

# LES SENIORIALES

Paris, le 16 mai 2007

## Sommaire

- **Résumé**
- **Le Marché des résidences seniors**
  - Le marché
  - La concurrence
- **Présentation du concept Les Senioriales**
  - Concept
  - Offre
- **Réalisations et projets**
- **Acquisition par le Groupe Pierre & Vacances**
  - Intérêt stratégique de l'acquisition

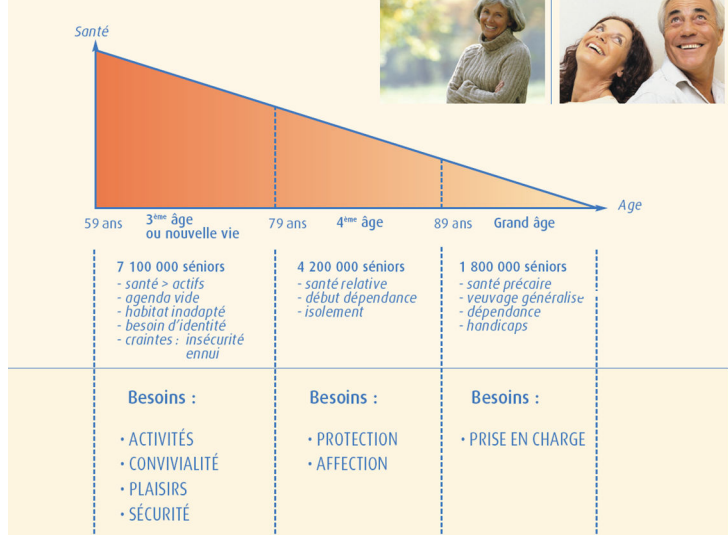
- Acquisition d'une des principales sociétés de promotion immobilière spécialisée sur un segment à fort potentiel : les seniors actifs et autonomes.
- Ce marché de 7 millions de personnes va croître à un rythme annuel de l'ordre de 10 % grâce à l'arrivée des classes d'âge du baby-boom, soit 800 000 personnes par an.
- Les Senioriales ont développé un concept novateur de résidence spécialisée répondant aux attentes spécifiques de cette clientèle.
- Ce concept est en phase de développement intensif : 11 Senioriales en cours de réalisation ou de commercialisation, 12 autres en cours de dépôt de permis de construire.
- Un chiffre d'affaires de 31 M€ au 31 mars 2007.
- Ebitda de 4 M€ au 31 mars 2007, le double prévu au 31 mars 2008.
- Prix d'acquisition de 23M€.
- Multiple de résultat (Per) de 11,5 au 31 mars 2007 et de 5,6 au 31 mars 2008.

## Le Marché des résidences seniors

Le Marché  
La Concurrence

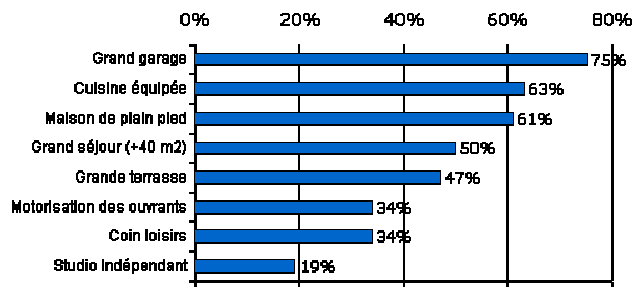
- La cible des Senioriales : les seniors actifs et autonomes, de 55 à 75 ans, soit 7,1 millions de personnes aujourd'hui.
- Les générations du baby-boom (1946-1974) vont alimenter cette cible à un rythme de plus de 800.000 personnes par an (+ 10 % par an).
- Les seniors disposent d'un pouvoir d'achat supérieur de plus de 20 % à celui des moins de 50 ans (estimation DGI).
- Les jeunes retraités (60-69 ans) sont parmi les classes d'âge les plus mobiles de la population supérieures à celles des 30-34 ans ou des 40-44 ans, et beaucoup plus élevée que celles des 45-59 ans – Source INSEE (Enquête logement).
- Les jeunes retraités privilégient la maison individuelle en propriété.

