

## **Étude 2020**

**Les biens atypiques en France :  
Quels sont-ils ? Qui les achète ?  
Qui les vend ?**



# Sommaire

## 01 Profil type des biens

- 1.1 Les maisons et appartements réhabilités et contemporains en tête
- 1.2 Des biens pour tous les budgets
- 1.3 Surface, garage et nombre de chambres ?
- 1.4 Etat du bien
- 1.5 Localisation

## 02 Portrait type des acquéreurs

- 2.1 À la recherche de plus d'espace
- 2.2 Usage du bien
- 2.3 Âge des acquéreurs et situation maritale
- 2.4 CSP et professions en question
- 2.5 À la croisée des hobbies

## 03 Portrait type des vendeurs

- 3.1 Nouveau projet à l'horizon
- 3.2 Usage du bien
- 3.3 Âge des vendeurs et situation matrimoniale
- 3.4 CSP et professions en question
- 3.5 À la croisée des hobbies



## Espaces Atypiques, l'acteur incontournable du secteur de l'immobilier atypique

Le concept Espaces Atypiques a été imaginé et créé en 2008 par Julien Haussy. Passionné d'architecture et de design, il a toujours considéré l'immobilier comme une composante essentielle de sa vie. Réseau immobilier au positionnement affirmé, Espaces Atypiques propose des lieux ayant pour point commun leur aspect « atypique » : loft, atelier, maison d'architecte, bien de caractère, péniche, appartement toit-terrasse, rénovation contemporaine, duplex...

Ce réseau dynamique déniché des biens uniques de par leur localisation, leur structure, leur histoire ou même par leur transformation, avec pour volonté de les rendre accessible à tous. Ainsi, l'enseigne place l'habitat au cœur d'une philosophie de vie, en permettant de trouver son logement idéal quelle que soit sa nature, et de vivre autrement. Précurseur sur ce segment de marché avec une vision différente de l'immobilier, l'enseigne est aujourd'hui devenue LA référence nationale pour la recherche de biens hors-normes et uniques. En 2019, Espaces Atypiques représentait 47 agences sur le territoire français, 266 collaborateurs, 1000 biens vendus et plus de 22 millions d'euros de chiffre d'affaires.

### Modalités de l'étude :

L'étude a été menée sur 859 biens vendus en 2019 par l'intermédiaire du réseau Espaces Atypiques, en se basant uniquement sur les actes de vente signés par les agences du groupe (hors chasse et location immobilière). Avec des statistiques toujours en hausse, elle met en lumière plus de 1300 clients du réseau, vendeur ou acquéreur d'un bien durant l'année. Ainsi, il est possible d'observer les corrélations entre les propriétaires d'un même type de bien à des étapes de changement de vie différentes.

Au vu du nombre de nouvelles agences Espaces Atypiques en 2019 et de la croissance de celles déjà en place, la présence du réseau est, aujourd'hui, de plus en plus homogène sur le territoire français et donc plus représentative de cette niche du marché de l'immobilier.

# 1. Profil type des biens atypiques

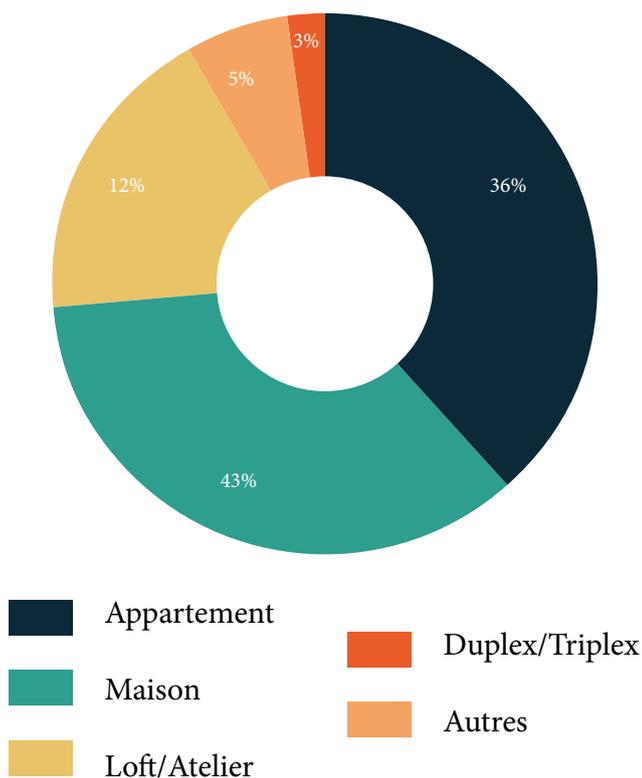


## Qu'est-ce qu'un bien atypique ?

Loft, atelier d'artiste, duplex, appartement terrasse, rénovation contemporaine, maison d'architecte...

Tous reliés par un même point commun : une histoire, de l'âme, du caractère, une originalité qui en font des habitations hors-normes.

Type de biens Espaces Atypiques :



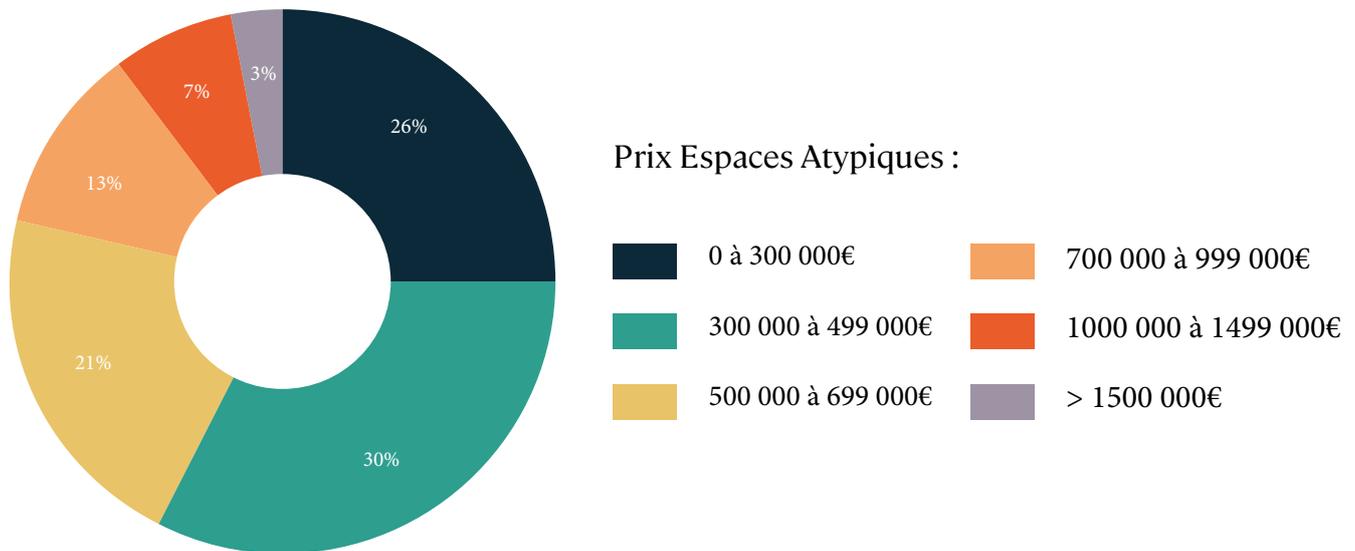
## 1.1 Les maisons et appartements réhabilités et contemporains en tête

Depuis l'année dernière, les trois types de biens les plus vendus, au sein du réseau, sont les maisons (43%), les appartements (36%) et les lofts (12%).

