

PROMOTION IMMOBILIÈRE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ● ○	Poids des investissements ● ● ● ● ● ●	Niveau de rémunération ● ● ● ● ● ○
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ● ○	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ● ○	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ● ○
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ● ●	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ● ○	Facilité de remplacement ● ● ● ● ● ○

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE	2
LA RÉGLEMENTATION DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE	5
L'ACTIVITÉ DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE	7
LES POINTS DE VIGILANCE DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE	11
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	13

LE MARCHÉ DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE

Ces dernières années, le secteur de la promotion immobilière renoue avec la croissance. C'est le segment de la vente aux particuliers de logement neuf qui est le plus dynamique et qui tire l'activité du secteur.

Plusieurs facteurs sont favorables aux promoteurs :

- la faiblesse des taux d'intérêt : elle profite aussi bien aux ménages qu'aux investisseurs immobiliers en augmentant leur capacité d'emprunt.
- le nouveau prêt à taux zéro : mis en place au 1er janvier 2016, il soutient les ventes aux propriétaires accédants (quotité financée portée à 40% de l'achat, augmentation des plafonds de revenus, possibilité de bénéficier de différés de remboursement).
- les dispositifs d'incitations fiscales (Pinel) : ils stimulent les investissements locatifs. La pierre apparaît toujours comme une valeur refuge et la baisse des rendements de l'épargne renforce cette attractivité. Les ventes à investisseurs représentent la moitié des ventes de logements neufs.

Malgré ces facteurs porteurs, les mises en chantier progressent à un rythme moins soutenu que les autorisations de construire en raison de blocages structurels à la construction : recours, complexité de la législation (urbanisme, environnement) ou encore chartes locales de construction aux clauses abusives (choix du maître d'œuvre, fixation des caractéristiques des logements, niveau de performance énergétique supérieur à la réglementation nationale, etc.).

Enfin, confrontés à la hausse du foncier et des coûts de construction (notamment en raison de la généralisation des bâtiments à la norme « bâtiment basse consommation »), les promoteurs subissent une baisse de leurs marges au détriment de leur rentabilité.

Tendances

Le rythme de croissance de la construction de logements neufs devrait fléchir. Malgré des taux d'intérêt attractifs, l'accession à la propriété sera pénalisée par le recentrage du prêt à taux zéro (sa quotité est passée de 40% à 20% en zone B2 et C dans le neuf) et la suppression du dispositif « APL accession ». La refonte du zonage du dispositif Pinel (exclusion des zones B2 et C) pèsera quant à elle sur l'investissement locatif.

Bien que les organisations professionnelles soulignent ses limites, la loi Elan, promulguée fin 2018, devrait impacter positivement le secteur : simplification des procédures et des normes, lutte contre les recours abusifs, etc.

Enfin, alors que les fonds propres des promoteurs seront altérés par l'érosion de leurs marges, les conditions de financement des projets se durciront. Dans ce contexte, le financement participatif continuera à progresser.

L'organisation du marché

- **La promotion immobilière de logements** : elle regroupe plus des 2/3 des entreprises du secteur.

Elle comprend :

- la promotion immobilière de bâtiments à usage principal d'habitation,

- la promotion-rénovation,

- la promotion immobilière de résidences hôtelières.

- **La promotion immobilière d'infrastructures** : 1 500 entreprises, soit un peu plus de 10% des entreprises du secteur, sont présentes sur ce segment (locaux commerciaux, les zones d'intérêt collectif, les équipements locaux (routes, ponts), etc.

- **La promotion immobilière de bureaux** : elle regroupe l'ensemble des sociétés participant à la promotion immobilière des bâtiments destinés essentiellement à l'usage professionnel. Cette activité regroupe moins de 500 entreprises.

- **Les supports juridiques de programme** : il s'agit des SCI de construction créées par les promoteurs pour la réalisation de chacun de leurs programmes immobiliers.

