



L'immobilier au Maroc se porte-t-il bien ?

Le secteur de l'immobilier est-il en crise au Maroc ? Alors que la presse et l'opinion publique marocaines semblent le penser, les projets immobiliers continuent d'affluer et la fédération nationale des promoteurs immobiliers reste optimiste. Karine Bertonet

Si la crise internationale a poussé certains gros opérateurs immobiliers et touristiques étrangers à se désister de gros projets de stations touristiques, les professionnels qui ont opté pour des immeubles d'habitations continuent leurs programmes. Est-ce à dire que tout va bien dans le meilleur des mondes. Pas si sur. Certes les projets ne s'arrêtent pas, mais les promoteurs admettent qu'ils ont subi un certain ralentissement de leurs ventes entre fin 2008 et le 2ème trimestre 2009. Depuis, le marché semble reprendre, surtout dans le secteur du haut de gamme et du luxe. Ali Bouhaja, vice-président de la Fédération nationale des promoteurs immobiliers (FNPI) et président de l'Association des promoteurs immobiliers de Marrakech, connaît bien le secteur et tient à préciser qu'il faut différencier les produits et leurs promoteurs pour dégager une vision plus nuancée de l'état du marché de l'immobilier au Maroc.



Le haut standing

Optimiste, il admet cependant une certaine régulation des prix du marché. Il faut dire que les tarifs à la vente ont subi une envolée vertigineuse au Maroc ces dernières années, surtout dans le haut standing. À titre d'exemple, M. Bouhaja rappelle qu'entre 2000 et 2008, le prix au mètre carré à Marrakech, dans le quartier central du Guéliz, a été multiplié par presque 10 ! Quant au foncier, selon une étude réalisée pour le ministère de l'habitat, le prix des terrains urbains et périurbains a enregistré entre 2003 et 2007 des hausses de 358 % à Agadir, 234 % à Rabat, 217 % à Tanger, 119 % à Marrakech et 88 % à Casablanca. Cette situation a fait le bonheur des promoteurs et le lit des spéculateurs.

Ali Bouhaja les rend d'ailleurs responsables de cette impression de baisse des prix. Ces promoteurs improvisés « non professionnels », comme il le précise, ont produit des unités immobilières pas toujours qualitatives. Les prix y étaient donc surestimés en comparaison de la qualité livrée. Les acheteurs ne s'y sont pas trompés et ont donc fui ces produits. Face à ce constat, ces « promoteurs » n'auraient eu d'autres choix que de baisser leurs prix, nous explique-t-il.

Certes, mais les prix cessent leur forte progression, même dans les projets de qualité. Mais pour le vice-président de FNPI, cette progression devait s'arrêter. Et de préciser que « même sans la crise internationale, les prix avaient voca-

tion à stagner et à se réguler. La crise a simplement accéléré un processus inéluctable. » Pour les acheteurs, il est donc plus intéressant d'investir aujourd'hui sur un marché où les prix ne s'envolent plus et baissent même de façon légère chez certains d'entre eux.

Certains promoteurs professionnels, s'ils ne baissent pas leurs tarifs de façon directe, n'hésitent cependant pas à lancer des promotions afin de convaincre les acheteurs. Ainsi le groupe Ghita immobilier, connu à Casablanca pour la qualité de ses constructions, a lancé l'été dernier une option gratuite meublée jusqu'au 31 décembre, sur sa nouvelle résidence de Marrakech. Non pas que les appartements ne se vendent pas, mais les acheteurs sont dans un certain attentisme. Simohamed Berrada, directeur général, précise que face à la crise, les acheteurs, étrangers comme nationaux, veulent voir les prix baisser ou, à tout le moins, avoir l'impression de faire des affaires. Cette option meublée gratuite était donc une réponse proposée aux acheteurs, qui semble-t-il ont apprécié. À juillet 2009, Ghita immobilier annonce ainsi avoir vendu plus de 50 % de la première tranche de ce projet. M. Bouhaja, également promoteur en exercice, a, quant à lui, vendu la totalité de la première tranche de son projet d'Agadir à peine la vente ouverte. L'attentisme est également ressenti dans les agences immobilières. Ainsi Houda Houti de Century 21, qui travaille majoritairement avec une clientèle marocaine admet que les achats de biens ont quelque peu ralenti à la faveur de la location sur le premier trimestre 2009, même si les achats de biens continuent.