Les 3 stades des seniors en France



## LES ATTENTES DES SENIORS EN PRODUIT IMMOBILIER

(étude IPSOS 2003)



Cette étude a guidé les Senioriales dans l'élaboration de leur concept.

16 mai 2007 - 7

## Le Marché

### Les attentes des seniors retraités actifs analysées par les Senioriales

**Convivialité** : Se retrouver entre seniors retraités actifs, dans un environnement humain attrayant où les rencontres sont facilitées pour éviter l'isolement et l'ennui

**Sécurité** : assurée par le dispositif d'entrée, le gardien et aussi la présence des voisins

**Confort** : pas de pente, pas de marches dans les maisons, climatisation ...

**Mobilité** : Certains sont prêts à quitter leur environnement, d'autres adhèrent au concept mais seulement si il est "près de chez eux"

### Le marché "adressable" (source INSEE - ODDO)

- Sur un marché total de 350.000 logements en 2005 (promotion et construction), 60.000 unités pour les secundo accédants
- Sur le marché des secundo accédants, 36.000 maisons individuelles
- Part des seniors dans le logement neuf : 43%

→ **Soit un marché "adressable" d'environ 15.500 logements en 2005**

16 mai 2007 - 8

### ● Les acteurs de l'immobilier destiné aux seniors

- Pour les 55-75 ans :
  - Résidences seniors : Senioriales, Domitys, Villages d'Or ;
  - Constructeurs de maisons individuelles : Maison France Confort, Dalis ;
  - Les grands promoteurs (Nexity; K&B ...) ne proposent pas de produit spécifique seniors.
  
- Pour les plus de 75 ans :
  - Maisons de retraites/EPHAD : Orpea, Medica, Medidep ;
  - Résidences services : Domitys.

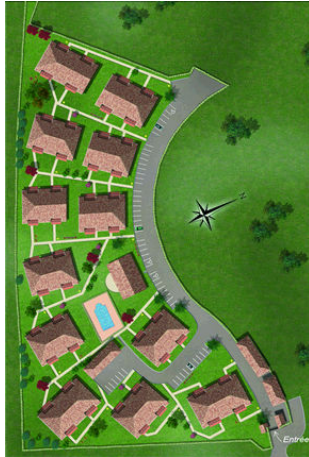
## Présentation du concept Les Senioriales

Concept  
Offre

- Un concept de résidences non médicalisées spécifiquement destinées aux seniors actifs et autonomes (environ 65 ans lors de l'acquisition), conçues autour de 3 thèmes : **convivialité, confort, sécurité.**
- Résidences situées à proximité immédiate de villes moyennes, dans le Sud, « LES SENIORIALES AU SOLEIL » mais lancement de plusieurs SENIORIALES dans le Nord et l'Ouest de la France pour répondre à la demande « LES SENIORIALES PRES DE CHEZ VOUS ».
- Des surfaces de maisons (uniquement en T3) comprises entre 60 et 90 m<sup>2</sup>.
- Vendues en accession à la propriété, sans engagement de gestion du promoteur.
- Des prix d'acquisition de 180 K€ à 270 K€.
- Des charges de copropriété limitées à 1500 € / an en moyenne.

- **Résidences composées de 60 à 70 maisons en moyenne, regroupées par 4, offrant :**
  - Proximité et convivialité entre les habitants, tout en préservant leur indépendance ;
  - Sécurité : résidences clôturées, portail à commande électrique.
- **Des maisons de plain-pied sans seuils ni marches, avec des équipements adaptés : volets roulants électriques, dressing, climatisation...**
- **Equipements de services :**
  - Club house : centre convivial des résidences avec piscine ou jacuzzi ;
  - Un gardien à l'année logé sur place, et une animatrice à temps partiel ;
  - Un responsable événementiel au niveau de la société «Les Sénioriales» chargé d'organiser karaokés et soirées dansantes dans les résidences ;
  - Une navette gratuite gérée par la copropriété.

