

## **Pitch Promotion devient Pitch Immo et annonce sa nouvelle stratégie de croissance**

*Une dynamique incarnée par une nouvelle identité de marque*

**Paris, le 7 octobre 2021** – Fort de plus de 30 années d’existence, Pitch Promotion accélère aujourd’hui sa dynamique de développement, avec l’objectif de doubler sa production à l’horizon 2025 pour atteindre 5 000 logements commercialisés par an. Pour soutenir cette ambition, la marque généraliste du groupe Altarea présente sur les marchés de l’immobilier résidentiel et tertiaire, capitalise sur l’ancrage territorial et développe un plan stratégique et opérationnel articulé autour de 4 axes forts et différenciants : l’humain au cœur, l’intégration locale, la qualité de vie et la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE).

Pour incarner cette dynamique, Pitch Promotion devient Pitch Immo, et se dote d’une toute nouvelle identité visuelle et d’une nouvelle signature « *Plus proche de vous pour aller plus loin* ».

*« Nous avons la volonté d’insuffler une nouvelle dynamique pour atteindre des objectifs de croissance ambitieux et répondre encore mieux aux attentes des collectivités locales et de nos clients. Après la pandémie, on constate aujourd’hui que la proximité et la RSE sont des valeurs qui comptent de plus en plus pour les Français. Ces valeurs sont justement et depuis toujours, au cœur de notre identité et de notre organisation. Notre ambition aujourd’hui est de capitaliser sur ces atouts historiques et de les placer au service de notre stratégie, pour en faire un levier de développement commercial et de différenciation », déclare Alexis Moreau, Directeur général de Pitch Immo.*

### **4 axes stratégiques pour servir des objectifs ambitieux**

En tant que promoteur multi-local et à taille humaine, Pitch Immo puise dans son savoir-faire historique pour en faire émerger 4 axes stratégiques qui guideront son développement sur les quatre années à venir :

#### **L’humain au cœur**

L’organisation de Pitch Immo s’inscrit dans un fin maillage territorial avec 4 directions régionales et 7 agences (Paris, Lyon, Toulouse, Aix-en-Provence, Bordeaux, Montpellier et Nice). Les équipes sont à taille humaine et les interlocuteurs qui suivent les projets sont les mêmes, de la conception à la livraison.

Pour accompagner le développement de l’attractivité des villes moyennes, phénomène accentué par la crise sanitaire, Pitch Immo va renforcer sa présence dans de nombreux territoires : Var, Savoie-Léman, Auvergne, Bourgogne, Loire-Atlantique. Le renforcement du maillage territorial de Pitch Immo pourra également passer par des opérations de croissance externe locales.

#### **L’intégration locale**

Pitch Immo a fait de la co-construction avec les acteurs locaux (collectivités locales, partenaires locaux, associations, riverains...) sa marque de fabrique. Ce sont ainsi des programmes sur-mesure,

non standardisés et avec une conception et des architectures adaptées à chaque ville, voire à chaque quartier, qui sont livrés.

Le programme *ADN Borely* situé à Marseille (13) et conçu par les architectes Jean-Michel Wilmotte et Didier Rogeon, en est l'illustration. S'intégrant parfaitement dans son environnement préservé, *ADN Borely* a été labellisé Bâtiment Durable Méditerranéen (BDM).

Décerné par l'établissement Euroméditerranée, ce label récompense les projets qui portent une attention particulière aux matériaux biosourcés et dont la conception prend en compte les caractéristiques climatiques et sociales locales.



Par ailleurs, Pitch Immo favorise le tissu économique local à chaque fois que cela est possible. Pour chaque opération conduite, Pitch Immo fait le plus possible appel aux acteurs et opérateurs locaux. La provenance des matériaux est également fondamentale. Ainsi, en 2020, la part d'achats locaux sur les chantiers s'élevait à 83%.

### La qualité de vie

Pitch Immo est depuis toujours très attaché à la qualité de vie offerte par les programmes développés. Ainsi en matière de logements, une attention particulière est portée aux espaces extérieurs, et notamment aux espaces verts, ainsi qu'à la qualité de l'air et des prestations.



Par exemple à Nice (06), le programme *Joia* intègre 2 000 m<sup>2</sup> de jardins cultivés en terrasse, en plus de jardins pédagogiques. La maîtrise de la qualité de l'air et de l'eau a elle aussi été centrale dans la conception du projet, qui a été certifié NF Habitat HQE®. L'écoquartier dont la livraison est prévue en 2024, respecte également le Cadre de Référence pour la Qualité Environnementale (CRQE), développé spécifiquement pour le territoire de la plaine du Var.

En matière d'immobilier tertiaire, Pitch Immo travaille aussi à concevoir des bâtiments adaptés aux nouveaux usages, à l'image du *Campus Orange Tolosa* à Balma (31) près de Toulouse, livré en mai dernier. Les bureaux y ont été conçus comme de véritables lieux de vie, orientés vers le parc paysagé. *Orange Tolosa* propose ainsi des espaces lumineux entièrement modulables, propices aux échanges et répondant aux enjeux et aux besoins du bureau de demain.



