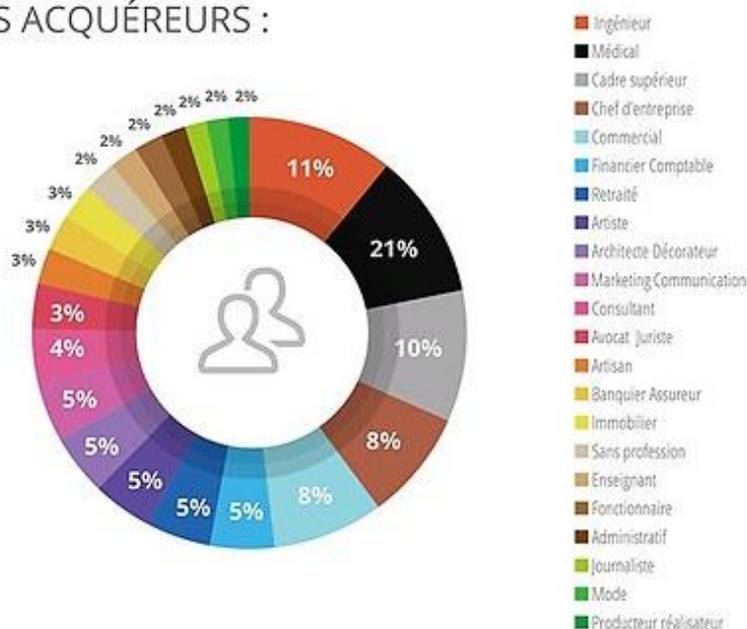




Immobilier : qui achète les biens atypiques ?

PROFESSION DES ACQUÉREURS :



Les acheteurs de biens atypiques relèvent à une majorité écrasante (54%) des professions intellectuelles supérieures et des cadres. - Espaces Atypiques

Diaporama (5 photos) : <https://www.lesechos.fr/patrimoine-2016/immobilier/residence-principale-et-secondaire/030417635282-immobilier-qui-achete-les-biens-atypiques-2098575.php>

Lofts, maisons d'architecte, ateliers d'artiste ... ce marché immobilier de niche a le vent en poupe partout en France. Mais qui sont les acheteurs de biens atypiques ? Quelles sont leurs motivations ? Combien sont-ils prêts à déboursier ? Les réponses dans une étude du réseau Espaces Atypiques.

Dans le vaste marché immobilier résidentiel tricolore, ce n'est encore qu'un petit segment qui pèse 10 % à 20 % de l'activité globale. Mais les biens atypiques sont de plus en plus prisés. « Ce marché a le vent en poupe », se réjouit Julien Haussy, dirigeant et fondateur d'Espaces Atypiques. Lancé en 2008 sur cette thématique, le réseau réunit, à ce jour, 23 agences en France - une dizaine vont être prochainement ouvertes (en Seine-et-Marne, à Strasbourg, Nîmes, Rouen, Le Havre, La Rochelle et Rennes, notamment). Et compte, actuellement, en portefeuille, 1.200 biens...atypiques. Sur son site Internet (espaces-atypiques.com), l'enseigne revendique, par ailleurs, 6 millions de pages vues par mois.

Spécificités rares

Mais qu'est-ce qu'un bien atypique et qui s'y intéresse ? Pour cerner plus précisément sa clientèle, le réseau a réalisé une étude portant sur 251 biens vendus par son intermédiaire, l'an dernier, en sondant les acheteurs *. Quand on pense « bien atypique », l'idée du loft vient naturellement à l'esprit. Et c'est en effet justifié car les lofts représentent 33 % des logements vendus par Espaces Atypiques en 2016. Il s'agit souvent de biens



[Visualiser l'article](#)

d'origine commerciale (des boutiques transformées) ou industrielle mais aussi des ateliers d'artistes que l'on trouve surtout à Paris.

Mais, au-delà du loft, les transactions concernent des appartements de caractère, « lookés et authentiques à la fois », note l'étude, dont des appartements terrasse, (31%), qui ont bénéficié de rénovations contemporaines. Autre type d'habitat très couru : des maisons, le plus souvent d'architecte, en général post années 50, aux lignes épurées, (21 %). Viennent ensuite les duplex (9 %) et une variété d'autres biens comme des péniches, des anciens couvents, corps de ferme, écoles, gares transformées en habitation...(6 %).

Plus rares, et pourtant très demandées par la clientèle désireuse de « créer le loft qui lui ressemble », les surfaces brutes à aménager. « On les trouve surtout en province mais il reste encore quelques pépites en première couronne de l'est parisien », confie [Julien Haussy](#). Les amateurs des [espaces atypiques](#) sont aussi en quête de logement aux spécificités rares : un extérieur en coeur de ville, une vue imprenable (sur la mer, sur la Tour Eiffel ...), de magnifiques terrasses, des biens dont les combles ou mansardes peuvent être aménagées avec goût.

Les « mini-lofts » très courus

L'originalité a un prix. Pour acheter un bien atypique, il faudra dépenser 2,5 fois plus, en moyenne, que pour une maison ou un appartement classique. Le ticket moyen s'élève ainsi à 563.000 euros chez Espaces Atypiques contre 220.000 euros, en moyenne, en France. « Si un budget solide sera souvent nécessaire pour acquérir le loft ou la maison de ses rêves, souligne l'étude, on peut aussi trouver des biens à moins de 300.000 euros - qui représentent près de 1/5 de l'offre [du réseau [Espaces Atypiques](#)] ».

