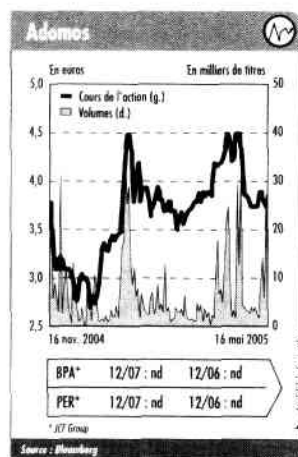


Adomos affiche ses ambitions sur un marché porteur

La société spécialisée dans la vente d'immobilier d'investissement locatif veut accroître ses ventes en province pour prendre une dimension nationale

Depuis sa création il y a cinq ans, Adomos a réussi à se faire une place sur un marché de l'investissement immobilier locatif en expansion grâce aux dispositions fiscales de la loi Robien. Ce nouveau venu reste toutefois d'une taille modeste sur un marché estimé à 9 milliards d'euros qui a représenté 64.960 logements neufs en 2004. Si le premier intervenant du secteur, Actif+ (Groupe Banque Populaire) affiche 5.880 actes sur son exercice 2003-2004, Adomos a réalisé l'an dernier seulement 700 réservations.

Pour se distinguer de la concurrence, Adomos a choisi internet pour proposer un service complet allant de la recherche du programme immobilier à l'assurance locative, en passant par le montage financier de l'opération. Ses revenus sont basés sur le commissionnement (entre 5 et 9 %) sur les ventes versé par le promoteur. Outre ce métier de distributeur immobilier (68 % du CA 2004), la société est aussi positionnée



sur la presse immobilière gratuite via sa structure baptisée MDHM - acquise en 2001 - qui a représenté 32 % de l'activité l'an dernier et 10 % du résultat. Ce positionnement lui a permis de dépasser en 2003 le point mort et d'afficher l'an passé des résultats en forte progression.

Son chiffre d'affaires ressort ainsi en hausse de 79 % à 9,7 millions d'euros, en ligne avec les estimations de la direction qui visait une activité de l'ordre de 10 millions d'euros. Son résultat d'exploitation passe de

0,16 million d'euros en 2003 à 1,11 million en 2004 tandis que son résultat net a atteint 1,04 million contre 0,56 million. L'exercice 2005 s'annonce aussi de bonne facture alors que le président Fabrice Rosset anticipe 1000 réservations sur l'année en cours. Au 31 mars 2005, le portefeuille de réservation (380) est déjà supérieur de 110 % à celui du 31 mars 2004. La direction annonce pour 2007 viser à « devenir le leader français de la distribution d'immobilier en investissement ».

Pour cela, la société compte de nouveau augmenter ses efforts de communication (+800 % entre janvier 2003 et janvier 2005) mais surtout accroître sa couverture nationale encore trop focalisée sur l'Île-de-France. Adomos a donc décidé de miser sur des conseillers en province et compte aussi sur des partenariats avec des établissements ne disposant pas en interne d'offre complète liée à l'acquisition d'un bien immobilier.

▲ J.-D.C.