



OPTIMHOME
i m m o b i l i e r

#ETUDE OPTIMHOME

« Les Français... et l'immobilier ... »

Millennials, Xénials : des acquéreurs en puissance !

Boostés par les taux de crédits attractifs et le prix de l'immobilier
Optimistes quant à l'environnement politique et économique

Utilisateurs des nouvelles technologies mais ont recours aussi aux professionnels de l'immobilier

Pour la 4^{ème} année consécutive, le réseau immobilier OptimHome s'attache, par le biais d'une étude menée avec l'Ifop, à connaître la perception des Français concernant le marché de l'immobilier : leur intention d'achat ou de vente, leur perception du contexte économique et politique, leurs attentes à l'égard des professionnels de l'immobilier, les services et moyens d'informations qui leur semblent prioritaires pour mener à bien leur projet immobilier.

L'étude menée cette année a été réalisée avec une analyse générationnelle et élargie afin de comprendre leur intention d'investissement, de mesurer leur perception des dernières mesures gouvernementales liées à l'immobilier et de percevoir l'importance qu'ils donnent aux enjeux environnementaux.

L'enquête a été réalisée du 12 au 15 mars 2018 par l'institut Ifop auprès d'un échantillon de 1 504 personnes représentatif de la population française âgée de 25 à 65 ans. Parmi elles : 354 Millennials (18-34 ans) – 249 Xénials (35-41 ans) – 437 Génération X (42-52 ans).

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS :

- L'achat d'une résidence principale est la transaction la plus envisagée par les Français et la plus courante
- Le contexte politique et économique est perçu actuellement plus favorable pour investir dans l'immobilier
- Les différentes mesures gouvernementales telles que le PTZ, la reconduction du dispositif Pinel, la suppression de la taxe d'habitation... sont considérés comme favorables aux achats immobiliers
- La performance énergétique et les enjeux environnementaux ont une incidence sur les comportements d'achat
- La majorité des Français qui ont acheté un bien ont alloué un budget de moins de 200 000 euros
- L'image des professionnels de l'immobilier s'inscrit dans une dynamique positive depuis 3 ans
- Le digital et l'accompagnement d'un professionnel s'avèrent toujours complémentaires dans le cadre d'une recherche d'un bien immobilier
- Bordeaux est considérée comme la ville la plus attractive pour investir dans l'immobilier

Marqueurs générationnels

- Les Millennials sont proportionnellement plus nombreux que les autres générations à avoir acquis leur résidence principale au cours des 3 dernières années
- L'intention d'achat d'une résidence principale dans les 2 prochaines années est plus prononcée chez les jeunes générations :
- Les Millennials et les Xénials sont les générations les plus concernées par les crédits immobiliers
- Plus on vieillit, plus on fait appel aux professionnels de l'immobilier
- Les Millennials s'informent davantage que leurs aînés via les outils digitaux (applications pour smartphones et tablettes et réseaux sociaux)
- Les Millennials évoquent Paris comme la ville la plus attractive pour investir dans l'immobilier

L'intention d'achat et de vente d'un bien immobilier est très stable depuis 2015...

Comme les années précédentes, l'achat d'une résidence principale est l'acte le plus envisagé par les Français (17%). Parallèlement, 4% pensent acheter une résidence secondaire (3% en 2017, et 4% en 2016 et 2015) et 8% envisagent l'acquisition d'un bien immobilier locatif (stable vs 2017 et 2016). Parmi ces derniers, leur attention se porte principalement sur les logements neufs (31%), les logements anciens nécessitant travaux (28%) et les logements anciens ne nécessitant pas de travaux (27%), très loin devant les résidences de services (11%) ou les immeubles de commerce ou bureaux (3%).

