



## Un hiver globalement satisfaisant avec des clients plus exigeants

La fin de saison hivernale 2015-2016 marque inévitablement l'heure du bilan pour les stations et tous les professionnels de la montagne. Malgré des conditions météorologiques instables, pour Nicolas Grizard, directeur commercial de MGM Constructeur, « *le bilan de la saison 2015/2016 est positif et les acquéreurs étaient bien au rendez-vous dans nos bureaux de vente !* »



© Toute la 3D



### Après un hiver exceptionnellement doux notamment au moment des fêtes de fin d'année, une période qui pèse environ 25% de la fréquentation annuelle, quel bilan dressez-vous de la saison hivernale ?

Nicolas Grizard : Pour MGM, **le bilan est positif !** Même si la neige s'est fait attendre en début de saison y compris sur les stations d'altitude, le mois de décembre a quand même été très apprécié des vacanciers, qu'ils soient skieurs ou non d'ailleurs... Les stations savent aujourd'hui parfaitement **s'adapter aux conditions climatiques et ajuster leurs activités**. Cet hiver, la neige de culture a été un bon « complément » et a permis aux inconditionnels de la glisse de s'adonner à leur passion sur une grande majorité des sites, tandis que les non skieurs ont goûté, eux, aux plaisirs de la randonnée -à pied ou en VTT- en plein mois de décembre avec un temps exceptionnel. **Le climat n'a absolument pas été un frein pour les acquéreurs qui étaient aussi nombreux dans nos bureaux de vente.**

### Qui sont ces acquéreurs justement ? Que recherchent-ils ?

N.G. : Cet hiver, nous avons eu **une majorité de clients français**, 65% de notre clientèle environ. Les 35% restants sont des Belges et des Anglais principalement même si les Anglais sont actuellement en plein attentisme... ils aiment toujours autant les Alpes françaises, sont toujours aussi séduits par nos programmes, ont toujours le même coup de cœur pour nos appartements, mais ils attendent le référendum sur le « Brexit », le 23 juin prochain, qui décidera de la sortie ou non du Royaume-Uni de l'Union européenne. Pour ce qui est des typologies d'appartements, nous sommes sur les mêmes critères que les années précédentes, **les acquéreurs veulent de l'espace**. La clientèle étrangère recherche des grands logements de type 4 pièces et 5 pièces tandis que la clientèle française se positionne plutôt sur des grands trois pièces de 60 m<sup>2</sup> avec un budget moyen qui avoisine les 360 000 €. **Globalement, nous avons aujourd'hui des clients qui sont beaucoup plus exigeants dans leurs recherches.**

### Quelles sont ces exigences ?

N.G. : Leurs exigences portent sur l'emplacement des résidences, sur la qualité de construction, la qualité des services... **La plupart de nos clients veulent être « skis aux pieds » ou « plein cœur de station »**, ils recherchent **une résidence avec un espace récréatif digne de ce nom**, c'est-à-dire avec piscine chauffée bien sûr, mais également bains bouillonnants, saunas, hammams. Ils se renseignent également sur le nombre de saunas ou de hammams, pour être certain d'avoir un minimum de bien-être y compris en période de forte affluence. Les clients sont aujourd'hui beaucoup plus regardants, plus pointilleux qu'auparavant, ils sont aussi peut-être mieux informés... ce qui nous convient parfaitement compte tenu de la qualité de nos programmes.

*« Des clients exigeants sur l'emplacement des programmes, la qualité de construction et la qualité des services »*

### Quelles stations ont séduit vos clients cet hiver ? Les stations familiales ou les grands domaines ?

N.G. : **Les deux**... Bisanne / Les Saisies sont des stations familiales, aussi vivantes l'hiver que l'été, qui ont très bien fonctionné cet hiver, sur lesquelles nous avons réalisé de belles ventes. Même constat à Valmorel, dans la Vallée de la Tarentaise. Ce qui ne nous a pas empêché d'avoir également des ventes à Tignes, Val Cenis. Bref, les demandes et les attentes de la clientèle sont assez hétéroclites lorsqu'il s'agit de choisir un site, un domaine. Encore une fois, nous sommes sur **un achat « coup de cœur »**, coup de cœur pour une station, une résidence, un appartement, etc.

*« Les stations familiales  
autant plébiscitées que les grands domaines »*

### La résidence de tourisme est un produit qui séduit toujours autant vos clients ?

N.G. : Bien sûr. L'engouement est toujours le même... c'est un produit qui convient très bien pour un achat à la montagne. Nos clients peuvent **profiter de leur appartement, bénéficier des services d'une résidence** qui leur apporte confort et bien-être tout en se constituant un patrimoine et en ayant **aucune contrainte pour la location** puisque l'exploitant s'occupe de louer le bien et de l'entretenir. Rappelons qu'un acquéreur qui achète dans une résidence de tourisme profite du statut de loueur en meublé non-professionnel qui lui permet de récupérer la TVA (20%) sur le prix d'acquisition, d'avoir des loyers garantis pendant toute la durée du bail commercial, c'est-à-dire 11 ans, et de percevoir des revenus locatifs nets d'impôts.

## MGM Constructeur à la rencontre de ses clients



MGM donne rendez-vous à ses clients, qui sont majoritairement parisiens, **le samedi 21 mai 2016**, au Sofitel Paris Arc de Triomphe (dans le 8<sup>e</sup> arrondissement) où sera organisée une journée « ventes privées ». Les objectifs de cette rencontre ? **Échanger avec ses clients, leur présenter l'actualité du groupe**, leur envoyer -ainsi qu'aux clients prospects- un signal fort : celui d'**un groupe à l'écoute de leurs envies**, qui leur offre la possibilité de venir se renseigner sur l'investissement en montagne auprès d'un constructeur-exploitant reconnu depuis plus de cinquante ans.



#### CONTACT PRESSE

#### Agence SOGO COM

Sophie Gommé / Marine Métaillier

Tél. : +33 (0)4 50 45 69 15

[sophie@sogocom.fr](mailto:sophie@sogocom.fr) / [marine@sogocom.fr](mailto:marine@sogocom.fr)