Considérés souvent comme des habitations classiques, parfois à tort, les appartements et maisons que l'on retrouve chez Espaces Atypiques se révèlent uniques grâce à des rénovations modernes ou une décoration originale leur donnant vie tout en gardant leur authenticité. Accompagnés d'extérieurs hors-normes : toit-terrasse ou terrasse avec des vues imprenables, piscine et jardin intemporel, ces lieux deviennent des biens inattendus et exceptionnels. Grâce à leur charme et atouts, les appartements et maisons représentent plus de la moitié des biens vendus par le réseau (79%).

En outre, 12% des biens vendus sont des lofts. La baisse des ventes de ce type de biens (18% l'an dernier), au fil des années, s'explique par la croissance du réseau qui a permis l'installation d'agences en province, où ces logements occupent une place moins importante au sein de ces territoires. Viennent ensuite les duplex et les habitations de type péniche, ancien couvent, maison troglodyte, qui plus insolites, trouvent tout de même un succès fou auprès des acheteurs.

## 1.2 Des biens pour tous les budgets



Il est important de rappeler qu'un bien atypique ne s'apparente pas à un bien de «luxe» avec le prix correspondant, ce n'est d'ailleurs pas le concept et l'ADN du réseau Espaces Atypiques. En effet, les agences ont pour philosophie de proposer des biens à tous les budgets, de toutes surfaces et dans toutes les localisations possibles mais répondant toujours aux critères d'une habitation différente.

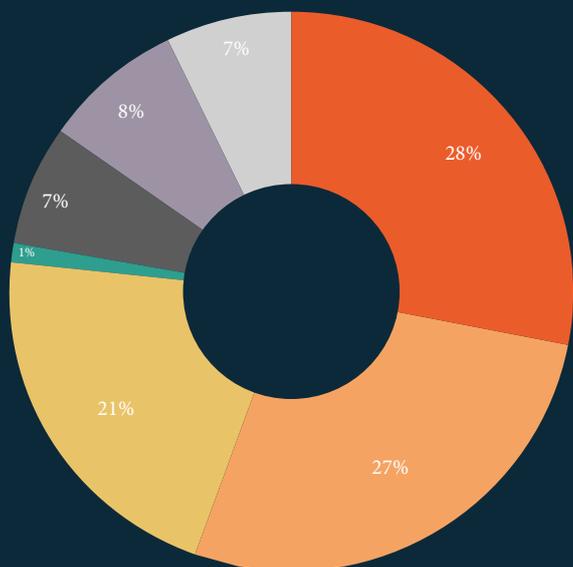
### Un bel équilibre...

Espaces Atypiques propose des biens uniques pour tous les budgets. En effet, après analyse des résultats, la majorité des biens vendus en 2019 (77 %) sont inférieurs à 700 000 euros. En outre, la moyenne du montant des biens vendus est de 554 132 euros et équivaut à 2,5 fois la moyenne nationale (qui s'élève à 260 000 euros pour une maison et à 190 000 euros pour un appartement).

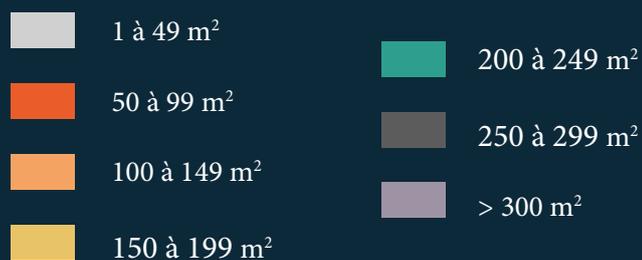
Espaces Atypiques propose donc aussi bien des habitations à plus «petit» budget - moins de 300 000 euros - qui représentent près de 26% de l'offre, que des biens à plus de 500 000 euros (41%) dont certains peuvent avoisiner les 1 500 000 euros (3%).



### 1.3 Surface, garage et nombre de chambres ?



Surfaces Espaces Atypiques :



### Besoin d'espace...

Les biens atypiques possèdent généralement de belles surfaces. Il s'agit d'un critère clé lors de l'achat. Avec une moyenne de 146 m<sup>2</sup>, en légère hausse, soit plus de 50 m<sup>2</sup> de plus que la moyenne pour un logement en France (94 m<sup>2</sup>). Cependant, les surfaces moyennes, de 50 à 100 m<sup>2</sup>, sont fortement représentées (28%) contrairement aux petites surfaces inférieures à 50 m<sup>2</sup> (7%).

GARAGE	2019	2018	2017
OUI	50%	52%	58%
NON	50%	58%	67%
NC	24%	2%	-
TOTAL	100%	100%	100%

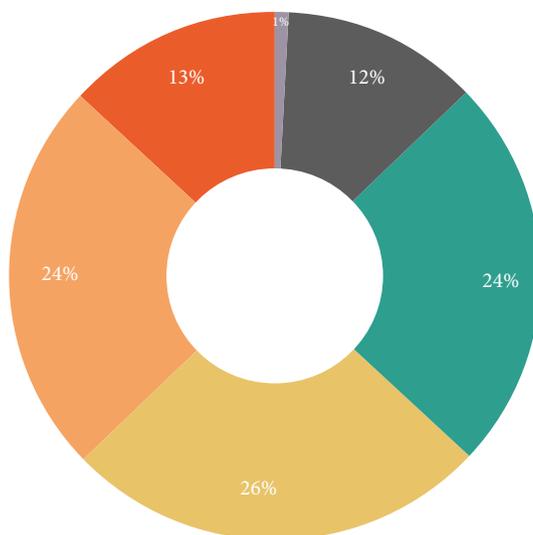
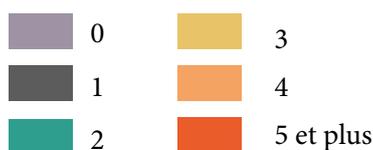
ESPACE EXTERIEUR	2019	2018	2017
OUI	69%	72%	75%
NON	31%	36%	45%
NC	24%	2%	-
TOTAL	100%	100%	100%

Les biens avec espace extérieur sont toujours plus recherchés (69% en constante hausse). Mais seulement 43% des biens atypiques vendus en 2019 sont des maisons. Ce sont généralement des terrasses, cours, jardins en ville ou même des toits terrasse, caractéristiques des biens atypiques. C'est d'ailleurs souvent un déclencheur de coup de cœur pour les clients du réseau.

