

Résultats de l'étude #5 : LES FRANÇAIS ET LE MARCHÉ IMMOBILIER face aux enjeux socio-économiques by Optimhome

Le Télétravail va-t-il redessiner la carte des investissements dans la pierre ? Avec l'essor des nouvelles méthodes de travail, la mobilité géographique semble être repensée notamment pour les plus jeunes qui y voient une amélioration du cadre de vie.

Pour la 5^e 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 perception du contexte économique et politique, leurs attentes à l'égard des professionnels de l'immobilier, les services et moyens d'informations qui leurs semblent prioritaires pour mener à bien leur projet immobilier.

Cette année, l'étude propose un nouveau focus sur l'impact des nouvelles pratiques de travail sur la mobilité géographique : Frein ? Motivation ? Les repères de l'investissement dans la pierre semblent être bousculés.

Par ailleurs, cette année l'analyse générationnelle est accompagnée d'une analyse géographique afin de mieux comprendre et mesurer l'impact du lieu de résidence sur les choix immobiliers et valider ainsi la théorie d'une France immobilière à trois vitesses (rurales, métropoles régionales et agglomération parisienne).

L'enquête a été réalisée du 26 février au 4 mars 2019 par l'institut Ifop auprès d'un échantillon de 1 503 personnes représentatif de la population française âgée de 25 à 65 ans. Parmi elles : 330 Millenials (25-34 ans, nés entre 1984), 241 Xennials (35-41 ans, nés entre 1977 et 1983) et 424 Génération X (42-52 ans, nés entre 1966 et 1976)

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS :

- Près des 3/4 des personnes interrogées sont pessimistes pour la situation économique et sociale de la France.
- Le recours à un crédit pour acquérir sa résidence principale est stable et toujours très élevé (82% des personnes ayant acheté une résidence principale au cours des 3 dernières années, égal à 2018)
- Les Français sont prêts à s'endetter plus longtemps pour devenir propriétaires.
- 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.
- Le recours aux professionnels de l'immobilier progresse fortement cette année, qu'il s'agisse d'un achat ou d'une vente (68 % pour l'achat et 74 % pour la vente).
- Même si Bordeaux reste la ville la plus attractive pour investir dans l'immobilier, Nantes obtient la seconde place du classement et passe pour la première fois devant la capitale française.
- La mobilité géographique est concrètement envisagée par une forte minorité des Français (40%).
- L'efficacité des moyens de transport et le télétravail incitent à la mobilité géographique des Français.
- La performance énergétique et, plus généralement, les enjeux environnementaux sont toujours perçus comme ayant une incidence sur les comportements d'achat.

EXTRAIT DES RESULTATS DE L'ETUDE :

1. Le contexte politique et socio-économique sur l'investissement dans la pierre des Français

- **53% des 25-65 ans déclarent être optimistes vis-à-vis de leur propre situation. Des clivages nets apparaissent selon:**
 - **L'âge** : 68% des Millenials se disent optimistes contre 57% pour les Xennials et 49% de la Génération X;
 - **Le type de communes** : une minorité d'habitants de communes rurales est optimiste (48%) contre une majorité d'habitants de communes urbaines de Province (54%) et de l'agglomération parisienne (61%);
 - **La situation sociale** : 66% des CSP+ dont 73% des cadres déclarent être optimistes contre 50% des CSP- et 43% des inactifs ;
- **A un niveau plus macroéconomique, près des 3/4 des Français sont pessimistes pour la situation économique et sociale de la France (72%).**
- **Un grand nombre de mesures gouvernementales directement liées à l'immobilier continuent à générer un fort consensus :**
 - La reconduction jusqu'en 2021 du prêt à taux zéro (PTZ) : 87% estiment que cela aura des conséquences plutôt positives, -2 pts en un an ;
 - La suppression de la taxe d'habitation : 82% des sondés estiment qu'elle aura des conséquences plutôt positives, +1 point en un an ;
 - La reconduction jusqu'en 2021 du dispositif de défiscalisation Pinel, qui permet à tout investisseur achetant un logement neuf dans le but de le louer, de bénéficier d'une réduction d'impôt (77%,-4 pts).
 - Seule la mesure d'arrêt d'encadrement des loyers suscite des avis partagés, 52% des sondés affirment qu'elle aura des conséquences plutôt négatives.

2. Le comportement des acheteurs et des vendeurs

- Comme observé au cours des précédentes éditions, **la majorité des Français qui ont acheté un bien pour en faire leur résidence principale y allouent un budget inférieur à 200 000 euros (56% vs. 57% en 2018).**
- La part de personnes allouant un budget de 200 à 250 000 euros augmente (21% en 2019 contre 13% en 2018) au détriment de ceux qui allouent un budget de 250 à 350 000 légèrement plus conséquent (14% en 2019 contre 20% en 2018).
- **Le recours à un crédit pour acquérir sa résidence principale est stable et toujours très élevé.** 82% des personnes concernées y ont en effet eu recours (même score qu'en 2018). Les Millenials, dont la propension à détenir des fonds propres conséquents est moindre que leurs aînés, sont logiquement plus concernés par les crédits (90% vs 83% de la Génération X).
- **Les Français sont prêts à s'endetter plus longtemps pour devenir propriétaires.** Près de la moitié des personnes concernées ont ainsi eu recours à un crédit de plus de 21 ans cette année (48%) contre seulement 32% en 2018.
- **La tendance aux comportements hybrides dans la recherche de bien immobilier est toujours d'actualité.** Les moyens d'information des Français pour l'immobilier sont pluriels et mélangent à la fois supports physiques et dématérialisés :
 - 73% pourraient utiliser des portails d'annonces, 67% le site PAP, et dans une moindre mesure, 28% les applications pour smartphone ou tablette, et 22% les réseaux sociaux comme Facebook ;
 - En parallèle, l'importance des contacts physiques est également soulignée, qu'il s'agisse **d'informations venant de professionnels de l'immobilier** (71% pour le contact avec les professionnels de l'immobilier, 70% pour les annonces en vitrine des agences immobilières) **ou par des professionnels autres** (52%) **ou, de manière plus générale, l'entourage** (69%).

