

## imoja, l'accompagnement nouvelle génération

**Un an après sa création, imoja s'est affirmé comme un des acteurs majeurs de l'accèsion sociale en Bretagne et de l'organisme foncier solidaire. Aujourd'hui, elle peut afficher des résultats probants après 1 an d'exploitation.**

Entretien avec Thomas DUKE, directeur d'imoja.

### UNE OFFRE DIFFÉRENTE

imoja est la marque accessions de la coopérative HLM, Aiguillon résidences, dont la gouvernance est ouverte aux parties prenantes (collaborateurs et sociétaires). *« Dès la genèse, il y a 3 ans, nous avons l'ambition de proposer une offre différenciante dans un environnement concurrentiel et face aux opérateurs privés. Face à des conditions qui se tendent (disparition du PTZ, Loi Pinel revisitée...), l'enjeu réside dans notre capacité*

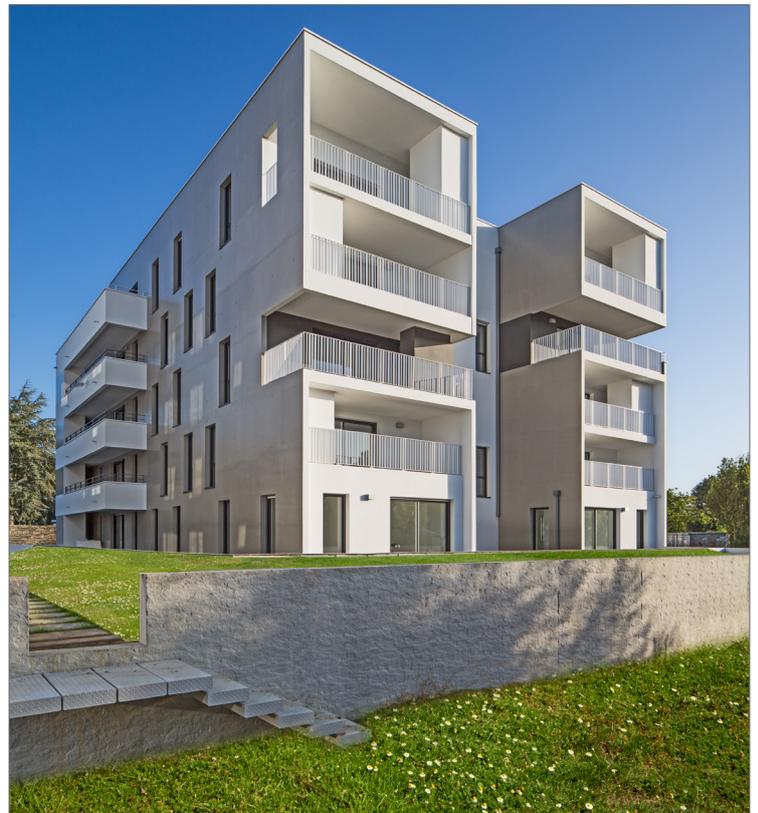


Thomas DUKE

*à répondre aux besoins des ménages et nous y arriverons si nous sommes en mesure d'apporter une vraie différence »* explique Thomas DUKE.

### JOUER COLLECTIF

*« Nous partons du postulat qu'en intégrant l'achat individuel dans une dynamique collective, nous réussirons à traiter les peurs individuelles liées à l'achat immobilier, en force collective. C'est pourquoi, nous créons des rendez-vous réguliers avec les acheteurs en leur permettant de se voir entre voisins avant même d'emménager »*. La démarche est inédite et les Académies d'imoja rencontrent un succès qui ne se dément pas. *« Les Académies, c'est avant tout une relation innovante qui accompagne les acquéreurs tout au long de leur parcours d'achat sur des thématiques aussi différentes que la levée d'option, la copropriété ou encore la livraison »* souligne Thomas DUKE, directeur général. *« Pour exemple, les espaces communs étaient auparavant choisis par les promoteurs. Aujourd'hui, les espaces sont choisis par les acquéreurs. Ce qui fait toute la différence. Notre marque de fabrique, c'est l'accompagnement, dès la recherche du logement, de nos futurs acheteurs. »*



### « NOUS NE PROPOSONS PAS QU'UN LOGEMENT, NOUS PROPOSONS LA VIE QUI VA AVEC »

imoja anticipe les mutations sociétales en donnant à voir un nouveau visage des propriétaires *« Nous faisons le pari que, demain, être propriétaire de son logement pour la vie, ne sera plus la norme. Nous avons une vision à long terme qui nous oblige à penser autrement. Nous serons performants demain si nous anticipons le marché. En 2025, le marché sera toujours dominé par les ménages primo-accédants sous plafond de ressources mais la notion à la propriété, qui a déjà évolué, sera plus une notion de passage et de droit d'usage, qu'une propriété des murs et des sols »* analyse le directeur.



## ACCOMPAGNER LES COLLECTIVITÉS

« Notre rôle est d'accompagner les collectivités sur l'accèsion de demain. Notre force réside dans notre capacité à anticiper les besoins futurs des ménages. Nous devons donc rester sélectifs dans les opérations que l'on fait car nous vendons à des ménages à faibles ressources. Nous veillerons donc à être cohérents dans le choix des emplacements pour rester en phase avec nos valeurs » explique Thomas DUKE.

## LE PANORAMA DES PROGRAMMES

**28** PROGRAMMES EN COURS

**217** RÉSERVATIONS

au-dessus des objectifs fixés (190)

**85%** DE PRODUITS COLLECTIFS

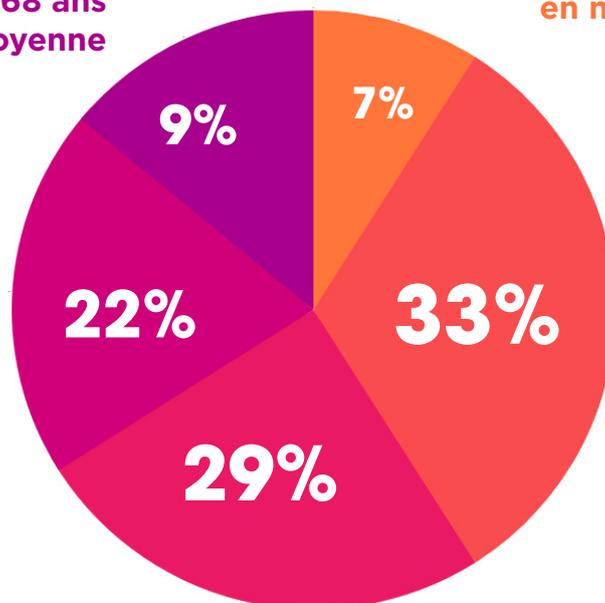
## LE NOUVEAU VISAGE DES ACQUÉREURS

Moyenne d'âge : **38 ans**

Couples mariés de 66-68 ans  
en moyenne

Couples de 46-49 ans  
en moyenne

Jeunes couples  
de 32 ans  
en moyenne



Personnes seules  
de 45 ans  
en moyenne  
avec enfant

Jeunes actifs :  
célibataire de 28 ans  
en moyenne

### RELATIONS MEDIA

padam | Noémie LUCAS et Soizic CHATELIER-DESAIZE  
10, bd de la Prairie-au-Duc - 44200 Nantes - 02 51 86 19 06  
media@padampadampadam.fr | padampadampadam.fr



imoja

1, place de Bretagne  
35000 Rennes