Les ventes sont donc une réalité, mais M. Bouhaja admet que de façon globale, la cadence de commercialisation >>>



Marrakech Les promoteurs innovent pour tirer leur épingle du jeu

Mohamed BERRADA, DG de Ghita Immobilier, nous présente la Résidence Yasmine Majorelle, qui continue à séduire grâce à son package tout compris

Vous signez ce projet : « Notre art de bâtir au service de votre art de vivre ». Pouvez-vous nous parler de l'expérience du promoteur dans le résidentiel ?

Le groupe Ghita immobilier, développe au Maroc depuis plus de deux décennies, une large offre de produits immobiliers. Il a réalisé sur le segment du résidentiel haut standing, trois résidences à Casablanca, qui sont devenues de véritables références dans la ville blanche. La première, réalisée au début des années 90, La résidence Yasmine Ghandi, a été construite avec un souci du détail qui allie le savoir-faire de l'artisan marocain et la noblesse des matériaux utilisés... Ce projet a fondé notre notoriété. Depuis, et dans la même lignée, nous avons réalisé la seconde résidence Yasmine, dont l'emplacement et la qualité de réalisation a attiré, entre autres, les deux célèbres joailliers français, Cartier et Chaumet. Le troisième projet, est une résidence fermée de villas, vue sur mer. Enfin, la dernière-née de nos réalisations, la Résidence Yasmine Majorelle, lancée début 2008 à Marrakech.

Vous lancez un nouveau projet dans une conjoncture économique défavorable, comment gérez-vous cette situation ?

Cela s'est très bien passé l'année dernière, puisque nous avons commercialisé 35 % de la première tranche. De septembre 2008 à février 2009, nous avons eu effectivement un passage à vide. Mais depuis mars 2009, les ventes sont à nouveau au rendez-vous. Nous avons développé de nouveaux services pour répondre aux nouvelles attentes des clients. À fin Juillet 2009, nous en sommes à 50 % des ventes. Le Package proposé en 2009, incluant l'option « appartement livré meublé » à beaucoup séduit.

Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur ce package ?

Nous anticipons les attentes de nos clients : « Comment mettre à profit la crise pour acheter à Marrakech un bon produit, à un très bon prix...mais surtout avec une véritable garantie promoteur ? ».

Nous avons répondu à ces attentes, en proposant, en mai dernier, au salon **SMAP** IMMO à Paris un Package Tout Compris : une invitation d'un week-end à Marrakech pour visiter notre appartement témoin, une option « appartement livré meublé », une option de gestion locative, une extension de garantie à 2 ans et surtout une garantie d'être remboursé intégralement si le client n'est pas satisfait du produit.

Ainsi, dans les semaines qui ont suivi, plusieurs couples ont répondu à notre invitation et sont venus pour voir le produit et comparer. Nous leur avons offert l'hébergement dans un hôtel 5 étoiles. Notre offre les a convaincus et aujourd'hui ils sont propriétaires d'un appartement « Yasmine Majorelle ».

L'option meublée a séduit beaucoup d'Européens, parce qu'ils peuvent arriver avec leurs valises et s'installer dès le premier soir dans un cadre élégant. Nous meublons selon la décoration de l'appartement témoin, réalisée avec beaucoup de goût par une décoratrice reconnue. Qui plus est, cette option n'alourdit pas le budget puisqu'elle est offerte. Elle permet par contre une économie de temps et d'énergie considérable et est donc très appréciable.

Quelles prestations et services proposez-vous dans votre résidence ?

La résidence inclut une très belle piscine, des jardins intérieurs luxuriants, des magasins en façade, et surtout un solarium et un barbecue sur le toit, avec une magnifique vue sur les sommets enneigés de l'Atlas, surtout de mars à mai.

Qu'est-ce que vous avez prévu pour le syndic de copropriété ?

Le syndic est un élément capital dans la bonne gestion d'une résidence, surtout quand les propriétaires n'y vivent que quelques semaines par an. C'est pour cela que nous accordons une attention particulière à ce service, en gérant nous-même le syndic pendant les 2 premières années. Ensuite, nous transférons, en concertation avec les copropriétaires, la gestion à une société de syndic professionnel.