En outre, ces logements ont, dans la plupart des cas, été rénovés (le neuf ne représente que 2 % des biens vendus en 2016 par le réseau) et nécessitent peu ou pas de travaux d'aménagement intérieur. En Ile-de-France, par exemple, pour trouver des lofts moins onéreux, on cherchera dans l'est parisien. « Les mini-lofts, précise [Julien Haussy](#), partent plus rapidement. Pour 300.000 euros à Paris intra-muros, on trouvera des surfaces d'environ 40/45 m2, dans les 18e, 19e et 20e, et seulement 25 à 30 m2 dans d'autres arrondissements. En partant en première couronne, avec le même budget, on pourra acheter de 50 à 60 m2. »

Atout majeur de l'habitat atypique, le vaste espace dans lequel vivre. Ces biens ont généralement des surfaces élevées : 141 m2, en moyenne, soit 50 m2 de plus que le logement moyen en France. Dans le détail, plus de 60 % des logements atypiques font entre 50 et 150 m2 et près de 40 % mesurent entre 150 et plus de 300 m2. Dans ce segment de marché, les petites surfaces sont donc rares. Avec, en général, 2 ou 3 chambres, et non pas comme, dans l'archétype du loft, une seule chambre et un espace à vivre, les biens atypiques sont plutôt destinés aux petites familles ; Par ailleurs, ceux avec espace extérieur prédominent alors même que seulement 21 % sont des maisons. Terrasses, cours, jardins en ville accompagnent donc habituellement un bien atypique.

Coup de coeur, recherche d'espace et envie de nouveauté

Quels sont les points communs des acquéreurs de biens atypiques ? L'étude a passé au crible un certain nombre d'items comme la motivation d'achat, la catégorie socio-professionnelle, les hobbies et la situation maritale. Sans surprise, le coup de coeur représente la motivation d'achat première, à 33 % (voir illustration). Ce qui nous amène « à convaincre nos clients de visiter des biens dans des zones géographiques situées en dehors de leur zone de confort, précise le fondateur d'Espaces Atypiques, par exemple Montreuil, au lieu du 11e ou du 19e arrondissement de Paris. ».



[Visualiser l'article](#)

En deuxième position, ces acheteurs sont à la recherche de plus d'espace. L'envie de nouveauté vient ensuite. Outre des particuliers qui seraient installés depuis plusieurs années dans le même logement, ce sont surtout les clients fidèles du réseau, qui sont la plupart du temps des architectes ou des décorateurs d'intérieur qui entrent dans cette catégorie : à la recherche aussi bien d'un nouveau lieu à habiter mais parfois davantage d'un projet de réhabilitation à réaliser. « Ce sont des clients fidèles qui revendent en général aisément, avec une plus-value, car ils ont rénové avec goût », observe Julien Haussy. Enfin, les motivations liées à des obligations professionnelles, comme une mutation, ou personnelles, comme un changement de quartier, sont courantes.

Majorité de professions intellectuelles ou cadres

La moyenne d'âge des acheteurs est de 43 ans, avec un cœur de cible situé entre 30 et 50 ans. Ce qui est plutôt jeune par rapport au budget, remarque l'étude, sachant que 4 clients sur 10 sont célibataires. Une différence également avec les biens classiques, où la proportion d'achat hors couple est plus faible. Sans surprise en revanche, du point de vue sociologique, les acheteurs relèvent à une majorité écrasante (54%) des professions intellectuelles supérieures et des cadres. Indépendants, chefs d'entreprise, professions libérales suivent, alors que les retraités, sans emplois et agriculteurs représentent une part infime.

En zoomant sur les professions, le constat est plus étonnant (voir illustration). Les artistes, architectes décorateurs, marketeurs, communicants ou avocats sont loin de dominer (22%). « Pourtant, souligne l'étude, il est assez aisé d'imaginer que les biens contemporains - type loft - seraient à même d'attirer cette population. » Près d'un tiers des acquéreurs sont donc des ingénieurs, professionnels du monde médical ou des cadres supérieurs. Ils achètent majoritairement des biens atypiques pour y vivre à titre de résidence principale (81 %) et peu pour réaliser un investissement locatif. Ce qui explique aussi que peu de biens atypiques soient disponibles à la location. A signaler aussi que 4 % de ces habitats sont utilisés à des fins professionnelles.

Epicurien et curieux

Dernier élément du portrait-robot, passé en revue par l'enquête, la question des hobbies des acheteurs (voir illustration). Il en ressort une grande ouverture et curiosité. « Il a fallu grouper les passions en grandes catégories, s'amuse les auteurs de l'enquête - certains acquéreurs les multipliant - et près de 400 ont été déclarées. » En synthétisant, l'acheteur de bien contemporain est voyageur, sportif, féru d'architecture, de déco, de design et affiche une sensibilité pour l'art... et la nature. Les sorties et autres activités culturelles occupent également une part non négligeable.

* La proportion de biens provenant de Paris, Lyon et Marseille est la plus importante, car il s'agit des agences historiques du réseau. En 2017, l'étude sera élargie aux vendeurs afin de doubler les statistiques à 800 clients et étudier la corrélation entre acquéreurs et vendeurs d'un même type de bien.