



“

Nos plans d'action qualité coûts/foncier/innovation portent leurs fruits. Nous les enrichissons comme nous diversifions notre mix produit, pour que Nexity Immobilier résidentiel reste précurseur sur ses marchés.”

BRUNO CORINTI, Directeur général adjoint
et Président des activités de promotion Résidentiel et Tertiaire

IMMOBILIER RÉSIDENTIEL

En 2014, les équipes du pôle Immobilier Résidentiel (IR) ont atteint leurs objectifs, malgré une année tendue. Pour 2015, Bruno Corinti et Jean-Philippe Ruggieri détaillent leurs priorités. Au programme : l'amélioration de la relation clients, une gamme élargie de produits et une offre digitale renforcée au service des clients particuliers ou investisseurs.

En 2015, tous les indicateurs sont au vert : loi Pinel, prêt à taux zéro, taux d'intérêt au plus bas et rezonage favorable de nombreuses agglomérations. Mais, dans un climat de défiance économique et politique, le marché est repassé à la main des acheteurs ; à nous de leur donner envie d'investir dans l'immobilier et de rendre notre offre attractive.

Pour y parvenir, nos équipes doivent faire preuve d'une grande pédagogie et installer un climat de confiance. La pression sur les prix et l'encadrement des investissements étant moins forts, nous devons nous démarquer en sécurisant les clients particuliers et les investisseurs institutionnels. En apportant des offres

de services globales, notre stratégie de diversification porte ses fruits. Nous enrichissons notre gamme, tout comme nous diversifions notre mix produit pour que Nexity Immobilier résidentiel reste précurseur sur tous ses marchés actuels et à imaginer.

En 2015, nous poursuivons le travail sur **nos leviers de performance**. Ainsi, l'axe recherche de fonciers, confié à Cyril Ferrette, est soutenu par l'Académie développement. La maîtrise de la qualité et des coûts, dont est responsable Jean Benucci, est soutenue par une Académie technique et un travail national de référencement, ainsi que le nouvel Access Design. Enfin, l'innovation, animée par Yann Doublier, s'illustre par le configurateur déployé à l'échelle nationale en 2015, l'auto-partage déjà expérimenté, ou encore les visites 3D, vouées à se multiplier.

Autre priorité : **la maîtrise financière** de nos projets et le suivi, du national au local, des besoins en fonds de roulement. Une vigilance qui nous permet d'assurer nos développements futurs. En parallèle, nous initions **un plan d'action sur « l'axe client »**. Avec l'aide d'Hélène Romano, nous souhaitons améliorer la qualité de cette relation pour que ce dernier se sente rassuré, privilégié et devienne prescripteur de Nexity. Cet axe s'appuie sur trois piliers : les outils nécessaires à la mise en place, le recrute-

ment et la formation des équipes, ainsi que le service après-vente et technique.

Enfin, nous voulons nous appuyer sur **une gamme élargie de produits**. Outre les solutions déjà existantes: Access Design, RHVS, RSSI, Aegide (voir page 59) – développement de 51 opérations en résidences services seniors Domitys pour 5 674 logements, grâce à notre entrée dans le capital d'Aegide dès 2008, 38,14% à fin décembre –, les équipes doivent innover sur tous les segments et imaginer les solutions immobilières et d'accompagnement des clients de demain. Avec l'aide de PERL, qui nous a rejoints en 2014, nous réfléchissons déjà, à côté de l'ULS (Usufruit de Logement Social), à de nouvelles façons d'accéder à la propriété. C'est également le cas avec la colocation, notamment grâce au site Weroom.com et à l'offre MyColoc'. Pour cette nouvelle approche des modes d'habitat, nous expérimentons, dès 2015, des produits spécifiques.

Et pour appuyer notre croissance...

Avec les tablettes tactiles, le quotidien des équipes de développement foncier et des équipes techniques a évolué vers plus de

mobilité et d'efficacité au service des clients. Nos études de besoins et de faisabilité sur le bâtiment intelligent devraient aboutir à de premiers projets.

Nous travaillons aussi à la conception de nouveaux médias – sites internet, nouvelles applications mobiles, Espace Privé Clients interactif et réseaux sociaux – pour rester à la pointe de l'interface clients. Évidemment,

pour accompagner nos collaborateurs vers ces évolutions, ils seront formés tout au long de l'année, à travers nos Académies, nos solutions d'e-learning et d'entraînement.

Sur un marché qui doit rebondir, les équipes de l'Immobilier résidentiel se tiennent prêtes pour accompagner les clients, les évolutions de consommation et imaginer les solutions de demain.

INTERNATIONAL

Le marché de l'immobilier résidentiel polonais, bien que limité, est intéressant et prometteur. Nous réfléchissons actuellement à son évolution. En Belgique, dans l'attente d'un redémarrage de l'activité tertiaire, nous livrons notre première RSS et continuons à développer cette offre de produits gérés. Enfin, en Italie, François Bonnet reprend les activités afin d'apporter notre savoir-faire, pour finaliser la commercialisation des projets en cours et structurer l'activité sur les mêmes normes d'exigence, de professionnalisme et de gestion qu'en France.



“

De l'écoute de nos clients, de l'évolution de leurs attentes, de leurs besoins et de leurs moyens dépend notre succès. Soyons mieux qu'attentifs envers eux, soyons attentionnés.”

JEAN-PHILIPPE RUGGIERI, Directeur général des activités de promotion Résidentiel et Président du Comité clients particuliers