise. Le fondement de notre activité est que si je sais servir mon client, je serai bien rémunéré», développe le PDG de Bouygues Immobilier Maroc. Selon lui, le «one shot» et la spéculation n'ont pas droit de cité

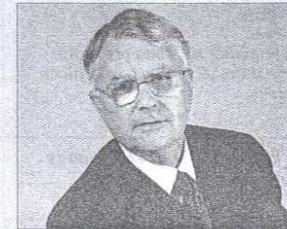
au sein de la boîte. Le groupe Bouygues est, rappelons-le, présent dans 3 secteurs d'activité : la construction (Bouygues Construction, Bouygues Immobilier et Colas), les Médias (TF1) et les télécoms (Bouygues Telecom). Il affiche un chiffre d'affaires de 33,3 milliards d'euros en 2013. L'immobilier en représente 10%, dont la même proportion réalisée à l'international. ■

DNES à Paris Youssef Boufous

Entretien avec Éric Mazoyer, PDG de Bouygues Immobilier Maroc «Nous allons nous concentrer sur Casablanca pour les 5 à 6 prochaines années»

Le Matin : À part Casablanca, quelles sont les autres villes que vous ciblez ?

Éric Mazoyer : Pour répondre à votre question, je vous donne un exemple : en Pologne, nous avons démarré notre activité il y a 12 à 13 ans. Et ce n'est que cette année que nous avons décidé notre première implantation en région polonaise. Pourquoi ? Parce qu'au bout d'une douzaine d'années, nous sommes devenus le quatrième opérateur immobilier en Pologne et Bouygues Immobilier Polska est devenue une marque très connue pour sa fiabilité, même en région. Donc, je pense que pour les 5 à 6 prochaines années, au moins, nous allons nous concentrer uniquement sur Casablanca. Ceci dit, nous n'excluons pas d'aller à Rabat, parce qu'il y a cette particularité au Maroc, que n'avons pas en France, d'avoir un double centre du pouvoir : celui politique à Rabat et économique à Casablanca. En plus, les deux villes sont proches.



Le groupe Bouygues est-il intéressé par le logement social au Maroc où les besoins sont énormes ?

Nous nous sommes rendu compte après des visites de terrain que le social, tel que pratiqué au Maroc, ne répondait pas à notre segmentation d'approche. Peut-être dans dix ans. Il me semble que les opérateurs locaux sont très bons là-dessus et nous ne comptons pas les concurrencer sur ce marché.

Globalement, quelle est votre perception du marché immobilier marocain ?

Il y a une évolution de la classe moyenne assez forte au Maroc, notamment à Casablanca. Au niveau de cette métropole en tout cas, le sentiment que j'ai est qu'il existe une classe moyenne montante, qui aspire à avoir un produit immobilier un peu plus contemporain, moderne et international. Et ce produit-là ne ressemble pas du tout au produit du logement social, qui est un produit très normé, avec un cahier des charges très précis. Je pense aussi qu'il s'agit d'un marché qui n'est pas encore très mûr. Des opérateurs ont lancé des projets importants, certes, mais il y a cette nouvelle génération des 25-40 ans, dont beaucoup sont partis faire leurs études supérieures à l'étranger et qui souhaitent retrouver peut-être les standards qu'ils ont connus ailleurs. Il y a donc des attentes de la part d'une frange de la clientèle marocaine qui aspire à voir des opérateurs un peu plus sécurisants, avec plus de services et une relation client plus transparente et plus simple. ■

Propos recueillis par Y.B.