Qu'en est-il de la gestion locative ?

Nous avons fait, le choix de nous recentrer sur notre métier de promotion immobilière. Par contre, nous travaillons avec un partenaire qualifié dans le domaine de la gestion locative. C'est une formule très intéressante, surtout pour les petites superficies. Par exemple, pour un appartement de 50 m, acheté à 65 000 euros, vous pouvez tabler sur un rendement annuel de 5 000 euros, soit du 8 %. C'est rentable, et ça peut couvrir, une grande partie du crédit bancaire.

Au fond, qu'est-ce qui vous démarque de vos concurrents ?

Nous nous démarquons par la qualité du produit, le service après-vente, l'attention accordée au client et le soin apporté aux espaces verts. Aujourd'hui ce qui fait la différence c'est le sérieux, l'application et le souci du travail bien fait. Pour cela, nos réalisations plaident pour nous. Chaque choix de poignée de porte, d'interrupteur, de marbre, de boiserie, nous le faisons avec beaucoup de soin et d'amour pour le métier.

Il en est de même pour le service après-vente. Nous nous engageons pendant les deux premières années à intervenir dans les 48 heures pour toute réparation relative à l'électricité, à la plomberie ou à la climatisation.

Enfin, dernier élément distinctif de nos projets : l'importance accordée aux espaces verts. Nous considérons qu'à Marrakech, les espaces verts sont une bénédiction. Ils opèrent une transition entre la vie trépidante des souks marrakchis et la fraîcheur de son intérieur. Les jardins de 400 m² de la résidence, offrent un cadre reposant et ombragée. Sans parler de la piscine, qui fera le bonheur des petits et des grands, à toute heure de la journée, et pendant une grande partie de l'année !

En somme, notre art de bâtir est mis au service de l'art de vivre de nos clients !

Contact Ghita Immobilier : + 212 5 22 39 90 90

Site web : www.ghita-immobilier.ma

Mail : h.sebbani@ghita-immobilier.ma



L'immobilier au Maroc se porte-t-il bien ?

du haut standing a ralenti. « c'est tout à fait normal, sous l'effet de la crise internationale, la demande extérieure a diminué. Quant à la clientèle marocaine, elle montre un certain attentisme. Mais cela ne veut en aucun cas dire que les ventes sont à l'arrêt. Et encore moins les chantiers. Preuve en est la pénurie de main d'œuvre à laquelle le secteur doit faire face dans le haut standing. Surtout à Marrakech et Agadir. »

L'optimisme de M. Bouhaja reste à nuancer. Si les acheteurs sont présents, tant venus de l'étranger que du Maroc, les investissements étrangers dans le secteur, eux, chutent, selon les chiffres avancés par le ministère de l'Habitat lui-même. Ainsi, les investissements directs étrangers à l'immobilier (IDEI) affichaient un accroissement de 17,5 % entre 2007 et 2008, alors que les chiffres du premier semestre 2009 marquent une régression de 29,2 %, par rapport au premier semestre 2008.

Immobilier et tourisme

Même si la crise internationale fragilise quelque peu le Maroc de l'immobilier, il n'en demeure pas moins que le pays possède un fort potentiel de développement. Le président d'un des groupes leaders de l'immobilier au Maroc, Alami Lazraq précise que « le groupe Alliances a toujours cherché à apporter des réponses concrètes à une demande accrue et diversifiée : l'habitat intermédiaire pour pallier au déficit en logement social et moyen gamme, une offre résidentielle pour conforter un besoin réel en résidences principales et secondaires et les Resorts golifiques ainsi que l'hôtellerie pour accompagner l'impulsion touristique ».

Le Plan Azur et ses stations balnéaires, lancés par le Maroc afin de développer l'offre touristique et positionner le pays comme une destination également haut de gamme, a permis la mise en place de projets d'envergure où la part immobilière n'est pas négligeable et ce, dans plusieurs régions. Au départ largement confiés à des développeurs étrangers, ces projets sont aujourd'hui majoritairement repris par des développeurs locaux, la crise ayant fait son œuvre. Les grands groupes lancent ainsi des projets touristiques qui proposent à la fois des hôtels, des spas, des villas et des appartements...

