



Prestigia piste les MRE sur les réseaux sociaux

• **5.000 cadres et professions libérales identifiés en Île de France**

• **Les services de Nass El Ghiwane pour la touche festive**

FAUT-IL voir dans la nouvelle offensive commerciale du groupe Addoha, une réaction au ralentissement du marché intérieur de l'immobilier haut standing (30% de baisse des ventes entre 2009 et 2010), une volonté d'étoffer sa clientèle de Marocains résidant à l'étranger (83% des IDE dans l'immobilier en 2010) ou, les deux à la fois?

C'est la 2e hypothèse. Selon Réda Ibn Chekroun, directeur commercial de Prestigia, marque de haut standing d'Addoha, «le marché local est loin d'être épuisé, mais cela ne nous interdit pas d'aller à la conquête de nouveaux débouchés». Depuis la création

de Prestigia en 2009, la société a vendu 5.000 unités. Et depuis le début de l'année, près d'un millier de compromis de vente ont été signés. Après les Marocains de Dubaï, le mois dernier, puis ceux de Bruxelles, Montréal et Londres

principale ou secondaire», justifie Ibn Chekroun.

L'«incentive commerciale», du nom de la nouvelle stratégie de conquête des MRE mise en place par Prestigia, consiste à organiser des événements

contre ensuite pour affiner leur qualification avant d'arrêter une base de données finale. Les retombées d'une telle approche sont nettes. Le temps du week-end de Paris, Prestigia a réalisé 30 ventes fermes, soit un chiffre d'affaires de 60 millions de DH. Une soixantaine de promesses d'achat devrait être concrétisées d'ici la fin de l'année.

En tout cas l'ordre de bataille semble lancé. «Nous disposons du nom, des coordonnées de la personne concernée, il ne nous reste plus qu'à focaliser nos échanges sur la raison de notre entrevue». Sur les 40.000 Marocains recensés, habitant l'Île-de-France, Prestigia en a ciblé 5.000, tous des cadres supérieurs ou exerçant des professions libérales. Pour l'étape de Paris, qui a duré trois jours, Prestigia s'est offert les services du mythique groupe Nass El Ghiwane, pour une soirée de gala dans un palace de la capitale française où Abdelali El Ghaoui s'est produit en première partie. □

B. T.

Ventilation chiffre d'affaires (en milliards de Dh)

Social et intermédiaire	5,91
Haut standing (Résidences principales) (Prestigia)	1,24
Haut standing (Résidences secondaires) (Excelia)	0,43

Source: Groupe Addoha

Le chiffre d'affaires de Douja Promotion (groupe Addoha) en 2010 s'établit à 7,6 milliards de DH dont le gros est formé par le social/l'intermédiaire

les mois prochains, le staff commercial de l'entreprise a mis le cap sur Paris, le week-end dernier. Il en ira ainsi auprès des Marocains de l'étranger cibles. Ceci d'autant plus, «même chez ceux de 2e ou 3e génération, ils restent très attachés au royaume et ils sont pour la plupart à la recherche d'un bien pour résidence

festifs à leur intention. C'est une «action pro-active et innovante qui permet d'aller à la rencontre des clients, au lieu de les attendre dans nos showroom», explique-t-il. La démarche consiste pour les équipes commerciales de Prestigia de cibler au préalable, via les réseaux sociaux, les clients potentiels, les ren-