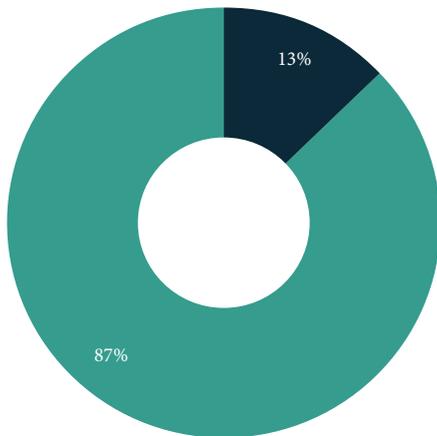
En revanche, avoir un garage n'est pas forcément un critère prioritaire et cela s'explique surtout par le fait que les biens sont généralement situés en centre-ville et donc pas forcément susceptibles d'accueillir cet espace en plus. Cependant, le pourcentage de garages augmente chaque année notamment du fait de l'expansion du réseau en province, où les habitations sont plus susceptibles d'en posséder un.

2, 3 ou 4 chambres... On pourrait penser que les biens atypiques sont plutôt destinés aux familles «peu nombreuses». En moyenne, les biens atypiques disposent de 3 chambres.

Nombre de chambres :



## 1.4 État du bien



État du bien :

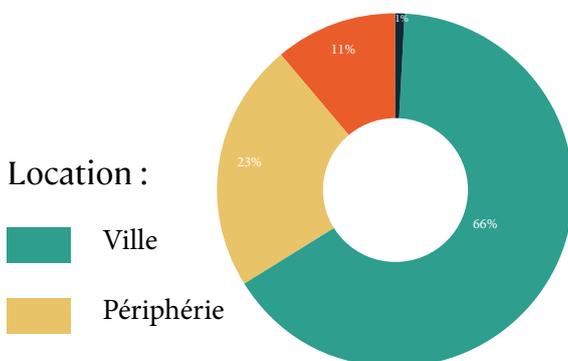


Les biens atypiques, vendus au sein du réseau en 2019, sont en très grande majorité déjà réhabilités (87%). En effet, leur rénovation apporte très souvent leur côté hors-norme et unique qui provoque le coup de coeur lors de l'achat.

Cependant les biens à rénover font rêver 13% des acquéreurs en recherche d'une habitation. Espaces Atypiques leur permet de se projeter lors de l'achat grâce à des visuels 3D, des plans d'aménagements, la présence d'architectes ou même de décorateurs et d'entreprises générales en bâtiment. La part des biens à rénover vendus par le réseau est stable cette année (13%).

## 1.5 Localisation

La plus grande partie des biens sont situés en centre-ville (66%). Une donnée logique au vu de la répartition de la population française située principalement en ville. Cet élément est également renforcé par la situation géographique des agences Espaces Atypiques qui sont situées au coeur des moyennes ou grandes villes. Il est important de noter que les trois agences historiques sont situées à Paris, Lyon et Marseille, même si le réseau compte aujourd'hui 47 agences en France.



Location :



## 2. Portrait type des acquéreurs

### 2.1 À la recherche de plus d'espace

Cette année, la réalisation d'un nouveau projet est la motivation d'achat première à 33%. Outre les 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.

Le coup de coeur prend cette fois-ci, la troisième position du classement (15%). C'est pourquoi Espaces Atypiques veille à toujours sélectionner des biens à même de déclencher ces fameux coups de coeur chez leur client. Certains même, tombent amoureux d'un bien, avant même de le visiter, directement sur le site [www.espaces-atypiques.com](http://www.espaces-atypiques.com). Il est évident que les projections de vie au sein d'un bien restent ce qui les poussent à concrétiser leur projet.

Le besoin de plus d'espace est toujours aussi présent à 23%. Les acquéreurs sont de plus en plus friands de grands espaces pour une optimisation de leur qualité de vie, ce que peuvent leur apporter les maisons. C'est également une demande fréquente lors d'un déménagement, lorsque, par exemple, les moyens sont plus conséquents ou que la famille s'agrandit. Cette hausse peut également être expliquée par le fait que beaucoup d'acquéreurs d'un bien via Espaces Atypiques ont vu leurs besoins évoluer en termes d'habitat. Beaucoup sont aujourd'hui, à la recherche de plus grand et notamment de grandes pièces à vivre.

Enfin, les motivations liées à des obligations professionnelles, comme une mutation, ou personnelles, comme un changement de quartier ou l'envie de devenir propriétaire, sont courantes.

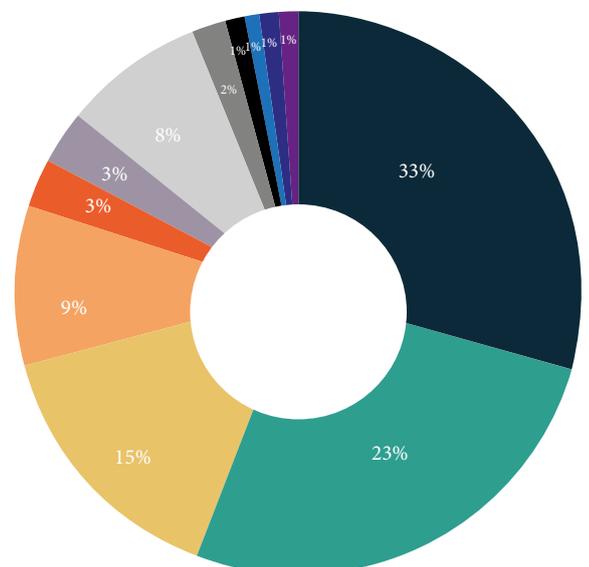
## Dans la deuxième partie de cette étude,

Espaces Atypiques s'est attelé à dresser le portrait-robot des acquéreurs des biens hors-normes en France. Leur catégorie socioprofessionnelle, leurs hobbies, leur situation maritale, leur motivation d'achat sont passés à la loupe !

Un profil type se dégage-t-il ? Quels sont les points communs ? Une chose est certaine, ils sont semblables aux lieux qu'ils occupent : surprenants, originaux et... atypiques.

