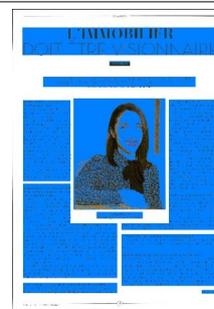


Date: 23.04.2016

'AGEFIIMMO
SUPPLÉMENT DU QUOTIDIEN ÉCONOMIQUE ET FINANCIER



L'Agefi Immo
1002 Lausanne
021 331 41 41

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 12'000
Parution: 7x/année

N° de thème: 230.065
N° d'abonnement: 3002223
Page: 20
Surface: 73'229 mm²

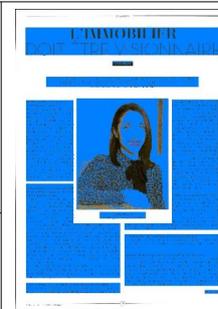
L'IMMOBILIER DOIT ÊTRE VISIONNAIRE

RENCONTRE

L'AGENCE CGI IMMOBILIER DEVIENT M3 REAL ESTATE AVEC COMME UNIQUE ACTIONNAIRE ABDALLAH CHATILA.
UN CHANGEMENT QUI S'INSCRIT DANS LA POLITIQUE DYNAMIQUE DE L'ENTREPRISE COMME LE PRÉCISE
SA DIRECTRICE GÉNÉRALE, TERESA ASTORINA.



Teresa Astorina
Directrice générale de m3 Real Estate



L'Agefi Immo
1002 Lausanne
021 331 41 41

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 12'000
Parution: 7x/année

N° de thème: 230.065
N° d'abonnement: 3002223
Page: 20
Surface: 73'229 mm²

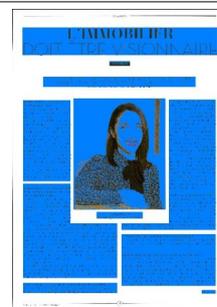
Quelles sont les raisons de ce changement de nom?

Je me suis rendue compte lors de mon arrivée à la CGI Immobilier, il y a un peu plus d'un an maintenant, que le nom pouvait porter à confusion avec notamment la CCIG, la Chambre de commerce et d'industrie de Genève et le Comptoir immobilier genevois. L'entreprise étant en pleine mutation avec le changement d'actionnariat, l'obtention de licences dont la masterlicence pour la Suisse de John Taylor, et le déménagement des bureaux à la place Cornavin, dans les anciens locaux du Temps. Le moment était donc propice au changement de nom. Nous voulions quelque chose de jeune et qui soit facile à comprendre dans les différentes langues étrangères. Nous nous sommes adressés à l'agence M&C Saatchi et en un mois et demi, nous avons trouvé le nom m3 Real Estate.

Comment faites-vous pour concilier le passé de l'entreprise et cette nouvelle image plus jeune?

L'enjeu consiste à conserver la richesse et le savoir-faire que représente l'histoire d'une entreprise qui a plus de 65 ans, tout en la faisant évoluer. Aujourd'hui, il faut être innovant et se diversifier. Nous sommes entrés dans une période où l'immobilier doit être visionnaire. C'est d'autant plus important que le secteur, bien qu'il reste actif, est devenu plus difficile ces dernières années. Nous sommes entrés dans une période où les petites agences auront de la peine à suivre. Les exigences en matière d'immobilier ne cessent de croître, il faut donc être toujours plus pointu et également être en mesure de répondre aux attentes d'une clientèle internationale. C'est, du reste, dans ce sens que s'inscrit le partenariat entre m3 Real Estate et le réseau international d'immobilier de luxe John Taylor. Avec m3 Real Estate, nous visons plus que jamais l'excellence pour le client, et celle-ci passe par le service, quelle que soit l'importance de la transaction. Cette philosophie passe par une multitude de choses, qui vont de la qualité du système informatique au niveau de connaissances de nos collaborateurs. Le métier n'étant pas protégé, il est de plus en plus difficile de recruter de bons professionnels.