Marrakech, pourtant loin de la mer, garde la faveur des investisseurs comme des acheteurs. Sans plage, les résidences attirent avec leurs piscines et leur spas, quant aux complexes, ils avancent la carte du golf à l'image de Marrakech Golf City, un complexe situé à quelques minutes de la célèbre place Jamaâ El Fna, qui se positionne comme la première résidence golifique au centre de Marrakech. Ce complexe, à la fois résidentiel et touristique, propose des villas et des appartements de standing, deux hôtels de luxe, un spa, un centre d'animations et de loisirs, un mall commercial et un business center, le tout autour d'un golf 18 trous.

Déficit de logements

Pourtant, malgré tous ces chantiers, le Maroc souffre d'un déficit et d'un déséquilibre de logements. Le pays accuse en



effet « un déficit d'un million de logements au niveau national », rappelle M. Bouhaja. Si les promoteurs ont réussi à éviter que ce déficit ne s'aggrave, ils ne l'ont pas résorbé. M. Bouhaja évoque la problématique du déséquilibre entre les différents types de logements et leur situation.

« Casablanca et Rabat souffrent d'une pénurie d'offres sur tous les types de logements. Marrakech, largement pourvu en haut de gamme, manque de logements économiques et moyen standing. Tanger, quant à elle, a une offre supérieure à la demande dans le haut standing. »

Or, d'après les statistiques du Haut commissariat au plan, la tranche de la population qui a les moyens d'acheter le haut standing ne dépasse pas 5 %. Si les Marocains sont une cible importante, elle ne suffit pas pour écouler tous ces programmes. La clientèle étrangère a donc un rôle important à jouer. Mais pas seulement dans le Haut standing. Les promoteurs constatent également une demande dans le moyen de gamme et même dans les logements sociaux. Nombre d'Européens choisissent aujourd'hui de s'offrir un petit appartement au soleil, les prix au Maroc restant nettement plus attractifs qu'en Europe, surtout s'ils regardent hors des grandes villes. Les promoteurs comme les acheteurs ont donc tout à gagner dans un pays où l'offre se diversifie, où les promoteurs se professionnalisent et où la situation économique et politique reste stable.

TAMESLOT, L'ALTERNATIVE À MARRAKECH ?

Cette nouvelle ville, née il y a 5 ans à seulement 7 km de Marrakech, a pour vocation de soulager la ville ocre. Mais elle ne se positionne pas comme une banlieue, mais au contraire comme une vraie ville, construite sur 2 000 hectares, qui devrait accueillir à terme 300 000 habitants. Elle propose ainsi des logements économiques, moyen et haut standing, mais également des activités économiques : une zone industrielle, une zone off shore, et très prochainement un Palais des Congrès et un parc d'exposition...

Cette nouvelle ville a l'avantage de proposer des produits à des prix moindres que ceux de Marrakech. « Aujourd'hui, les logements y sont beaucoup moins chers qu'à Marrakech. Ça peut donc être un bon investissement », surtout s'il est immédiat, comme le précise M. Bouhaja.



Century 21 Houda Houti : « Century 21 est le réseau de vente immobilière le plus large au monde »

Houda Houti, propriétaire d'une agence Century 21, N°1 des agences immobilières au Maroc, nous explique la vocation et les activités de son agence, mais aussi du réseau.

Depuis combien de temps avez-vous l'agence Century 21 ?

Côté Immo, notre agence du quartier Bourgogne, a ouvert ses portes, à Casablanca, il y a plus de 2 ans, mais le réseau Century 21 existe depuis 3 ans et compte aujourd'hui 17 agences dont 11 à Casablanca, capitale économique du pays. Et nous gérons près de 2 500 biens actifs avec environ 30 % dans le locatif. Notre agence a elle seule comptabilise près de 300 biens actifs. À côté Immo, nous proposons des produits haut de gamme et moyen de gamme de plus en plus demandés, tant dans le neuf que le deuxième main.

Pourquoi avez-vous choisi d'intégrer le réseau Century 21 ?