Pitch Immo anticipe les évolutions sociétales et les nouveaux usages amenés à se développer. Cela se traduit notamment par un élargissement de son offre en matière de résidences services.



A Fontainebleau (77), la marque participe à la création d'un Campus international des Arts, dans le cadre de la reconversion du quartier des Héronnières. Ce Campus novateur, respectueux du patrimoine et de son environnement, sera dédié aux arts, au design et au management. Sa résidence étudiante, le Clos des Ébats, comprendra, en plus des 874 logements, un food-court, des parcours verdoyants abritant des œuvres, un théâtre en plein air et des équipements sportifs.

Enfin, le développement de nouveaux produits et de solutions innovantes fait résolument partie de l'ADN de Pitch Immo. À Enghien-les-Bains (95), le programme *Élégance* propose 5 appartements dont deux T7 qui sont programmés pour faire du coliving -logements partagés- à destination des séniors. Le principe est de leur proposer une nouvelle façon d'envisager leur futur, en rompant avec l'isolement et la perte d'autonomie.



### La RSE

L'engagement de Pitch Immo en faveur de la RSE s'illustre depuis longtemps au travers des réalisations et des projets conduits par la marque.

Il se traduit d'abord par la large place accordée au végétal dans les projets. Par exemple, à Lyon (69), le projet des Caisses d'Épargne comprendra 2 700 m<sup>2</sup> d'espaces verts avec des nichoirs, un patio, des plantes locales visant à créer des îlots de fraîcheur naturels.



A Rueil-Malmaison (92), au cœur de l'éco-quartier de l'Arsenal, le projet *High Garden* est égayé par des jardins partagés et des potagers communs au sol et en toiture terrasse.

L'innovation en matière de maîtrise énergétique est également centrale dans la conception. Le chauffage est assuré par la géothermie, l'immeuble dispose d'un système de récupération des eaux grises et d'un affichage des consommations d'énergie des parties communes dans les halls.

Pitch Immo est également engagé dans la réduction de ses émissions de carbone. Certifiée NF Habitat depuis 2006, puis HQE® en 2010, la marque privilégie dans la mesure du possible les matériaux bas-carbone (brique, ardoise, meulière, bois, terre cuite...) et biosourcés, pour limiter l'impact écologique et respecter l'architecture locale. Il favorise également la filière du réemploi et la revalorisation des déchets.

Depuis 2021 les permis de construire des nouvelles opérations sont déposés en conformité à la labellisation Energie+ Carbone- (E+C).

Pitch Immo souhaite aller encore plus loin. Ainsi, dès 2022, Pitch Immo forte de son expertise dans l'expérimentation E+C-, intégrera aisément la nouvelle RE 2020 et constituera son profil personnalisé : « Pitch engagement carbone, certifié par Cerqual ».

A l'horizon 2025, l'objectif fixé pour Pitch Immo est d'obtenir 100% de ses opérations labellisées BBCA (Bâtiment Bas Carbone).

### **Une nouvelle identité et de nouveaux attributs de marque pour incarner cette dynamique**

Pour soutenir sa dynamique de croissance, l'entreprise se dote d'une toute nouvelle identité de marque. Pitch Promotion devient Pitch Immo.

Le logo a été revu : une typographie ronde pour traduire la proximité avec les clients et les partenaires, et avec des couleurs (et notamment un vert) plus vif et modernisées. Une nouvelle signature traduit cette dynamique et la stratégie d'entreprise : « Proche de vous pour aller plus loin ».

#### **À propos de Pitch Immo**

Depuis 30 ans, Pitch Immo a fondé son développement sur un ancrage territorial fort qui a bâti sa réputation de promoteur local de confiance, au plus proche et au service des territoires et de ceux qui y vivent.

Avec plus de 10 000 logements livrés ces dernières années, Pitch Immo poursuit son développement et son ambition d'offrir à Paris, Lyon, Toulouse, Aix-en-Provence, Bordeaux, Montpellier et Nice, un immobilier pensé différemment.

Un immobilier humain, pensé pour et avec les futurs acquéreurs et les territoires, bâti par des artisans et des architectes locaux.

Un immobilier sur-mesure, intégré localement, au service de la ville, pensé pour le bien de la ville et de la vie de ses habitants, pour des réalisations qui s'intègrent au mieux dans le territoire.

Un immobilier qui allie bien-être et utilité, compatible avec les nouveaux usages, avec pour but principal d'offrir la meilleure qualité de vie possible à ses habitants.

Un immobilier durable enfin, construit éthiquement et qui minimise son impact négatif sur l'environnement, parce qu'aujourd'hui, le dehors a autant d'importance que le dedans.

Pitch Immo est une marque du groupe ALTAREA. Pitch Immo bénéficie ainsi du soutien financier et humain d'un grand groupe tout en gardant l'agilité et la proximité faisant partie intégrante de son ADN.

#### **Contacts Presse : Agence Shan**

**Cécile SOUBELET**

Directrice conseil

06 12 94 05 66

[Cecile.soubelet@shan.fr](mailto:Cecile.soubelet@shan.fr)

**Lucas Hoffet**

Consultant

06 16 04 64 61

[lucas.hoffet@shan.fr](mailto:lucas.hoffet@shan.fr)