

Spécial Immobilier/Aurélie Huertas, directrice marketing et communication des Senioriales « 80% des résidents sont propriétaires et 20% locataires d'investisseurs »

Publié le 28 novembre 2012 par [Jean Yves Ruaux](#).



Senioriales a adapté les villages seniors américains au paysage français en réduisant leur taille et en les rendant plus conviviaux. Aurélie Huertas, directrice marketing et communication des Senioriales, explique que la société du groupe Pierre et Vacances décline désormais son concept dans les grandes villes pour des populations plus âgées, mais aussi dans des contextes intergénérationnels tout en continuant à implanter des villages.



Comment le concept de base des senioriales a-t-il évolué ?

Les promoteurs toulousains André et Paul Ramos avaient apporté au marché français des seniors une réponse en villages qui reposait sur quatre valeurs fondamentales que la société, désormais incorporée au groupe Pierres et Vacances, fait toujours vivre. Quatre idées fondamentales gouvernent nos valeurs.

1. La sécurité, avec la présence d'une grillage autour du village, des interphones, un gardien-régisseur. Mais cette sécurité réside autant dans le fait que l'on a des voisins qui veillent sur nous. Si on voit que les volets ne se lèvent pas, quelqu'un frappera à la porte.
1. Des maisons de plain-pied, avec la climatisation, des [volets roulants](#) électriques, des douches sans seuil, afin que les gens puissent demeurer chez eux plus longtemps.
2. Un clubhouse pour la convivialité avec bibliothèque, billard, piscine et un animateur qui organise des sorties en minibus.
3. La dimension vacances de Pierres et Vacances avec des réductions pour des séjours dans ses résidences allant jusqu'à 75%

Quel est le prix du produit de base ?

Il s'agit d'une maison T3/T4 de 80 à 110 mètres carrés pour un prix moyen de 25000 euros et des charges de 150 à 180 euros mensuels.

Quelle est la cible ?

Des seniors autonomes assez jeunes. Ils ont en moyenne 65 ans lors de la signature du contrat. Les 2/3 vivent en couple. 30% sont originaires de la région d'implantation du village et 50 % ont migré depuis le Nord de la Loire. Mais, avec le village d'Equemauville (Calvados), nous allons accroître notre développement hors du Sud où la société s'est d'abord construite. En moyenne, 80% des résidents sont propriétaires et 20% locataires d'investisseurs.

Vous développez un concept pour des seniors plus âgés désormais.

Tout à fait. « Les Senioriales en ville » visent les septuagénaires urbains. Les Senioriales en ville épousent les mêmes valeurs – sécurité, confort, convivialité. Mais elles s'adressent à des personnes, de 75 ans et plus qui veulent se simplifier la vie. Elles veulent rompre l'isolement dans des agglomérations de 30 à 40000 habitants. Elles sont construites à proximité immédiate des transports et des services. Localement, on développe des partenariats de prestations qui peuvent être fournies à la carte, portage de repas, aide ménagère... Ils sont administrés par un régisseur.

Quels sont les concurrents des senioriales ?

Il y en a peu, exception faite des Villages d'or pour les maisons. D'autres promoteurs ont tenté mais se sont cassé le nez. En dix ans, les Senioriales ont développé un vrai savoir-faire avec 33 résidences livrées et une douzaine en cours de commercialisation. Celle de Pont-Aven sera la première en Bretagne. Nous ne sommes pas touchés par la crise mais l'année 2013 offre un contexte économique qui se prête difficilement aux projections.

Etes-vous au bout de votre modèle de marketing ?

Non, mais nous commençons aussi à développer des modèles intergénérationnels avec les Senioriales (96 unités d'habitation) et les Résidiales (30 unités) d'Emerainville (77). La formule unit le concept des Senioriales en ville avec un dispositif d'habitat destiné aux générations cadettes, les bâtiments étant reliés par un salon-club. Cette alliance a été jugée intéressante par les intéressés, des parents pouvant faire garder leurs enfants par les grands-parents dans l'autre aile. Le tout est offert avec une gamme de services proposée dans les Senioriales et les Résidiales. C'est un beau prototype.

Comment voyez-vous le futur du marché ?

En 2010/2011, Les Senioriales ont réalisé un chiffre d'affaires de plus de 69 millions €. L'étude Xerfi montre que la totalité du parc actuel de résidences services et villages seniors ne dépasse pas 200000 unités d'habitation. Si on rapporte ce chiffre au nombre de seniors, on a l'image d'un marché plus qu'ouvert !

Comment vous développez-vous ?

Avec nos équipes de développeurs fonciers, mais aussi les collectivités locales. On a fait le salon des maires et on favorise le bouche à oreille entre nos résidents dont on a réuni les représentants pour un séminaire ludique à Center Park Sologne. L'aventure continue !