		PROMOTION IMMOBILIÈRE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	15 303 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2016	35,197 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2015)	2018	115,7 ⁽³⁾
	2017	114,7
	2016	103,0
	2015	100,0
	2014	97,6
	2013	100,2
	2012	103,9
	2011	106,3
2010	100,5	

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre 2016.

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, Bulletin statistique, « Promotion immobilière de logements ».

Les aptitudes professionnelles

Le professionnel est la plupart du temps issu de métiers de l'immobilier (architecte, administrateur de biens, artisan du BTP, ...).

Le promoteur doit avoir une parfaite connaissance du marché de l'immobilier local et de la réglementation. Il doit maîtriser toutes les techniques de construction. Il doit allier des qualités de gestionnaire, de négociateur et de vendeur.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Aucun diplôme n'est obligatoire pour exercer la profession. Il existe plusieurs formations spécialisées : DEUST "professions immobilières", Master de l'immobilier et de la construction à Marseille, DESS de la construction à Toulouse.

L'inscription au registre du commerce et des sociétés est obligatoire.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Les professionnels sont liés à leur client par des contrats :

- contrat de promotion immobilière,
- contrat de construction de maisons individuelles,
- contrat de vente en l'état futur d'achèvement....

Par ailleurs, les promoteurs doivent respecter les réglementations locales : sols, caractéristiques architecturales protégées par les Architectes des Bâtiments de France.

Le promoteur doit se soumettre à :

- l'obligation de bonne fin, par laquelle il garantit à son client la bonne exécution de la construction.
- l'obligation de respecter les prix et les délais convenus.
- la garantie contre les vices de construction.

Les opérations portant sur des immeubles d'habitation imposent un cautionnement du promoteur. Ce cautionnement est octroyé par les banques, les compagnies d'assurances agréées et les sociétés de caution mutuelle. Il garantit le maître d'ouvrage en cas d'inexécution de ses obligations par le promoteur.

L'instauration de la réglementation thermique 2012 (RT2012) est applicable au non résidentiel depuis octobre 2011 et au résidentiel au 1er janvier 2013. La RT 2012 conduit à la généralisation de la norme BBC (bâtiment basse consommation) soit une consommation de 50kWh/m2/an (contre 150 kWh avant son application).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DE LA PROMOTION IMMOBILIÈRE

L'installation

Le promoteur peut opter pour une des deux formules suivantes :

- il est maître d'ouvrage de ses propres programmes, c'est-à-dire qu'il en est commanditaire. Dans ce cas, il engage ses capitaux propres et prend des risques financiers élevés. Il doit disposer d'importants moyens financiers pour s'installer.
- il est prestataire, sous la tutelle d'un donneur d'ordres qui engage ses propres capitaux. Dans ce cas, l'installation nécessite des moyens financiers beaucoup plus modestes. Il est fréquent que le professionnel cumule les deux pratiques : en phase de démarrage d'activité, il réalise pour son propre compte des programmes peu importants et travaille pour un donneur d'ordres sur des programmes plus ambitieux.

Les investissements

Les principaux investissements portent sur les acquisitions foncières. Le promoteur est en recherche permanente d'emplacements constructibles. Les prix d'acquisition sont déterminants, puisqu'ils représentent en moyenne près de 50% du coût total d'un programme. Pour les promoteurs-constructeurs, les investissements sont particulièrement élevés pour l'équipement en matériel de construction (échafaudages, grues, engins lourds, ...). Toutefois, le recours à la location est très fréquent.

La gestion

Le suivi au quotidien

Trois périodes sont déterminantes dans la réalisation d'un programme immobilier. La période de réservation, préalable au début de la construction : le professionnel tente de commercialiser un maximum de lots, ce qui lui permettra notamment

d'alléger les charges financières et diminuer son risque de commercialisation. Durant la construction, le professionnel veille au bon déroulement des travaux, dont il est garant, et poursuit la commercialisation. A l'achèvement de l'immeuble, il est recommandé que plus de 70% des lots soient vendus. Une fois l'immeuble terminé, le professionnel doit rapidement trouver preneurs pour les invendus. Des efforts commerciaux et financiers sont la plupart du temps nécessaire.