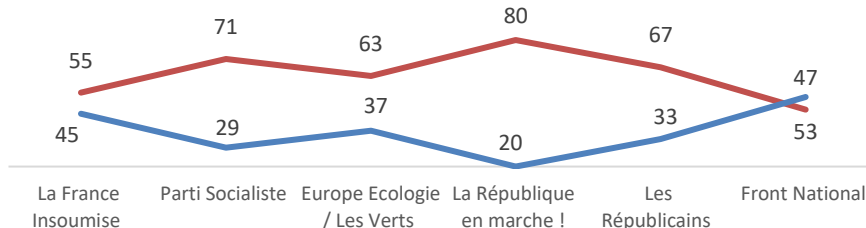
⇒ **[Focus générationnel] : Le désir d'être propriétaire de sa résidence principale est une réalité pour les jeunes générations.** 30% des Millennials font part de leur désir d'être propriétaires au cours des 24 mois. Suivi par 22% des Xennials et 13% de la Génération X. L'investissement locatif est une transaction immobilière envisagée par 10% des Millennials, 6% des Xennials et 9% de la Génération X. En revanche, l'acquisition d'une maison secondaire est peu envisagée (2% des Millennials, 4% des Xennials et de la Génération X).

Quand il s'agit de la vente pour les 12 prochains mois, les comportements sont également très stables. 6% pensent vendre leur résidence principale (5% en 2017, et 6% en 2016 et 2015), 2% leur résidence secondaire (2% en 2017 et 2016 et 3% en 2015), et 3% leur bien immobilier locatif (2% en 2017, 3% en 2016 et 2% en 2015).

...Pourtant le contexte politique et économique est perçu plus propice que les années précédentes

Il semble exister un décalage entre les perspectives de reprise économique et l'intention d'investir dans la pierre. En effet, 62% des Français estiment que le contexte politique et économique est favorable à l'achat immobilier (+2pts vs 2017). Optimisme partagé par toutes les générations étudiées (63% les Millennials, 64% les Xennials et 60% la Génération X).

⇒ Réponses selon la proximité politique



et les différentes mesures liées à l'immobilier déployées par le gouvernement sont perçues comme favorables à l'achat d'un bien immobilier

89% des sondés considèrent comme positif la reconduction pour quatre ans du prêt à taux zéro, juste devant la suppression de la taxe d'habitation et la reconduction pour quatre ans du dispositif Pinel (81%). En revanche, l'arrêt de l'encadrement des loyers est remis en question : 51% affirment qu'il aura un effet négatif sur les achats de biens immobiliers.

De manière générale, les Français préfèrent investir dans un logement dont ils feront un usage propre au quotidien

La résidence principale constitue la transaction immobilière la plus courante. 14% des Français affirment en avoir achetée une sur les trois dernières années (3% une résidence secondaire et 5% un investissement locatif). Plus de la moitié des répondants indiquent qu'un éventuel investissement leur servirait de résidence principale (54%), devant la location à l'année (26%), ou, de manière marginale, de résidence secondaire (8%) ou de location ponctuelle (5%).

⇒ **[Focus générationnel] :** Les Millennials sont sensiblement plus nombreux que les autres générations à avoir acquis leur résidence principale au cours des trois dernières années (23%) vs 19% chez les Xennials et 13% chez la Génération X. Logiquement ils sont également plus nombreux à considérer que l'objectif principal d'un investissement immobilier est l'acquisition de la résidence principale (58% vs 55% chez les Xennials et 53% chez la Génération X.) La location du bien immobilier se situe en 2ème position (28% chez la Génération X, 25% chez les Millennials et 24% chez les Xennials).

Quant aux raisons expliquant le mieux l'achat d'un bien immobilier, les Français évoquent en premier la faiblesse des taux d'intérêt des crédits immobiliers (41%), devant la baisse des prix immobiliers (26%), le PTZ (11%) ou encore les dispositifs de défiscalisation (7%).