● Un village « type »



● Exemple d'un T3



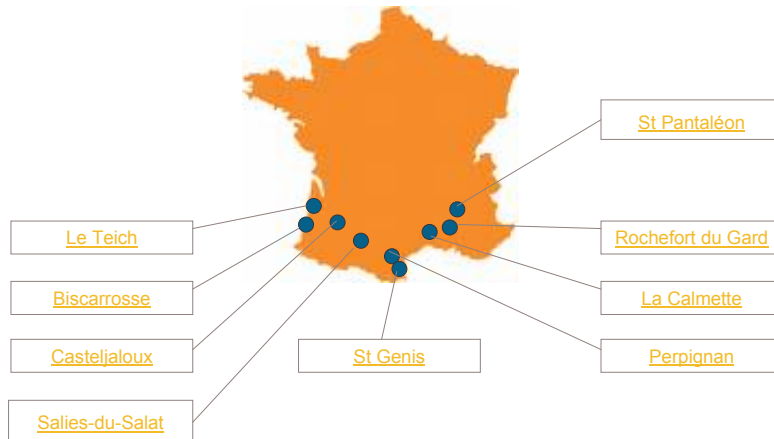
● Le club House



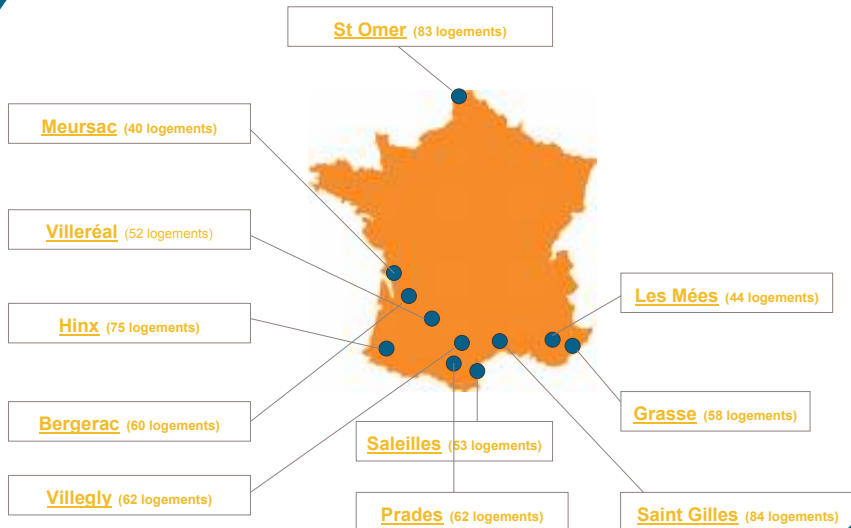
Réalisations et projets



## 9 résidences « Senioriales » réalisées dans le Sud de la France



## 11 résidences « Senioriales » en cours de commercialisation



## Acquisition par le Groupe Pierre & Vacances

Intérêt stratégique

### Intérêt stratégique de l'acquisition

- Un marché cible de seniors retraités actifs en forte croissance (plus de 10 % par an de nouveaux seniors).
- Un concept et un positionnement spécifiques qui ont démontré leur adéquation à la demande des seniors actifs et autonomes.
- Des atouts importants : accès aux fonciers ; produit standardisé et à coûts maîtrisés ; concurrence limitée.
- Des perspectives commerciales 2007/08 à bonne visibilité.
- Une société en très forte croissance et rentable.

## Intérêt stratégique de l'acquisition

- **Synergies avec le groupe Pierre et Vacances :**
  - Recherche de foncier ;
  - Offre de séjours touristiques à de nouvelles clientèles ;
  - Etude d' extensions au marché locatif avec vente à des investisseurs par le réseau Pierre & Vacances Conseil Immobilier ;
  - Développements potentiels en Espagne et au Maroc.