### Motivation d'achat des acquéreurs :

	Nouveau projet		Changement de quartier
	Plus d'espace		Résidence secondaire
	Coup de coeur		Espace extérieur
	Mutation		Réduction d'espace
	Devenir propriétaire		Séparation
	Investissement locatif		Activité



## 2.2 Usage du bien



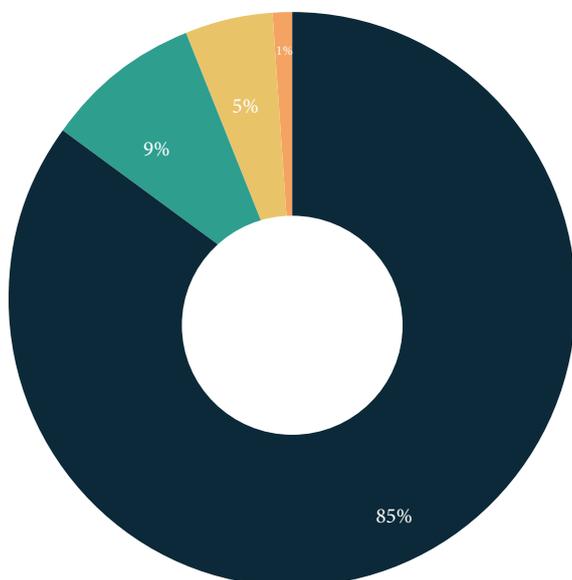
**Parmi les 80% de propriétaires, 50% des clients achètent avant de vendre**

Les espaces atypiques sont des biens à vivre. Une majorité écrasante des clients sollicite Espaces Atypiques pour acquérir leur résidence principale (85%). Avec une histoire, une âme, du caractère et une unicité, ces types de biens laissent peu de possibilité à la location étant donné leurs dimensions personnelles et ... atypiques. 9% des clients contactent également Espaces Atypiques pour une résidence secondaire dans certains spots de villégiatures : Côte d'Azur, Côte atlantique, Alpes et Normandie. Et pour 5% des acquéreurs, cet achat est un investissement.

Les biens contemporains atypiques ne sont pas la chasse gardée d'étrangers à la recherche d'un pied à terre dans la capitale pour s'offrir de grands espaces. Voilà une idée préconçue qui s'efface... en effet, ils recherchent davantage des biens classiques et typiques (hausmannien, mas, maisons en pierre...). Les acheteurs sont donc essentiellement des Français (93%). Moins d'un quart des acquéreurs sont des primo- accédants... une donnée à relier avec le budget moyen élevé de 545 000 €.

PRIMO ACCÉDANT	2019	2018	2017
OUI	19%	25%	26%
NON	81%	75%	74%
NR	-	-	-
TOTAL	100%	100%	100%

NATIONALITÉ	2019	2018	2017
Française	93%	93%	94%
Etrangère	7%	7%	6%
NR	-	-	-
TOTAL	100%	100%	100%

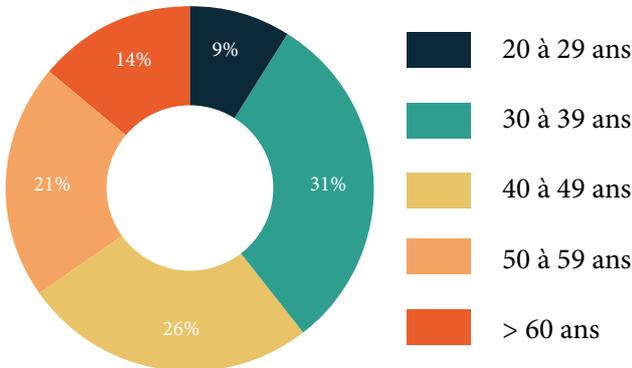


Usage du bien par les acquéreurs :

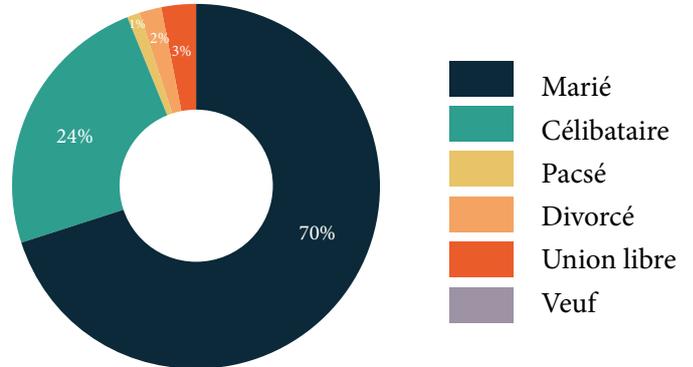
- Résidence Principale
- Résidence Secondaire
- Investissement
- Professionnel

## 2.3 Âge des acquéreurs et situation matrimoniale

Âge des acquéreurs :

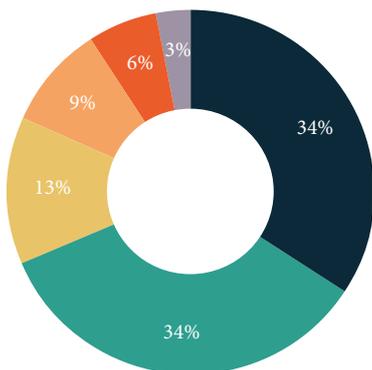


Situation matrimoniale des acquéreurs :



La moyenne d'âge des acheteurs est de 44 ans, avec un cœur de cible situé entre 30 et 50 ans (57%). Ce qui est passablement jeune, étant donné le budget moyen élevé et sachant que 1 client sur 4 est... célibataire (24%) et ne peut donc compter que sur leur propre apport. La majorité des acheteurs sont mariés à 70%.

## 2.4 CSP et professions en question

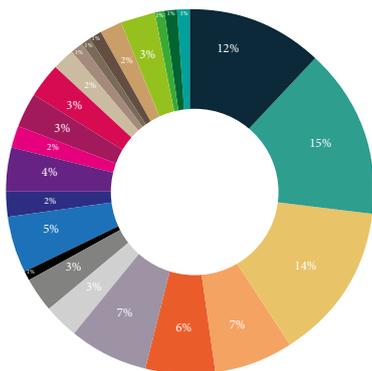


CSP des acquéreurs :



**80% des clients acquéreurs sont des CSP +**

Professions des acquéreurs :