3. Quelles motivations à passer par un professionnel de l'immobilier ?

- **Le recours aux professionnels de l'immobilier progresse fortement cette année, qu'il s'agisse d'un achat ou d'une vente** : 68% y ont recours pour l'achat cette année (+6 points depuis 2018) et 74% pour la vente (+12 points depuis 2016).
- **Plus on habite dans une agglomération de grande taille, plus on fait appel aux professionnels de l'immobilier** (71% des personnes vivant en agglomération parisienne contre 69% en communes urbaines de province et 62% en communes rurales).
- **Le recours aux professionnels immobiliers progresse dans le cas de la vente de la résidence principale** : il enregistre une hausse remarquable sur trois ans (74% contre 62% en 2016 ; +12 points). Les attentes à l'égard d'un conseiller immobilier sont plurielles : réactivité (25%) ; sa réputation (23%) ; la personnalisation de ses conseils (22%), et ses qualités d'écoute (22%).
- Dans la recherche de bien immobilier, **le digital est apprécié pour ses services innovants et facilitateurs lors de la visite, mais ne remplace pas la présence physique lors de l'étape clé de contractualisation.**
- **Les services les plus attendus de la part d'un professionnel de l'immobilier sont avant tout financiers.** Comme en 2018, 71% 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 (premier service cité parmi la liste proposée).

4. Les nouvelles méthodes de travail et la mobilité géographique : un booster pour les futurs projets immobiliers

- **Bordeaux et plus généralement l'Ouest de la France demeurent particulièrement attractifs pour investir dans l'immobilier.** Bordeaux arrive encore en tête (citée par 19%, -1 point) devant Nantes (12%, +2 pts) qui précède cette année Paris (11%, -2 pts). A l'opposé, Marseille est de nouveau la grande métropole la moins plébiscitée (2%, stable).
- **La mobilité géographique est concrètement envisagée par une forte proportion des Français** : 40% pourraient réaliser une mobilité géographique dans les cinq prochaines années.
- **L'intention de mobilité n'est toutefois pas homogène selon les différentes catégories de population.** Une fracture générationnelle, géographique et sociale se dessine :
 - **Selon l'âge** : avec moins de contraintes familiales et un état d'esprit traditionnellement plus dynamique, une majorité des 25-34 ans (53%) pourraient envisager une mobilité dans les 5 ans qui viennent contre 39% des 35-49 ans et 33% des 50-64 ans ;
 - **Selon la taille de la commune** : une majorité des habitants de la région parisienne (57%) se placent dans cette perspective contre seulement 37% de ceux des communes rurales et des communes urbaines de Province ;
 - **Selon la situation sociale** : plus de la moitié des CSP+ (51%) sont intéressés par une mobilité contre 41% des CSP- et 31% des inactifs ;
- **L'efficacité des moyens de transport (44%) constitue le principal levier permettant de déclencher une mobilité géographique, suivi par une plus grande facilité à être en télétravail (21%).** Ce dernier constat démontre que, pour beaucoup de Français, des conditions de travail plus confortables peuvent-être étroitement corrélées à une perspective de mobilité géographique.
- **Dans le détail, près d'un tiers des Français actuellement en poste ont recours au télétravail (32%).**
- La pratique du télétravail est différente selon les situations : elle atteint **37% chez les Millenials, 62% chez les cadres et 41% chez les habitants de l'agglomération parisienne.**
- **Le lien entre enjeux immobiliers et télétravail est net.** La pratique du travail à distance est en effet répandue chez 45% des acheteurs récents d'une résidence principale ; 55% de ceux d'un bien immobilier locatif, 54% des vendeurs d'une résidence principale et 58% de ceux d'un bien immobilier locatif.

- Pour 72 % des 25-65 ans actifs occupés, le recours au télétravail incite à réaliser une mobilité géographique, dont 76% chez les femmes et 69% chez les hommes.

5. La valeur verte dans l'immobilier, le logement durable

- La performance énergétique et, plus généralement, les enjeux environnementaux sont toujours perçus comme de véritables enjeux immobiliers et ont une incidence sur les comportements d'achat.
- La performance énergétique du logement s'impose de surcroît comme un enjeu dans l'immobilier, ainsi, 85% (+1 point) des Français estiment que la valeur d'un logement dépendra de sa performance énergétique dans l'avenir proche.
- Une attention particulière est accordée à l'espace environnant des habitations et aux politiques durables de la ville dans la décision d'achat des Français. Près de la totalité des 25-65 ans estime que la présence d'un espace vert à proximité est importante (91%). De même, plus de 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 (84%, +2 points).

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



Echantillon

L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1503** personnes, représentatif de la population française âgée de 25 à 65 ans.



Méthodologie

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.



Mode de recueil

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 26 février au 4 mars 2019.

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. 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 qui 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