Les recettes de l'activité

Elles sont peu diversifiées dans la mesure où la vente directe d'immeubles représente plus de 70% du chiffre d'affaires total. Toutefois, le montant des honoraires liés aux activités d'agence immobilière ou de location a tendance à se développer. Ces activités annexes permettent de compenser les périodes de baisse d'activité. Enfin, on doit noter que les écarts sont importants entre le chiffre d'affaires des entreprises de promotion de logement et celles de promotion de bureaux.

Les charges à surveiller

Les postes de charges les plus importants sont constitués par les achats et charges externes (environ 70% du chiffre d'affaires). Les frais de personnel (20% du chiffre d'affaires) sont suivis de près par les charges financières et de dotation aux amortissements (8 à 10% du chiffre d'affaires).

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend de la capacité de l'entreprise à maîtriser ses niveaux de marge. Pour cela, il lui faut parfaitement négocier les prix d'acquisition du foncier et des immeubles existants, et commercialiser dans les meilleurs délais ses

programmes. Des stocks élevés entraînent une hausse sensible des charges financières et altèrent considérablement la rentabilité.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les besoins de capitaux sont très importants pour financer le foncier, les acquisitions d'immeubles et les travaux.

		PROMOTION IMMOBILIÈRE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2017	935 ⁽¹⁾
	2016	708
	2015	549
	2014	624
	2013	659
	2012	741
	2011	800
	2010	1 024
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	1 931 K€ ⁽²⁾
	Marge brute	75,18 %
	Excédent brut d'exploitation	25,84 %
	Rotation des stocks	68 jours
	Crédit clients	48 jours
	Crédits fournisseurs	72 jours
	Besoin en fonds de roulement	11 jours

⁽¹⁾ Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾ Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

Les principales difficultés du métier

Les professionnels restent très dépendants de la conjoncture économique, des conditions d'accès au crédit et des mesures fiscales prises en faveur des investisseurs.

• Le poids des stocks :

La rentabilité d'un programme immobilier dépend beaucoup de la rapidité de sa commercialisation. Les invendus pèsent lourdement sur la rentabilité d'une opération. Par conséquent, les entreprises qui "portent" des volumes importants de logements vacants sont fortement pénalisées.

• La maîtrise des coûts de construction :

La rentabilité d'une opération de promotion dépend essentiellement de la maîtrise des coûts du foncier, des matériaux et des délais de construction. Ceux-ci doivent être parfaitement calculés et anticipés car les éventuels surcoûts sont difficilement reportables sur les prix de vente et se traduisent par conséquent par des pertes ou des manques à gagner.

• L'importance des investissements :

Elle rend aléatoire la survie des entreprises de taille modeste en cas de difficulté de commercialisation d'un seul programme. Le professionnel doit chercher à diversifier ses offres, sa clientèle, voire ses activités (il peut envisager la location immobilière, les activités d'agent immobilier ...).

Dans ce contexte, les entreprises les plus solides ont une surface financière importante, diversifient leurs programmes et anticipent fortement sur les commercialisations grâce à un réseau commercial dynamique.

EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE ACTIVITES IMMOBILIERES	2017	1 748 ⁽¹⁾
	2016	2 092
	2015	2 156
	2014	2 220
	2013	2 159
	2012	2 095
	2011	1 883
	2010	1 949
	TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Activités immobilières
Moyenne tous secteurs		60,4 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

Les principales organisations professionnelles

FFB

Fédération Française du Bâtiment
33 avenue Kléber - 75784 Paris Cedex 16
Tel : 01 40 69 51 00
<http://www.ffbatiment.fr>

FPI

Fédération des Promoteurs Immobiliers
106 rue de l'Université - 75007 Paris
Tel : 01.47.05.44.36
<https://fpifrance.fr>

SNPI

Syndicat National des Professionnels de l'Immobilier
26 avenue Victor Hugo - 75116 Paris
Tel : 01 53 64 91 91
<http://www.snpi.com>