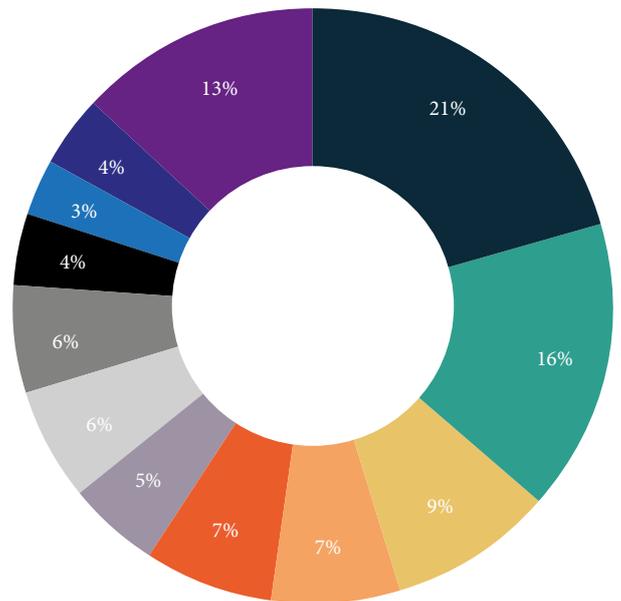


Contrairement à l'année précédente, le « cliché » n'est pas respecté. Le pool d'acquéreurs ne se compose pas uniquement des cadres et professions intellectuelles supérieures (34%)... il est à égalité avec les artisans, commerçants et chefs d'entreprise qui sont en augmentation significative. Tandis que les retraités, sans emploi, ouvriers et agriculteurs représentent assez logiquement une part infime. En rentrant davantage dans le détail des métiers des acquéreurs, les professions recherchant ce type de biens sont les cadres supérieurs (15%), le corps médical (12%) ainsi que les chefs d'entreprise (14%). A contrario, les artistes (2%), les architectes (2%), les producteurs ou réalisateurs (1%) ou les personnes travaillant dans la mode (1%) sont minoritaires alors qu'on aurait pu imaginer un intérêt plus fort de leur part pour ces lieux uniques.

## 2.5 À la croisée des hobbies

Passions des acquéreurs :

Voyages		Voitures Motos	
Sport		Avions Bateaux	
Architecture Design		Nature	
Arts plastiques		Littérature	
Musique Danse Théâtre		Cinéma	
Gastronomie		Mode	
		Autres	



Dans cette dernière section, les passions des acquéreurs ont été mises en avant. Afin de recenser ces multiples passions, il a fallu les regrouper en grandes catégories. Pour résumer, l'acheteur d'un bien hors-norme est globe-trotteur, sportif avec une appétence pour l'architecture et le design. Les sorties et autres activités culturelles, telles que l'art, la musique, le théâtre et la danse, font également partie de leurs occupations majeures.

Des passe-temps en totale adéquation avec les collaborateurs du réseau Espaces Atypiques que nous pouvons qualifier d'épicuriens, curieux avec une vie saine en mouvement...



### 3. Portrait type des vendeurs

#### 3.1 Nouveau projet à l'horizon

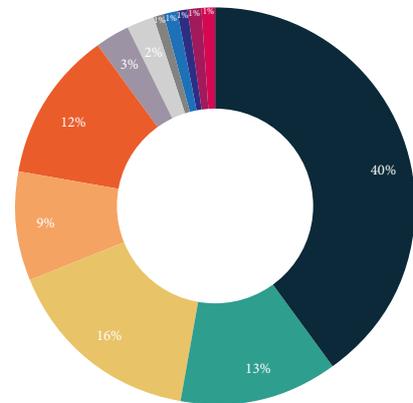
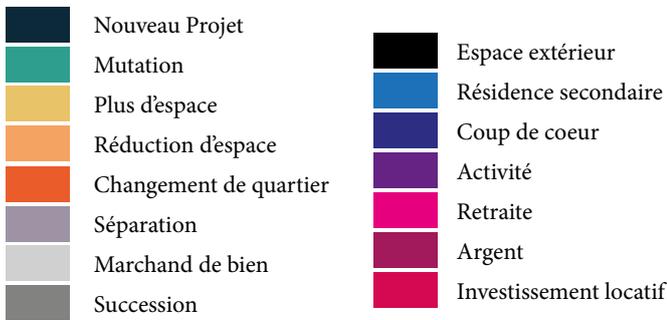


#### Dans la troisième partie de cette étude,

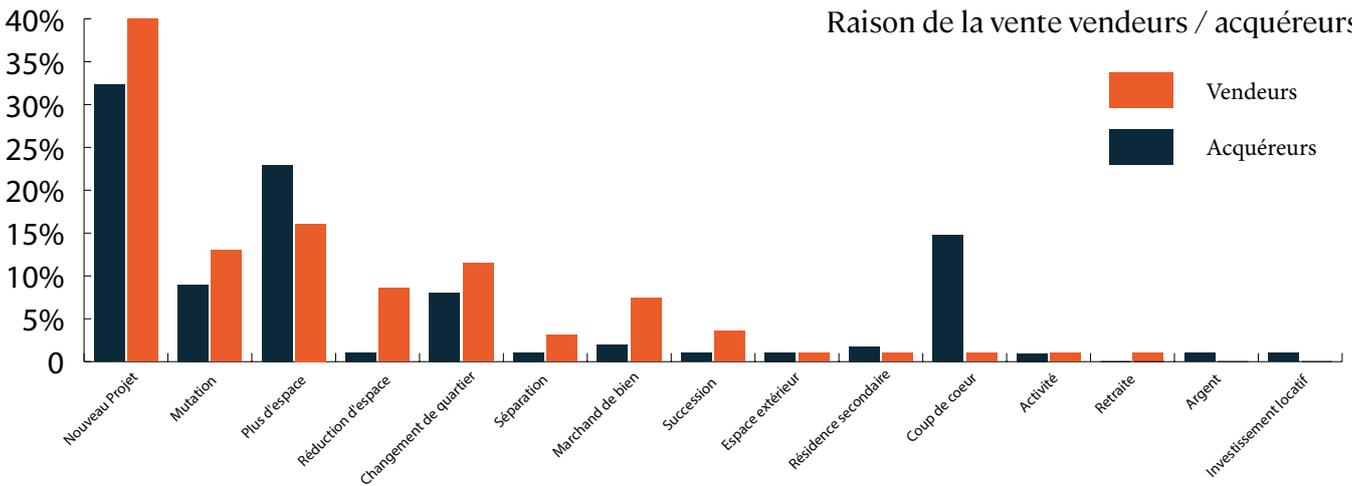
Nous dressons également le portrait-robot des vendeurs de biens contemporains en France, en partant des mêmes items que les acquéreurs. Catégorie socioprofessionnelle, hobbies, situation maritale, motivation d'achat... Quels sont les points communs ?