⇒ **[Focus générationnel]** : La hiérarchisation reste globalement la même quelle que soit la génération. Chez les Millennials, les Xennials et la Génération X, l'acte d'achat s'inscrit principalement dans leur souhait de profiter de taux de crédits immobiliers bas (respectivement 73%, 72% et 60%). 64% de la Génération X évoque également la baisse des prix immobiliers (51% des Millennials et 40% des Xennials). Quant au PTZ, il a influencé la décision d'achat pour 27% des Xennials, 25% des Millennials et 13% de la Génération X. Les dispositifs de défiscalisation sont évoqués par 20% des Xennials, 15% de la Génération X et 14% des Millennials.

La vente de la résidence principale est la vente immobilière la plus courante (7%), devant le bien immobilier locatif (3%) et la résidence secondaire (2%). Par ailleurs, la vente de bien immobilier sur les trois dernières années est très stable : un Français sur dix a vendu un bien au cours des trois dernières années (vs. 11% en 2017, 10% en 2016 et 11% en 2015%).

L'énergie et l'environnement constituent de véritables enjeux immobiliers et auront une incidence sur les comportements d'achat

89% des Français se disent sensibles aux aides publiques incitant à la rénovation des logements anciens et énergivores et 85% aux labels de performance énergétique des logements. La performance énergétique du logement devient peu à peu un enjeu dans l'immobilier, notamment parce que **les Français ont conscience de l'importance qu'elle représentera dans les années à venir.** Ainsi, 84% considèrent que la valeur du bien immobilier dépendra de sa performance énergétique dans l'avenir proche.

Au-delà du logement à proprement parler, **les Français accordent également une attention particulière à l'espace environnant leur habitat et aux politiques durables de la ville dans leur décision d'achat.** Près de la totalité estime que la présence d'un espace vert à proximité est importante (92%), dont 45% « tout à fait ». Le niveau de pollution de l'air est aussi un paramètre essentiel dans le choix de l'achat immobilier : 88% pensent de la sorte, dont 40% « tout à fait ». Cette importance donnée à la présence d'espaces verts et aux niveaux de pollution de l'air rejoint l'intérêt des potentiels acheteurs pour ces thématiques dans leurs décisions d'achat.

Enfin, huit sur dix jugent qu'une politique volontaire de la ville en faveur du développement durable, et notamment en matière de tri des déchets, est importante au moment d'acheter un bien immobilier (82%), dont 31% qui jugent celle-ci « très importante ».

⇒ **[Focus générationnel]** : De manière plus surprenante, l'importance accordée à ces facteurs environnementaux est sensiblement égale chez les Millennials, les Xennials et la Génération X.

La majorité des Français qui ont acheté un bien y allouent un budget de moins de 200 000 euros

Comme en 2017, 57% des personnes ayant acheté un bien immobilier dans les trois dernières années pour en faire leur résidence principale y ont alloué un budget inférieur à 200 000 euros. A l'inverse, seuls 10% lui ont alloué un budget supérieur à 350 000 euros (vs 9% en 2017). A noter que la part de personnes allouant un budget de 200 à 250 000 euros diminue (13% en 2018 vs 20% en 2017) au profit d'un budget légèrement plus conséquent (20% allouent un budget de 250 à 350 000 euros en 2018 vs 14% en 2017).

⇒ **[Focus générationnel]** : 50% des Millennials ayant acheté leur résidence principale avaient un budget situé entre 100 000 euros et 200 000 euros (vs 45% en moyenne). 25% de la Génération X disent avoir eu un budget situé entre 250 000 euros et 350 000 euros (vs 20% en moyenne).

Le recours à un crédit pour acquérir sa résidence principale, qui accusait une forte hausse en 2017, se stabilise

82% des personnes concernées y ont en effet eu recours contre 86% en 2017 et 77% en 2016. Il est à noter que 87% des primo-accédants sont concernés par le recours au crédit, tout comme 54% des personnes détenant un revenu net mensuel inférieur à 1 200 euros et 90% des personnes ayant un revenu net mensuel supérieur à 4 000 euros.

