



SEM CODA

60 ANS

La Sencoda fête cette année ses 60 ans avec beaucoup de sobriété. Cet anniversaire est l'occasion de rappeler

ses points forts :

- **Première société d'économie mixte** de Rhône-Alpes, 3^e de France
- **730 collaborateurs**
- **35 000 logements** répartis sur 5 départements et implantés dans 515 communes
- **XXXX logement locatifs** financés en 2018, dont XXX PSLA
- **86 % de clients satisfaits**

Contact ;
www.sencoda.com
Service Communication
04 74 50 64 83

“
Nous repartons sur de bonnes bases.

LA SEMCODA POURSUIT SA RÉORGANISATION



Prêts ?
À vos marques !

© photos Sébastien Tournier

Ce sont en quelque sorte les mousquetaires de Bernard Perret, le nouveau directeur. En interne, les équipes se réorganisent. En externe, elles vont porter leurs marques... et le fer. Entretien à quatre, mais à une seule voix. C'est la marque d'une stratégie partagée.

PAR ALAIN GILBERT

Lancer des marques, c'est prendre un nouveau départ ?

Le choix de créer ces trois marques affirme l'expertise de la Sencoda dans ses domaines d'activité et valorise nos équipes. Elles sont le fruit de constats partagés : la fonction de syndic était noyée dans la gestion locative ou confiée dans certains cas à des privés ; le tertiaire, très disparate, était géré par les agences et certains services ; les résidences seniors étaient intégrées aux agences à qui on ne pouvait demander de tenir un discours approprié pour leur promotion. La taille de la société exige désormais plus de clarté.

Pourquoi liez-vous fortement marques et métiers ?

Nous allons au bout d'une réflexion sur nos métiers et sur notre organisation. Ces trois marques sont tournées vers l'extérieur. Elles ont leur identité propre, leur personnalité. Nous corrigeons ainsi un double problème d'éparpillement et de management ressentis ces dernières années. Nous avons du mal à délimiter le périmètre de nos interventions. Ces marques visent à mieux cibler nos objectifs, à améliorer leur gestion. C'était aussi nécessaire pour nos partenaires et nos clients. Sans compter les collaborateurs qui apprécient.

La marque Apricot est-elle un exemple à suivre ?

C'est une marque qui identifie clairement un de nos métiers – la promotion immobilière –, mais surtout un objectif social : encourager le parcours locatif et l'accession au logement. Elle a son autonomie, mais reste rattachée aux services centraux. Nous souhaitons mieux mesurer ses performances en matière de qualité et de gestion. Il en ira de même pour les trois autres marques. Tout le monde aspire à plus de rigueur.

Comment s'organise la gouvernance de la sem ?

Il y a un comité de direction et un comité d'engagement qui se prononce sur chaque opération. Nous allons créer une fonction centrale de gestion. Des points réguliers seront faits avec les managers qui ont des marques tournées vers l'extérieur. Nous voulons mettre en place un tableau de bord par métier et nous travaillons sur les indicateurs. Tout cela se met au point progressivement, en évitant que le comptable ne prenne le pas sur l'humain.

Conduisez-vous un pied sur le frein ?

Tout est regardé, analysé, particulièrement la validité des programmes. Nous savons qu'il faut optimiser, mais nous sommes rassurés car nous repartons sur de bonnes bases, avec un parc de qualité, et parce que nous sommes associés dès le départ aux projets. ■

Quatre marques, quatre métiers

Lancées lors de l'assemblée générale de juin, les trois nouvelles marques donnent plus de lisibilité aux métiers. « Ce ne sont pas des cloisons mais des ouvertures » explique Bernard Perret, qui prend exemple sur Apricot, la première marque initiée en 2003 par la Sencoda.



CARRÉ PRO
L'IMMOBILIER PROFESSIONNEL
SEM CODA



Les espaces de santé que va gérer Carré Pro constituent un point fort d'expertise et de développement de la Sem, estime Bernard Perret.