Sans surprise, la vente d'un bien atypique reste toujours motivée par un nouveau projet (40%). Cela est souvent lié à la découverte « d'une perle rare » ou une envie de changement qui justifie en majorité la revente de la résidence principale. Pour 13% d'entre eux, une mutation ou un changement de quartier sont aussi des facteurs importants. La taille de la résidence est également une cause de vente : 16% sont à la recherche d'un bien plus grand et 9%, au contraire, souhaitent réduire leur surface pour différents motifs : raison budgétaire, départ des enfants, retraite, achat d'une résidence secondaire ou retour en centre-ville.

#### Raison de la vente pour les vendeurs :

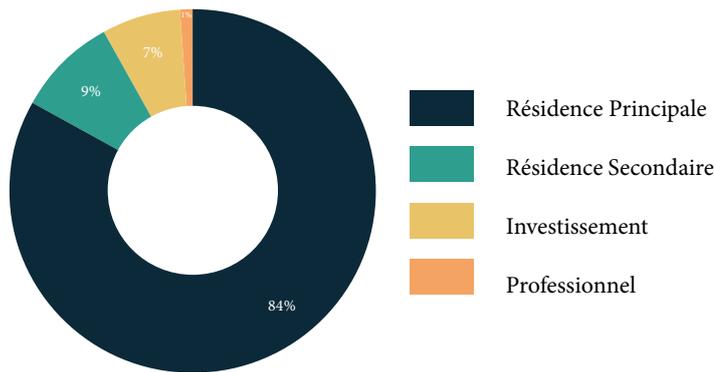


Le besoin d'espace et le nouveau projet sont les raisons communes aux acquéreurs et aux vendeurs. Les acquéreurs, quant-à-eux, sont plus naturellement sujets au coup de coeur, contrairement aux vendeurs qui vendent suite à une mutation.

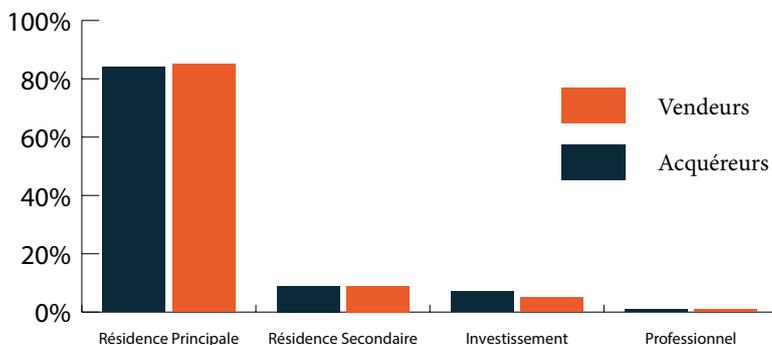


### 3.2 Usage du bien

Usage du bien par les vendeurs :



Usage du bien par les vendeurs/acquéreurs :



Des biens à vivre : avec un usage similaire aux acheteurs, les vendeurs utilisent, majoritairement et quasi-uniquement, leur bien comme résidence principale à 84%. 9% des biens sont des résidences secondaires. Très peu d'investissements immobiliers sont réalisés avec ce type de bien par les vendeurs (7%).

**Les vendeurs de biens contemporains sont essentiellement français à 97% !**

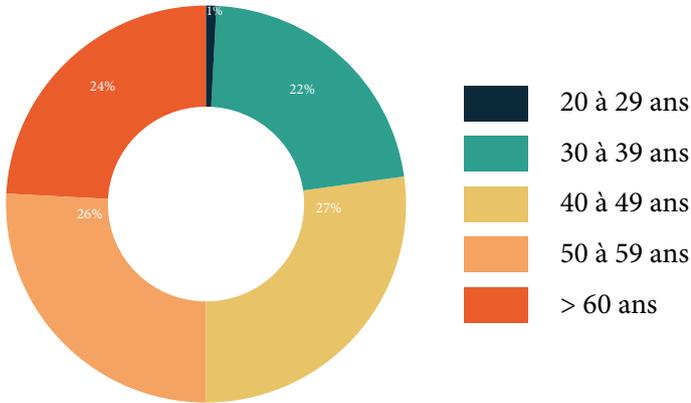
Enfin, comme pour les acquéreurs, Il ne s'agit pas d'un premier achat. Extrêmement peu de vendeurs étaient primo-accédants : 9% seulement. En comparaison, les personnes qui achètent sont primo-accédants à 19%... Une donnée toujours en lien avec le budget moyen, difficilement accessible pour un primo-accédant.

PRIMO ACCEDANT	2019	2018	2017
OUI	9%	11%	12%
NON	91%	89%	88%
TOTAL	100%	100%	100%

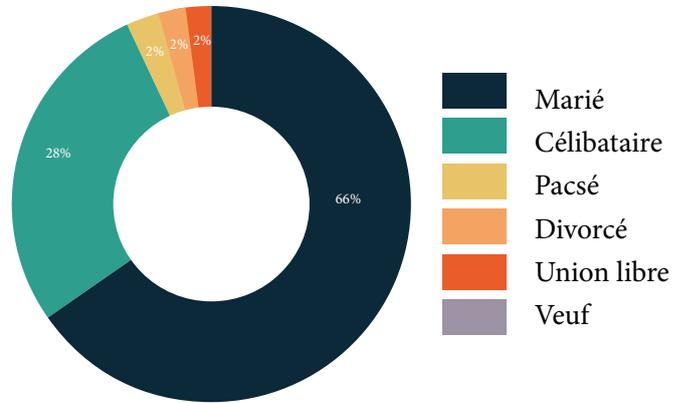


### 3.3 Âge des vendeurs et situation matrimoniale

Âge des vendeurs :



Situation matrimoniale des vendeurs :

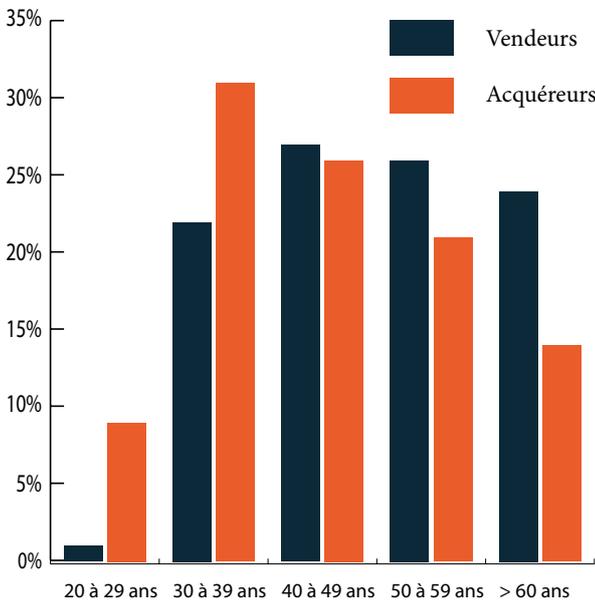


L'âge moyen des vendeurs est de 49 ans, soit 5 ans de plus que les acquéreurs (44 ans). Sur le secteur des biens atypiques, l'âge des acquéreurs est très proche de celui des vendeurs contrairement à l'immobilier classique où l'on remarque souvent une génération d'écart.

