

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 51 (1971)
Heft: 3: Confort et habitat

Artikel: Ce que vous devez savoir si vous désirez vendre aux promoteurs-constructeurs français...
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-887663>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

SI VOUS DÉSIREZ VENDRE AUX

PROMOTEURS-CONSTRUCTEURS FRANÇAIS...

Nous avons, à plusieurs reprises, été consultés par des fabricants suisses désireux de connaître les débouchés offerts en matière d'équipement intérieur dans le cadre des grands ensembles.

Nous pensons intéresser un certain nombre d'entre eux en donnant, ci-dessous, les résultats d'une enquête effectuée auprès des milieux compétents afin de répondre aux différentes questions soulevées.

Statistiques des appartements construits par catégories.

En 1970, les statistiques officielles sont les suivantes :

— Habitations à Loyer Modéré offertes à la location	120 400
— Habitations à Loyer Modéré offertes à l'accession	34 100
— Logements bénéficiant des primes et prêts du Crédit Foncier de France	147 200
— Logements bénéficiant seulement des primes du Crédit Foncier de France	52 100
— Autres logements	101 200
Soit un total de	455 000

Il importe à ce propos d'apporter quelques précisions.

Les logements des deux premières catégories, soit 154 500, bénéficient pour la totalité de leur financement de l'aide de l'État.

Les logements des deux catégories suivantes, soit 199 300, ne bénéficient que pour une partie de leur financement de l'aide de l'État ; le reste étant assuré par le concours d'investisseurs privés et de prêts bancaires.

Enfin, la dernière catégorie, soit 101 200, ne bénéficie d'aucune aide de l'État, et est construite avec les seuls capitaux des promoteurs et des investisseurs auxquels s'ajoutent bien sûr les emprunts bancaires.

Importance de l'équipement intérieur.

Le marché français de la construction se trouve, en cette matière, pris entre deux exigences, hélas contradictoires.

Ce sont, d'une part, l'intérêt commercial d'appartements équipés donc séduisants (à ceci s'ajoute qu'un marché d'équipement passé par un promoteur, met à la disposition du public des matériels à un prix inférieur à celui qu'il obtiendrait en s'adressant isolément aux différents fabricants ou revendeurs) ; d'autre part, le coût global du logement dont dépend la plus ou moins grande masse des locataires ou d'acquéreurs solvables.

L'histoire du marché français, depuis quelques années, est une suite de longues hésitations entre le choix de chacune de ces exigences. L'idée d'équiper les appartements est née en fait lors d'une crise commerciale qu'a connue le marché à partir de 1964.

Afin de faciliter l'écoulement des stocks immobilisateurs de capitaux, les promoteurs constructeurs, victimes de la crise, ont, sans grand souci de rentabilité, offert au public des appartements dotés d'équipements inconnus jusqu'alors (appareillage électro-ménager, meubles, équipement sanitaire autre que le strict nécessaire).

Le public s'est donc forgé une image du produit logement à laquelle s'imposait, chaque fois un peu plus, la notion d'un équipement aussi complet que possible.

Sur ce plan, il est indéniable que la tendance devrait aller vers un équipement chaque jour mieux conçu et plus diversifié.

Malheureusement, tout le problème du marché de la construction en France tient à la solvabilité de la demande. Cette solvabilité se traduit par les possibilités des prélèvements mensuels sur son budget, de chaque candidat acquéreur ou locataire.

Ceci veut dire que pour les couches inférieures du marché, toute augmentation si petite soit-elle du coût global du logement, donc des mensualités à payer, exclut du marché un nombre important de candidats potentiels.

Il serait trop long de vous détailler ce problème grave ; sachez seulement en conclusion que, pour la part du marché où l'aspect commercial peut l'emporter sur l'aspect financier, l'équipement jouera un rôle de plus en plus important. Ça n'est là au maximum que 10 % du marché. Pour 40 % de celui-ci, c'est-à-dire les couches moyennes de la population, les producteurs demeurent écartelés entre les deux exigences ci-dessus énoncées et c'est en fonction de détails propres à chaque opération que le promoteur penche pour l'équipement total ou partiel ou pour un produit répondant seulement aux besoins essentiels.

