

**Diversification** → Le Campus Vert recherche des exploitants prêts à transformer des bâtiments en studios étudiants.

## Maîtriser la qualité de son développement

Après six années d'existence, le Campus Vert regroupe 91 adhérents et propose 249 logements. «Notre objectif de 300 studios est presque atteint» indique Marie-Christine Soudan, présidente de l'association. Il s'agit d'un palier car le Campus Vert entend poursuivre son développement au cours des prochaines années dans les secteurs de Lille, Douai, Valenciennes, Maubeuge et Cambrai. Ces villes disposent de pôles universitaires ou d'établissements d'enseignement supérieur, avec une importante demande de logements pour les étudiants et, en face, une offre insuffisante. Le Campus Vert tente d'apporter modestement une réponse à cette situation. Et si l'association est appelée à regrouper encore plus d'adhérents, la présidente s'inquiète du danger que cela peut comporter. Certes, l'association



La présidente Marie-Christine Soudan espère atteindre l'objectif des 500 logements et 120 adhérents, d'ici à cinq ans.

sera plus forte et mieux reconnue, mais cela ne doit pas se faire au détriment de la qualité : «nous devons maîtriser la qualité de notre développement». Trop de propriétaires risquent de «deshumaniser l'état d'esprit du réseau. Les dérives, les négligences ou la routine pourraient porter préjudice à notre bonne marche et à

notre image» poursuit la présidente. Pas question d'enfermer l'association dans un étai, mais plutôt de maintenir la ligne de conduite engagée et qui fait la réputation et la réussite du Campus Vert. Parallèlement à l'accroissement de l'offre, le développement se fera en tenant compte de trois axes. D'abord, les bâtiments doivent autant que possible s'intégrer dans le paysage et l'environnement. En second lieu, les techniques de la communication sont appelées à évoluer : internet pour les locataires mais aussi davantage de services sur la toile pour les propriétaires et les futurs locataires. Enfin, il s'agit de conforter le revenu complémentaire que les locations procurent aux exploitants, en s'adaptant au marché tout en étant soucieux de bien conserver l'image de marque.

MARC DE LANGIE