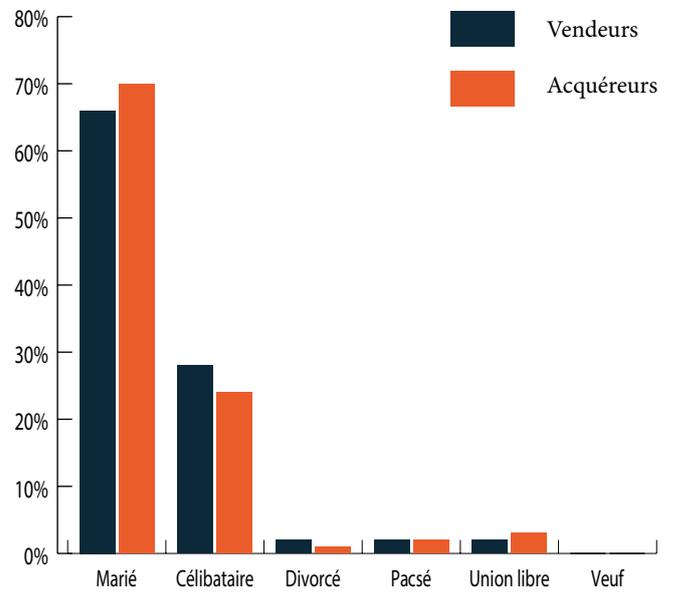
Le nombre de célibataires est inférieur à la moyenne nationale et à celui des acquéreurs, les vendeurs, un peu plus jeunes, sont majoritairement mariés (66%).



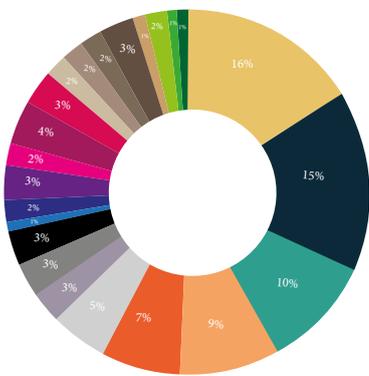
Âge des vendeurs / acquéreurs :



Situation matrimoniale des vendeurs / acquéreurs :



### 3.4 CSP et professions en question



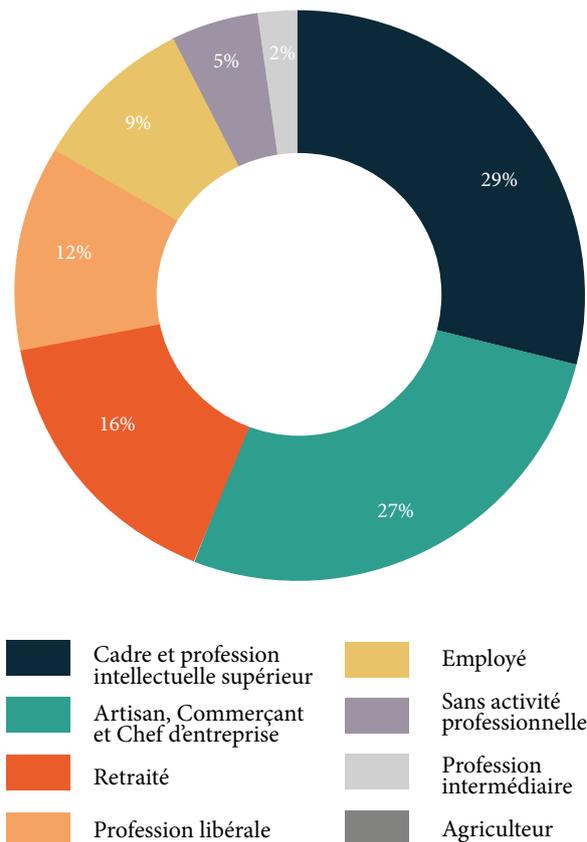
Professions des vendeurs :



Le même profil que pour les acquéreurs est observé : une majorité des vendeurs (29 %) font partie des cadres et professions intellectuelles supérieures. Les indépendants/chefs d'entreprise et professions libérales sont légèrement plus présents (39% vs. 36%). Acheteurs et vendeurs occupent donc des postes similaires au sein de la sphère professionnelle.

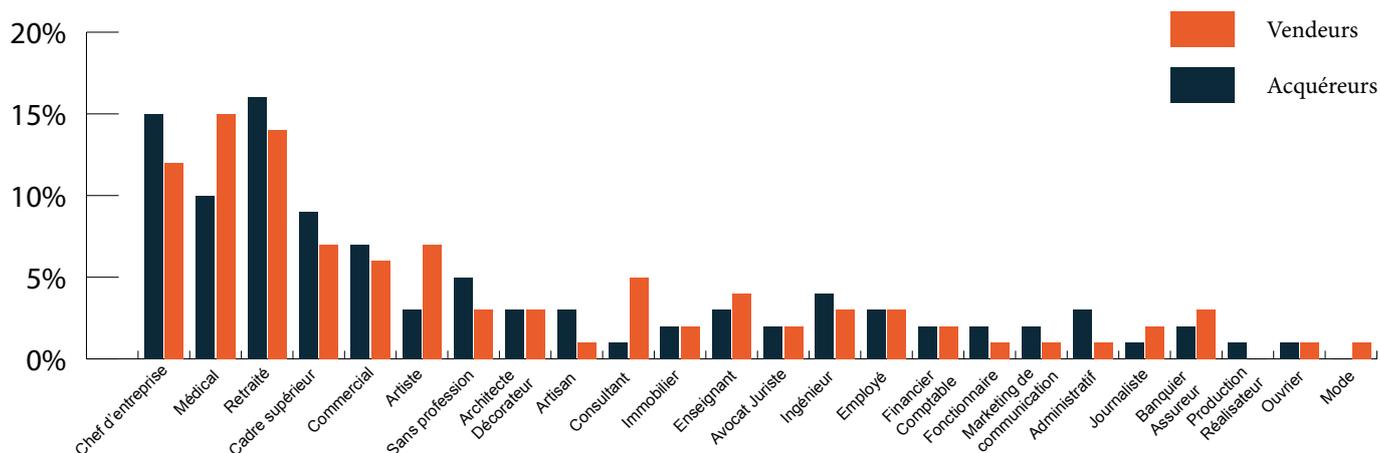
Concernant les professions, ce sont les chefs d'entreprise, les métiers du médical, les cadres supérieurs ainsi que les commerciaux qui sont représentés en grande majorité (41%). Les retraités occupent également une part importante, en effet, 16% d'entre eux ont acheté un bien chez Espaces Atypiques l'an dernier.