Carré Pro Pour hisser le pavillon du tertiaire

- Carré Pro se consacrera à la gestion locative du parc tertiaire : près de 150 locaux, dont 40 espaces de santé, des commerces, des bureaux, des Ehpad, des gendarmeries...
- Ses activités s'organiseront autour de trois pôles : les actifs immobiliers, les travaux de maintenance et d'aménagement (demande croissante), la commercialisation.
- La jeune patronne dirigera une équipe de 15 collaborateurs qui s'installera aux avant-postes du siège, dans un des pavillons, à l'entrée de l'ancienne caserne Aubry. ■

Le + social ? Pour Carine Roy, « Le tertiaire concerne aussi la vie des habitants dont il est très proche. Il nous fait passer du social au sociétal. »



Bientôt dix ans à la Sencoda. Carine Roy connaît bien la maison, le tertiaire en particulier. Le logo proposé lui va très bien, « C'est plus carré et plus pro ». C'est ce qu'elle espérait.



Réséda
Les Résidences Seniors
SEM CODA



Avec une cinquantaine de résidences à construire d'ici deux ans, cette marque représente un fort potentiel de croissance.

Réséda Une fleur en plein épanouissement

- Réséda comme Résidences seniors Sencoda et comme une fleur odorante qui parfume un célèbre poème d'Aragon (Celui croyait au ciel et celui qui n'y croyait pas...). Mission : collaborer aux programmes de construction des résidences. Expertise dans le domaine de leur gestion.
- Nos résidences sont la suite logique de parcours résidentiels de nos locataires. Certains l'ont entamé dans le logement étudiant, puis ont changé pour un logement plus grand, plus adapté à leur évolution familiale.
- Ses 7 collaborateurs administratifs s'installeront au mail, à Bourg ; 34 opéreront sur les 17 résidences actuelles. ■

Le + social ? « Avec son concept de résidences seniors, la Sencoda a été un précurseur. C'est un plus social au cœur de notre métier » assure Michel Badoux.



Michel Badoux, Sencodien depuis seize ans. Une formation qui allie l'architecture, l'économie de la construction, la conception des bâtiments. Cette mission d'interface et de gestion est un beau challenge.



ellipse
Le Syndic de copropriété
SEM CODA



Ellipse, c'est l'affirmation d'une compétence qui était très diffuse ou confiée à des privés.

Ellipse Un métier en mouvement

- Ellipse est le fruit d'un constat : 35 % des logements de la Sencoda sont soumis au régime de la copropriété. L'incitation à la vente de patrimoine accélérera la tendance.
- La marque va donc gérer les syndics de copropriété des logements produits par Apricot ou achetés par les locataires.
- Elle sera dotée de 16 collaborateurs qui prendront en gestion près de 7 000 logements. ■

Le + social ? « Nos copropriétaires sont souvent issus de notre parc locatif. Notre gestion prendra en compte leurs moyens de primo-accédants » rassure Émeric Faure.



Émeric Faure
Quinze années d'expérience dans le syndic, cinq de technicien de la construction chez un bailleur social, il est arrivé à la Sem il y a deux ans pour s'occuper des copropriétés. Il va piloter un bel outil.



Apricot : une longueur d'avance

Apricot est depuis 2002 la marque de promotion immobilière adossée à la Sencoda. Autonome mais pas indépendante, elle reste dans le giron de la société d'économie mixte dont elle commercialise des programmes de logements neufs, à un rythme annuel soutenu (plus de 2 000 en 2017), ce qui en fait un opérateur majeur. Elle emploie une quarantaine de collaborateurs dirigés par Frédéric Breuil. Apricot a su tirer parti du PSLA (prêt social de location accession) qui sécurise et personnalise l'achat d'un logement neuf à destination de ses locataires ou de clients extérieurs. Elle est la dernière étape d'un parcours locatif défendu depuis bien longtemps par la société.