Century 21 jouit d'une grande notoriété et est reconnu pour son sérieux. Un sérieux qui se manifeste notamment à travers 3 points forts au niveau international comme marocain. Tout d'abord la force du réseau Century 21 est en effet le réseau de vente immobilière le plus large au monde, avec plus de 8 000 agences juridiquement et financièrement indépendantes. Au Maroc, nous sommes les seuls à pouvoir revendiquer un vrai système de réseau avec des agences implantées sur tout le territoire. Ensuite la maîtrise de notre métier. Notre personnel, compétent, ne compte que des agents immobiliers professionnels, qui bénéficient de formations continues et de cours de perfectionnement Century 21 dispensés à l'AIM (Académie Internationale de Management).

Et enfin la proximité des clients. Toutes nos agences disposent d'emplacements préférentiels, au cœur de quartiers actifs. Notre facilité d'accès, nos vitrines pignon sur rue, notre connaissance de l'environnement dans lequel nous sommes installés, nous permettent d'être au plus proche de notre clientèle. De plus, Century 21 Maroc propose une double expertise : un modèle international éprouvé et reconnu associé aux spécificités du marché marocain de l'immobilier.

Que pensez-vous de l'évolution du marché ces dernières années ?

Le marché a très bien évolué. Les années 2007 et 2008 ont été particulièrement riches en termes de ventes, mais aussi de locations. Depuis début 2009, c'est un peu plus timide. Cette année nous avons réalisé plus de locations en raison de la baisse des ventes due à l'effet de la crise économique, conjugué à la hausse des prix du foncier.

Quel type de clientèle fait appel à votre agence ?

Pour la vente et l'achat, nous travaillons essentiellement avec une clientèle locale, marocaine. Pour la location, nous avons beaucoup de Marocains résidents à l'étranger. Il s'agit d'une clientèle saisonnière qui connaît bien Century 21 et qui nous confie ses biens en été. Notre portefeuille compte également de plus en plus d'Européens, notamment des Français qui s'installent à Casablanca. Ils viennent spontanément chez nous, ayant également l'habitude de recourir aux services des agences Century 21 en France où le réseau y est reconnu.

Côté Immo : 9 & 10 résidence Duchtar, rue Imam Alloussi, Racine - Casablanca.

Tél + 212 5 22 26 05 19/30. Fax : + 212 5 22 26 05 34

Alliances

Le groupe Alliances, groupe immobilier et touristique intégré leader sur le marché marocain répond à nos questions sur ces activités, notamment sur l'immobilier de luxe. Alami Lazraq, son pdg, revient sur le positionnement du groupe dans le contexte économique international actuel et sur son projet de Marrakech, Al Maaden.



L'activité immobilière de luxe du Groupe Alliances a-t-elle également subi les conséquences de cette crise? Quelles mesures avez-vous mis en place?

Aujourd'hui Alliances est le Groupe le moins exposé à la crise grâce à sa réactivité et à sa capacité à s'adapter à la conjoncture. Il est certain qu'un ralentissement dans le haut de gamme est constaté aujourd'hui sur le marché. Pour des raisons évidentes de conjoncture internationale, la demande étrangère sur le haut de gamme a baissé.

Ce constat est toutefois à nuancer, en fonction de certains paramètres, autrefois sous estimés par les opérateurs de la place. Le Groupe Alliances a su les prendre en compte et en faire une force. D'une part, la demande intérieure existe et reste forte, d'autre part, le positionnement du produit est primordial. Il ne s'agit pas en effet de concevoir des produits hauts de gamme « banalisés » qui se singularisent par un prix élevé, mais bien de les définir avec un concept, qui soit à la fois original et différencié. Pour son projet Al Maaden situé à Marrakech, Le Groupe Alliances a cherché à concevoir des produits uniques, pour une clientèle qui recherche la rareté et l'exclusivité.

La crise internationale a naturellement impacté la clientèle étrangère. Nous avons pourtant une forte demande internationale qui se maintient.

Un des facteurs clés de réussite de cette commercialisation est la percée de la destination Maroc en tant que destination haut de gamme, positionnement adopté aujourd'hui par les instances du Tourisme.