Nous voulons nous positionner comme le banquier privé de l'immobilier, en offrant un portefeuille complet de services dans une approche qui concilie la tradition et l'innovation. Cette dernière s'exprime notamment dans les "masques de réalité augmentée"



L'Agefi Immo
1002 Lausanne
021 331 41 41

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 12'000
Parution: 7x/année

N° de thème: 230.065
N° d'abonnement: 3002223
Page: 20
Surface: 73'229 mm²

dont nous disposons pour la visite des biens.

Quel regard portez-vous actuellement sur le marché immobilier?

J'ai découvert l'immobilier après avoir fait plusieurs métiers. Puis je me suis passionnée pour ce secteur dans lequel je travaille depuis maintenant 25 ans. J'ai fait tous

les secteurs et j'ai été en poste dans plusieurs villes en Suisse romande et alémanique. J'ai une connaissance très vaste du marché. Nous sommes confrontés à des cycles, et même si la situation est plus difficile, il ne faut pas non plus peindre le diable sur la muraille. Actuellement, l'immobilier commercial souffre en raison de la situation économique générale et du départ de Suisse de beaucoup d'entreprises, ce qui pèse sur le marché. Il y a donc une correction et une adaptation des prix des surfaces commerciales. La solution réside dans des prestations complémentaires comme les conseils personnalisés ou la mise en place d'un aménagement personnalisé des locaux en fonction des besoins des clients. Il est aussi indispensable de faire un effort sur la durée des baux. Celle-ci peut difficilement s'étendre sur 10 ou 20 ans comme c'était le cas auparavant. Les entreprises ne veulent plus s'engager sur le long terme. La situation est presque la même dans toute la Suisse.

Quels sont vos projets en cours?

Ils sont nombreux, mais il y a par exemple à Genève, à Plan-les-Ouates, le Stellar 32. Il s'agit d'un immeuble d'activités de 34 000 m² avec hôtel, restaurant et un parking souterrain de 640 places. Cette future construction s'inscrit dans une approche de développement

durable avec une production thermique assurée par la combinaison d'une pompe à chaleur et raccordement à un réseau de chauffage à distance.

La Suisse intéresse-t-elle toujours les investisseurs?

Oui, l'intérêt des institutionnels pour les grandes villes suisses est toujours bien présent. Il en est de même pour les acheteurs privés étrangers malgré la situation économique.

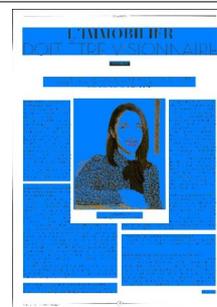
Quelles sont les perspectives de m3 pour les prochains mois ?

Pour m3, notre objectif est d'offrir davantage de proximité et de service à notre

Date: 23.04.2016

'AGEFI IMMO

SUPPLÉMENT DU QUOTIDIEN ÉCONOMIQUE ET FINANCIER



L'Agefi Immo
1002 Lausanne
021 331 41 41

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Magazines populaires
Tirage: 12'000
Parution: 7x/année

N° de thème: 230.065
N° d'abonnement: 3002223
Page: 20
Surface: 73'229 mm²

clientèle, et devenir l'expert de l'immobilier à Genève. Nous avons toutefois la volonté de nous développer à Zurich afin de pouvoir faire le lien entre notre groupe et les clients souhaitant investir dans l'immobilier à Genève. Quant à John Taylor, c'est de trouver des partenaires ad hoc afin d'offrir une palette élargie de nos prestations sur tout le territoire suisse. Et enfin, d'avoir des collaborateurs qui s'imprègnent de notre nouvelle marque m3 et de la nouvelle orientation. Si les collaborateurs sont motivés, le travail sera encore meilleur et les clients seront satisfaits!

Odile Habel