CSP des vendeurs :



## ESPACES ATYPIQUES

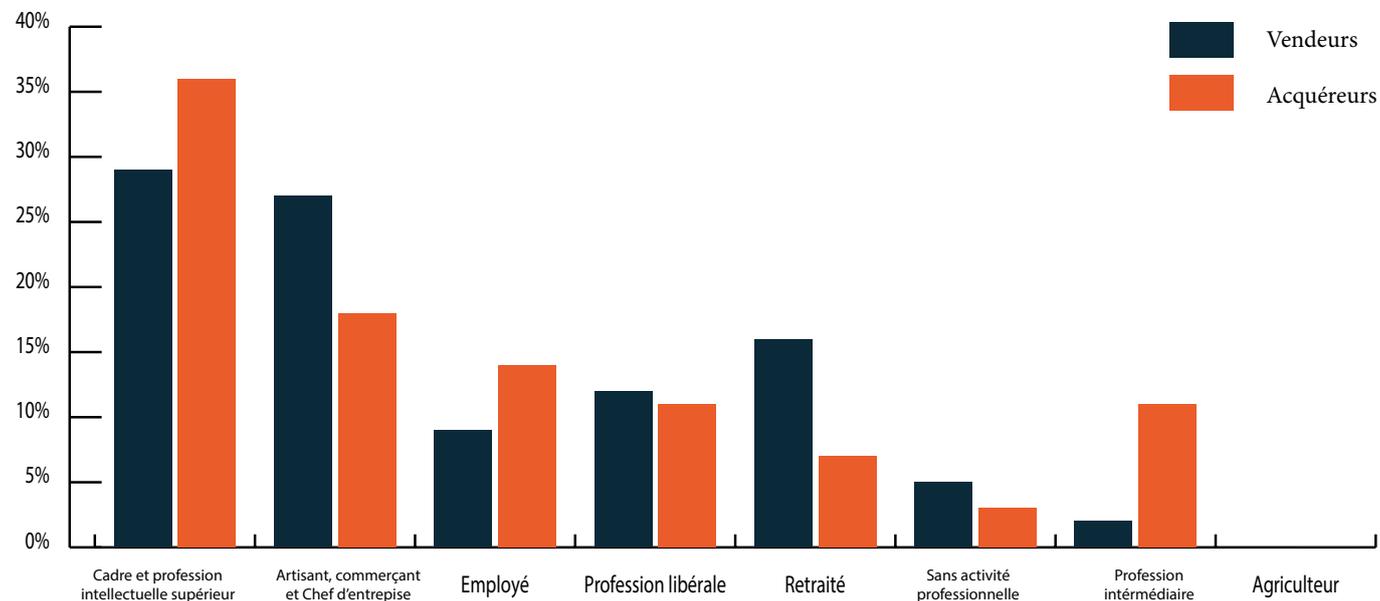
Professions vendeurs / acquéreurs :



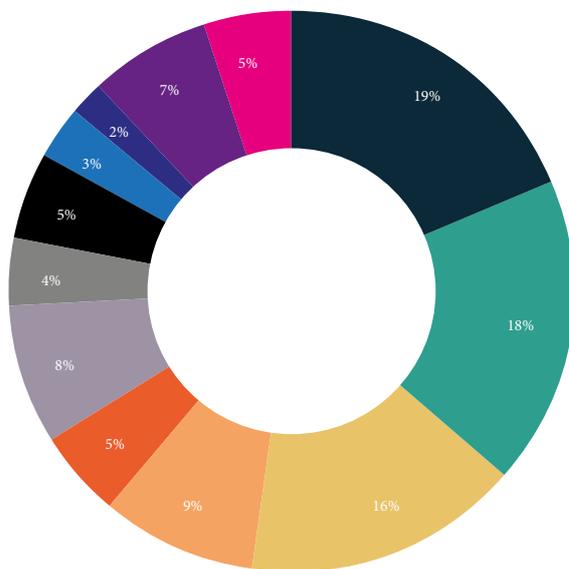
Les professions des vendeurs sont légèrement moins élevées que celles des acquéreurs : ils ont des revenus plus faibles mais possèdent un patrimoine plus important car ils ont acheté leur bien moins cher à l'époque.



CSP vendeurs / acquéreurs :



### 3.5 À la croisée des hobbies

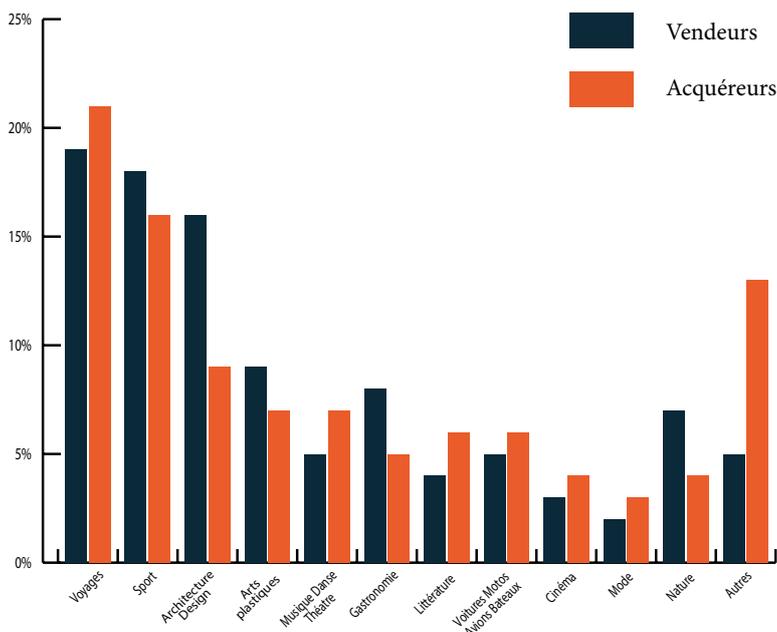


Passions des vendeurs :



Comme pour les acquéreurs, les passions ont été regroupées en grandes catégories. En effet, certains acquéreurs possèdent plusieurs passions. Tout comme les acheteurs, le vendeur d'un bien atypique est voyageur, sportif, féru d'architecture, de décoration et de design. Les sorties et autres activités culturelles occupent également une part non négligeable.

Passions des vendeurs / acquéreurs :



Les vendeurs ont quasi les mêmes passions que les acquéreurs. Les clients d'Espaces Atypiques sont donc des épicuriens, sportifs appréciant la culture et l'art ... prenant soin de maintenir une vie équilibrée et enrichissante.



# ESPACES ATYPIQUES