D'ailleurs, dans cette même optique, nous œuvrons à développer le projet Port Lixus, station phare du plan Azur qui est appelée à devenir une destination incontournable. Le Golf est d'ores et déjà ouvert et nous prévoyons de livrer d'ici 2014, 12 000 lits répartis en hôtellerie et en résidentiel de haut standing.

Votre groupe est entré en bourse en 2008 et se positionne comme leader. Comment expliquez-vous ce succès? Votre expérience d'architecte n'y est sans doute pas étrangère...

Il y a certes et avant tout la passion du métier. Il est certain qu'en tant qu'architecte, je suis plus exigeant au niveau de la qualité et je prête une attention particulière au moindre détail. Mon expérience professionnelle (près de 30 ans) m'a permis d'acquérir une expertise pointue dans le métier de développeur aménageur de grands projets tels que CABO NEGRO, AMELKIS, T.F.Z, et plus récemment Al Maaden, Chwiter etc.

Mais, il y a surtout ma volonté d'accompagner le développement du Maroc. D'ailleurs, le Groupe vient de créer un pôle Construction lui permettant d'accompagner les grands chantiers d'infrastructure du Royaume.

Les premiers mois de l'année 2008 ont été d'une importance capitale pour le Groupe Alliances puisqu'ils ont laissé place aux placements privés. En effet, des institutionnels et investisseurs

de renom tels que CIMR, MAMDA-MCMA, Wafa Assurances, la SOMED, CMR, Al QUDRA ou encore Upline n'ont pas hésité à accompagner le Groupe Alliances dans cette période de Pré-IPO. L'introduction en Bourse du Groupe a été un réel succès et nous permet aujourd'hui de nous développer de manière structurée.

L'apogée du Groupe Alliances est aussi due à son positionnement de Groupe Immobilier et Touristique Intégré. En effet, le Groupe exerce plusieurs métiers, notamment celui de développeur, de promoteur, d'aménageur, de prestataire de services et de constructeur et il intervient sur cinq segments d'activité: l'Habitat Intermédiaire, l'Immobilier Résidentiel & Tertiaire, les Resorts Golfiques, la Prestation de services et la Construction. Chacun de nos projets doit tenir compte de ma grande exigence en termes de qualité, en termes de structuration et doit suivre la politique de développement durable adoptée par le groupe. En effet, je tiens à ce que l'approche développement durable se traduise dans nos métiers pour apporter une nouvelle vision de l'architecture et de l'urbanisme visant à réduire les impacts négatifs sur l'environnement.

Pour pouvoir poursuivre plus concrètement nos actions, nous avons donné naissance à la **Fondation Alliances pour le Développement Durable**.

Pouvez-vous nous parler de votre projet Al Maaden de manière générale, et plus précisément des villas? Quel type de clientèle se porte acquéreur de ces villas?

Al Maaden Golf Resorts est développé sur une superficie de 191 hectares, et bénéficie d'une situation exceptionnelle pour un lieu unique, face à l'Atlas, à quelques minutes du centre de Marrakech.

Al Maaden propose un concept qui répond aux attentes d'une clientèle exigeante et sensible à notre réflexion architecturale et environnementale.

Le projet comprend trois hôtels de luxe: le Park Hyatt, le W (chaîne Starwood) ainsi qu'un boutique-hôtel exclusif que l'on va très prochainement révéler. Nous proposons ainsi plusieurs gammes de villas et de villas-ryad. Par ailleurs, le golf de 18 trous est prêt et l'ouverture officielle du projet aura lieu le 11 décembre 2009, en marge du festival du film de Marrakech.

L'originalité de ce projet repose sur la réalisation de 140 villas personnalisées intégrées directement autour du parcours de Golf dans un environnement paysagé d'exception ainsi que de 4 médinas abritant des ryads de conception moderne. Le parcours de golf, signé par Kyle PHILIPS, est l'élément central du complexe autour duquel s'articulent: médinas, villas, hôtels, commerces et infrastructures sportives. La conception générale de l'opération a été confiée à Didier Lefort et le « paysagisme » est assuré par Fernando Caruncho, réputé par son originalité conceptuelle. La ligne directrice a été de trouver une harmonie entre ces villas, une harmonie traduisant l'esprit et le cachet d'Al Maaden Golf Resort.