Enfin, pour le reste, le grand marché encore à ouvrir, de ceux qui à l'heure actuelle peuvent à peine espérer accéder à l'acquisition d'un logement neuf, seul un coût global du logement est important et, sauf cas exceptionnel, il est à prévoir que l'équipement y sera toujours réduit au strict minimum.

Rôle respectif de l'architecte et du maître d'œuvre.

Pendant de longues années et pour des raisons que nous n'analyserons pas ici, les promoteurs constructeurs, tant du domaine public que du domaine privé, ont commis l'erreur de s'en remettre totalement de la solution des problèmes techniques et technologiques à des responsables extérieurs, que ce soit architectes, bureaux d'études ou divers autres maîtres d'œuvre.

Les erreurs commises et des modifications de la législation en matière de responsabilité inversent à l'heure actuelle, au moins dans le secteur privé, cette fâcheuse tendance.

Le promoteur est le maître de l'ouvrage responsable de sa qualité et de sa conformité. Il est donc doté du pouvoir de décision ; les maîtres d'œuvre sont des collaborateurs techniques importants, apportant leurs connaissances et leurs activités propres, mais obéissant en dernier lieu aux consignes données par le maître de l'ouvrage.

Comment se font les appels d'offres ?

A qui adresser une documentation spontanée ?

Quelles sont les conditions habituelles de facturation et de règlement ?

Il s'agit en fait d'un panorama succinct de l'organisation du marché de la construction telle qu'elle peut intéresser un industriel.

Trois modes de passation de marchés sont utilisés en France :

- L'adjudication qui est le propre de l'administration donc des marchés d'État.
- Le gré à gré c'est-à-dire la négociation d'un promoteur et d'un entrepreneur choisis par avance, donc qui ne se trouvent pas en position de concurrence.

— Et enfin la plus appliquée des méthodes, au moins dans le marché privé, l'appel d'offres restreint qui met en concurrence un nombre limité d'entrepreneurs dans la fourchette moyenne de deux à dix.

Précisons à cette occasion que la tendance trop générale, jusqu'à maintenant, à choisir l'entrepreneur le moins disant se retourne très nettement et que le choix tend à se faire non plus seulement sur le prix mais aussi sur la qualification des entreprises et sur les choix techniques qu'elles préconisent.

En général, sur la plus grande partie du marché, à l'exception des promoteurs privés membres de la Fédération Nationale des Promoteurs Constructeurs, le choix des matériels et des matériaux dépend des entreprises. L'initiative de la F.N.P.C., appuyée sur l'évolution du marché, amène les promoteurs maîtres d'ouvrage à décider personnellement, avec l'aide des importants moyens de leur organisme syndical, du choix technique et même de la sélection des matériaux et matériels.

En conséquence de tout ceci, nous pouvons affirmer que pour un industriel la pénétration du marché comporte trois directions précises :

a) — **Les maîtres d'ouvrage.** Il importera chaque jour davantage de les documenter.

b) — **Les maîtres d'œuvre.** Il sera toujours nécessaire de les informer techniquement et commercialement car, même lorsqu'ils ont à obéir aux prescriptions de leurs maîtres d'ouvrage, ils auront souvent à surveiller les appels d'offres.

c) — **Les entrepreneurs.** Ils demeureront toujours les metteurs en œuvre ; il importe qu'ils connaissent les matériels et qu'ils puissent en parler aux maîtres d'ouvrage et d'œuvre.

Quant aux problèmes de facturation et de règlement, à l'exception de quelques matériels finis et dont la pose ne nécessite pas l'intervention d'un spécialiste, l'entrepreneur demeure le client nominatif direct de l'industriel ; c'est donc à lui que sont fournies les livraisons, à lui que les matériels sont facturés et c'est lui qui en assure le règlement.

Il peut y avoir à cette règle un certain nombre d'exceptions, tel qu'un accord liant industriels, entrepreneurs et maîtres d'ouvrage qui peut préciser que c'est le maître d'ouvrage qui paiera l'industriel en lieu et place de l'entrepreneur.

Ce procédé s'appelle la délégation de paiement.