Par ailleurs, la baisse de la durée du crédit enregistrée l'an passé se stabilise : si une majorité a eu recours à un crédit de plus de 16 ans cette année (63% contre 61% en 2017), cette proportion est sensiblement inférieure au résultat de 2016 (68%).

⇒ **[Focus générationnel]** : Les Millennials et les Xennials, dont la propension à avoir des fonds propres conséquents est moindre que leurs aînés, sont logiquement plus concernés par les crédits (89% et 92% contre 73% pour la génération X).

Bordeaux est considérée comme la ville la plus attractive pour investir dans l'immobilier

Confirmant l'attrait de l'Ouest de la France souvent mis en avant pour sa qualité de vie et où les indicateurs d'optimisme pour l'avenir sont généralement élevés, Bordeaux arrive nettement en tête des grandes villes les plus attractives pour investir (20%), devant Paris (13%), Nantes (10%) et Marseille (2%).

Par ailleurs, signe que les Français sont globalement satisfaits de leur lieu d'habitat, le lieu de résidence influence grandement le jugement sur l'attractivité d'une ville. Par exemple, 36% des habitants de la région parisienne jugent la capitale attractive (+20 pts par rapport à l'ensemble des Français), de même que 24% des habitants du Nord-Ouest pour Nantes (+14 pts), ou 28% des habitants du Sud-Ouest pour Toulouse (+21 pts).

⇒ **[Focus générationnel]** : Les Millennials opèrent un classement par ville similaire à la moyenne, même s'ils valorisent Paris à même hauteur que Bordeaux (17%).

L'image des professionnels de l'immobilier s'inscrit dans une dynamique positive sur trois ans

Les professionnels de l'immobilier bénéficient d'une bonne image aux yeux d'une majorité des Français (60%). Elle progresse significativement (+6 pts) par rapport à 2015.

62% des français ayant acheté une résidence principale au cours des trois dernières années ont fait appel à un professionnel de l'immobilier pour les accompagner.

⇒ **[Focus générationnel]** : A noter que plus on vieillit, plus on fait appel aux professionnels de l'immobilier : 70% de la Génération X ont eu recours à leurs services pour l'achat de leur résidence principale, contre 62% des Xennials et 53% des Millennials.

71% des personnes ayant vendues leur résidence principale au cours des trois dernières années ont eu recours aux professionnels immobiliers soit une hausse significative sur deux ans (+9 pts vs 2016).

Dans le cadre d'une vente, les services les plus attendus de la part d'un professionnel de l'immobilier sont avant tout liés aux fondamentaux de la transaction immobilière

75% des Français attendent des professionnels de l'immobilier qu'ils fassent une estimation la plus fiable possible de la valeur du bien sur le marché. Toujours en matière financière, ils attendent ensuite de l'expert la vérification de la solvabilité des acquéreurs (53%). Viennent ensuite la réalisation de visites (40%), les conseils professionnels pour les diagnostics techniques (35%), la diffusion de l'annonce (34%) et sa réalisation (24%), et les points réguliers sur l'état d'avancement de la vente (31%).

Les comportements hybrides sont mis en avant pour la recherche d'un bien immobilier

Les moyens d'information des Français en recherche d'un bien sont très variés. Ils mettent en avant à la fois des supports physiques et dématérialisés : 75% pourraient utiliser des sites/portails d'annonces, alors que dans le même temps 70% s'informent via les annonces matérielles dans les vitrines des agences immobilières. Dans une même logique plurielle, s'ils valorisent l'information venant de professionnels (71%), l'information entre particuliers joue un rôle majeur dans la recherche de biens immobiliers (71%).

⇒ **[Focus générationnel]** : Les préférences des plus jeunes sont similaires à celles de leurs aînés sur la question des moyens d'information, sauf sur l'importance des applications pour smartphones et tablettes (48% des Millennials s'en serviraient pour la recherche d'un bien vs. 28% de la Génération X) et des réseaux sociaux (30% vs. 17%), logiquement accrue chez ces digital natives.

