

La force tranquille, version IFA

«C'est indéniablement le moment d'acheter ou de vendre un bien immobilier en France voisine»: le message des responsables de l'agence immobilière IFA, installée à la Porte de France (Gaillard) et filiale du groupe genevois SPG, est on ne peut plus clair. Arnaud de Jamblinne et Aïcha Ouadjinia commentent en observateurs avertis la situation du marché immobilier dans leur secteur.

Les bureaux d'IFA ont été ouverts en 1990, dans l'ensemble moderne situé juste derrière la douane de Moillesulaz. Titulaire de la carte professionnelle française, mais non membre du Cartel des agences immobilières annemassiennes, IFA est spécialisée en transactions (pas de gestion ni de location) et intervient sur la côte française du Lac (surtout pour des objets isolés de haut de gamme), dans la région frontalière (sur la couronne genevoise, principalement entre Annemasse et Saint-Julien); elle vend également des propriétés sur la Côte d'Azur. Un nouveau secteur, la remise de commerces (uniquement les pharmacies) est en développement.

L'effet EEE

Arnaud de Jamblinne ne cache pas que l'intention de la SPG, en créant IFA, était entre autres de traiter la vague attendue de demandes suisses de biens immobiliers en France suite au «oui» à l'EEE. On sait ce qu'il en est advenu. Néanmoins, «le fait d'avoir commencé à un moment de crise nous a évité de devoir encaisser des baisses de chiffre d'affaires. Nous avons connu une croissance continue, ce qui est appréciable si l'on songe que les investissements n'ont pas vraiment repris depuis la fin des années 1980», souligne le responsable d'IFA, qui ajoute: «En fait, nous n'avons pas misé uniquement sur l'EEE, mais plutôt sur notre emplacement en bout de ligne du tram 12, à proximité



Arnaud de Jamblinne et Aïcha Ouadjinia.

immédiate de la frontière. Une partie de notre clientèle est ainsi constituée, par exemple, d'étudiants français ou européens qui choisissent d'habiter en zone frontalière pour fréquenter l'Université de Genève.»

Sent-on une reprise, du côté de la clientèle française (qui forme la majorité du portefeuille d'IFA) et/ou suisse? Aïcha Ouadjinia reste prudente: «La demande est forte pour des produits équilibrés, adaptés aux besoins du marché. Trop de vendeurs sont encore gourmands et veulent obtenir un prix irréaliste, surtout en pensant à un acheteur helvétique. Nous négocions donc en amont, afin de présenter une sélection au juste prix». Ni bradage, ni surenchère: les clients d'IFA semblent apprécier cette attitude, puisque leur fidélité est très élevée, selon Arnaud de Jamblinne: «L'achat d'un bien immobilier, puis la

revente pour acheter plus grand - par exemple à la naissance d'un enfant - sont une tradition en France. Les gens reviennent chez nous, le contact se renouvelle, créant un réseau de clientèle». L'objet le plus recherché est l'appartement, voire la maison individuelle de quelque 100 mètres carrés, aux alentours du million de francs français.

Solidarité professionnelle

IFA, en tout cas, cumule un grand nombre d'avantages pour aborder le marché: collaboration avec la maison mère SPG, réservoir de clientèle suisse, statut de professionnel français à part entière, situation géographique des bureaux, spécialisation poussée. «Nous avons plutôt des confrères que des concurrents», soulignent les responsables de l'agence.

«L'époque veut que les professionnels de l'immobilier soient solidaires. Nous travaillons d'ailleurs souvent ensemble, soit en sous-traitance, soit sur des opérations importantes», relève Arnaud de Jamblinne. IFA coopère aussi avec les notaires et avocats français, dans le cadre de transactions sur des propriétés de haut de gamme, type «pièdes dans l'eau», pour lesquelles des acheteurs suisses ou résidant en Suisse se présentent régulièrement.

Et Aïcha Ouadjinia de conclure: «Les exigences de la clientèle française et suisse sont très voisines; les Suisses sont peut-être plus attachés aux vieilles pierres et les Français plus pragmatiques (neuf fois sur dix, il s'agit pour eux d'un achat fonctionnel). Dans les deux cas, le développement du marché est possible, avec un travail sérieux et en soignant le contact.» ■

Thierry Oppikoler