



MGM CONSTRUCTEUR PREMIER BILAN POSITIF DE LA SAISON HIVER 2018-2019



Même si la saison hiver 2018-2019 n'a pas dit son dernier mot avec encore de belles semaines à venir, force est de constater que le bilan de la commercialisation des résidences MGM s'annonce sous les meilleurs auspices. Les grandes tendances avec Nicolas Grizard, directeur commercial de MGM Constructeur, un promoteur incontournable de l'immobilier de montagne haut de gamme en Savoie et Haute-Savoie.

1. Quel premier bilan dressez-vous de la saison d'hiver dans les Alpes ?

La saison a été plutôt bonne alors même qu'il reste de belles semaines devant nous. La neige est au rendez-vous et l'ensoleillement a été exceptionnel, notamment pendant les périodes de vacances scolaires.

En ce qui concerne la commercialisation de nos projets immobiliers neufs, le bilan est positif. L'enthousiasme de devenir propriétaire d'un appartement à la montagne ne faiblit pas. La multitude d'offres proposées par MGM permet de répondre aux différentes sollicitations de nos clients, que ce soit dans des stations villages, familiales ou grand ski. L'activité n'est pas terminée car la fin de saison reste propice à la vente. Nous attendons de futurs acquéreurs dans nos bureaux de vente.

2. MGM Constructeur a livré trois résidences « nouvelle génération » cet hiver. Comment expliquez-vous les bons résultats en général, et ceux de Valmorel en particulier ?

Les acquéreurs ont été séduits par nos trois résidences à Samoëns, Les Houches et Valmorel. Ces opérations terminées, ils ont pu se projeter dans les appartements, apprécier non seulement les vues et les expositions mais aussi les volumes et la qualité des prestations. Sans oublier les équipements mis à leur disposition, depuis la réception jusqu'aux espaces récréatifs en passant par le sauna, hammam, piscine ou encore la salle fitness.



La montée en gamme de nos résidences a été un facteur déterminant qui nous a permis de faire la différence auprès de nos clients.

En ce qui concerne la résidence 5 étoiles « Anitéa » à Valmorel, elle a en effet suscité beaucoup d'intérêt. Elle conjugue un emplacement skis aux pieds et centre village et offre des prestations haut de gamme.

A noter qu'il nous reste encore de belles opportunités sur ces trois résidences.

3. Français, Anglais, Belges... quel est le profil de vos acquéreurs ?

Le profil de nos clients reste sensiblement le même. Les français représentent 60% de notre clientèle et les anglais autour de 20%. Même sous l'effet du Brexit, ils restent séduits par les Alpes françaises et intéressés par l'achat d'un bien immobilier en station. Contrairement à l'année dernière où il se sont montrés attentistes, les Anglais ont renoué avec les acquisitions chez MGM. Parmi nos acquéreurs, citons également les Belges et les Hollandais, et à la marge, les Suisses et les expatriés.

Quelle que soit leur nationalité, nos clients sont dans une optique d'investissement patrimonial. Ils veulent profiter de leur appartement, en famille ou entre amis, avant d'envisager à plus ou moins long terme une plus-value. La valorisation de leur bien s'appréciera dans le temps grâce à la qualité de nos constructions et des matériaux utilisés, mais aussi des emplacements de premier ordre que nous sélectionnons, en centre village ou ski aux pieds.

4. Étendue du domaine skiable, ambiance de la station, typologie d'appartement, emplacement de la résidence ... quelles sont les attentes de vos clients ?

La typologie d'appartement va dépendre du cadre familial et bien sûr du budget. Quant à la localisation, les Anglais et les Belges ont des stations de prédilection comme Tignes pour le grand ski, Sainte-Foy-Tarentaise pour son côté intime ou encore Samoëns pour son authenticité, sa vie en intersaison et sa proximité de Genève.

La diversité des stations proposée par MGM permet de répondre à toutes les attentes même si l'emplacement skis aux pieds ou centre station reste le critère de choix n°1.

5. Malgré l'absence de réduction d'impôts pour les acquisitions en LMNP, ce statut reste-t-il plébiscité par vos clients ?

C'est une formule qui fonctionne toujours bien à la montagne notamment auprès de notre clientèle en activité. Les occupations que nous proposons varient de 2 à 6 semaines par an, ce qui correspond à l'usage qu'ils veulent en faire. Le reste du temps, ils sont déchargés des soucis de gestion et d'entretien. Enfin, la rentabilité est garantie, que l'appartement soit loué ou pas.



CONTACT PRESSE

Agence SOGOCOM

Juliette Bernard

+33 (0) 4 50 45 69 15

presse@sogocom.fr