Les informations sur les caractéristiques propres au bien sont les plus réclamées.

Les Français recherchent avant tout des informations sur les caractéristiques intrinsèques du bien immobilier : **70% réclament des photos, juste devant la description détaillée (67%)**. Les informations plus spécifiques, concernant l'environnement proche du bien, n'arrivent qu'ensuite : la localisation précise du bien (47%), les informations sur le quartier (22%), la proximité des transports (17%) ou d'établissements scolaires (9%). A noter qu'une proportion minimale mais non négligeable demande des informations sur les caractéristiques énergétiques du bien (35%).

⇒ **[Focus générationnel]** : 38% des Millennials disent rechercher lors de la consultation en ligne d'une annonce de vente immobilière le diagnostic énergétique du bien concerné (vs 32% des Xennials et 30% de la Génération X). 29% des Xennials se sentent plus concernés par les informations détaillées du bien sur une carte (vs 23% des Millennials et 17% des Génération X) et 15% par la proximité d'établissements scolaires (vs 9% des Millennials et 10% des Génération X).

Dans la recherche de bien immobilier, le digital est apprécié pour ses services interactifs et innovants mais ne remplace pas la présence physique lors des étapes clés de l'achat




78% seraient intéressés par l'accès à une visite virtuelle 3D d'un bien immobilier, 68% par le home staging qui permet de visualiser un bien aménagé selon ses goûts personnels et 73% par l'estimation du coût de cette simulation d'aménagement.

En revanche, certains services digitaux séduisent moins quand on dépasse le stade du service pour entrer dans celui de la décision et de la contractualisation et ne remplacent pas la présence physique, notamment au cours de deux moments clés dans l'avancement du projet immobilier : la visite et la signature de la transaction. Ainsi, la possibilité de visiter à distance intéresse moins (52%), tout comme la signature du contrat via Internet (42%).

⇒ **[Focus générationnel]** : La possibilité de la visite virtuelle particulièrement plébiscitée par la Génération X (83%) et les Xennials (80%) (vs 71% pour les Millennials). La possibilité d'avoir accès à l'historique des comptes rendus et commentaires de visites intéresse toutes les générations : Millennials (67%), Xennials (75%) et Génération X (79%).

Retrouvez ci-dessous et ci-joint l'intégralité de l'étude

Méthodologie

Echantillon	Méthodologie	Mode de recueil
 <p>L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1504 personnes, représentatif de la population française âgée de 25 à 65 ans.</p> <p>Parmi elles, 354 personnes étaient âgées de 25 à 34 ans (les Millennials), 249 personnes étaient âgées de 35 à 41 ans (les Xennials) et 437 étaient âgées de 42 à 52 ans (la Génération X).</p>	 <p>La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.</p>	 <p>Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 12 au 15 Mars 2018.</p>

A propos du réseau immobilier OptimHome

Créé en 2006, OptimHome est un réseau immobilier composé de 1 437 conseillers en immobilier indépendants présents en France, au Portugal et en Allemagne. Le réseau a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 52.4 millions d'euros représentant un volume d'affaires de 1.5 milliard d'euros. Il couvre les principaux métiers de l'immobilier : la vente et l'acquisition (ancien et neuf), l'achat et la vente de commerce et entreprise, la mise en location et l'administration de biens. Depuis sa création OptimHome s'évertue à renforcer sa proximité locale et à s'adapter aux nouvelles attentes et nouveaux usages de ses conseillers comme de leurs clients en leur proposant des solutions et des services à haute valeur ajoutée à la fois plus mobiles, sociales et connectés. OptimHome est une marque de Digit RE Group, filiale du groupe Artémis (holding patrimoniale de la famille Pinault). Digit RE Group regroupe également les marques Capifrance, Refleximmo, Immobilier neuf et Coworkimmo.

Contact presse : Agence Shan - Laetitia Baudon-Civet – T : 01 44 50 58 79 – M : laetitia.baudon@shan.fr