



ESPACES ATYPIQUES

FRANCE

É T U D E

QUI SONT LES ACQUÉREURS DE BIENS CONTEMPORAINS ET ATYPIQUES EN FRANCE ?

(Lofts, maisons d'architecte, rénovations contemporaines...)



UNIQUE SUR LE SECTEUR IMMOBILIER

www.espaces-atypiques.com



S O M M A I R E

CONNAISSEZ-VOUS ESPACES ATYPIQUES ?

01 PROFIL TYPE DES BIENS

- 1.1 Des lofts mais pas que...
- 1.2 Quelle surface pour combien de pièces ?
- 1.3 État du bien et localisation

02 PORTRAIT TYPE DES ACQUÉREURS...

- 2.1 Place au coup de cœur
- 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

EN DEUX MOTS



CONNAISSEZ-VOUS ESPACES ATYPIQUES ?

ESPACES ATYPIQUES, UN CONCEPT À PART SUR LE SECTEUR IMMOBILIER

Réseau immobilier au positionnement original, Espaces Atypiques propose des lieux ayant pour point commun leur aspect « atypique » : duplex, loft, atelier, maison d'architecte, appartement de caractère, péniche, appartement terrasse... Il s'agit d'un réseau dynamique dont le but est de dénicher et faire découvrir des biens d'exception qui reflètent l'expertise des agents immobiliers d'Espaces Atypiques, et qui expriment leur sensibilité pour le design et l'architecture.

MODALITÉS DE L'ÉTUDE

L'étude a été menée sur 251 biens proposés à la vente par Espaces Atypiques en 2016, en se basant uniquement sur les promesses de vente signées par les agences du groupe.

La proportion de biens provenant des villes de Paris, Lyon et Marseille est la plus importante et cela s'explique assez aisément par l'ancienneté de ces agences qui sont les premières à avoir vu le jour et par leur population importante. En 2018 la représentation des agences sera encore plus homogène au vu du développement de celles déjà en place (un an d'ancienneté en moyenne en 2016 hors Paris, Lyon et Marseille) et des ouvertures régulières de nouvelles agences (entre 7 et 10 prévues en 2017).

En 2017, l'étude sera également 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. Des tendances d'évolution entre 2016 et 2017 seront alors mises en perspective afin de pousser toujours plus loin l'analyse.



PROFIL TYPE DES BIENS ATYPIQUES

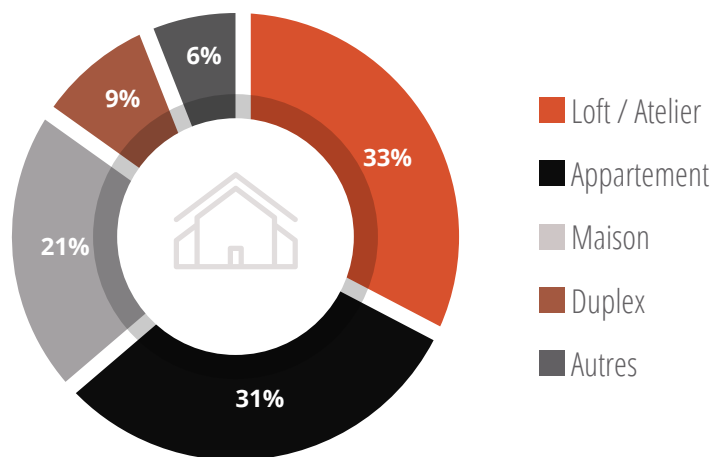
Qu'est-ce qu'un bien atypique ?

Loft, atelier, duplex, appartement terrasse, rénovation contemporaine, maison d'architecte... tous reliés par un même point commun : de l'âme, du caractère, une originalité qui en font **des biens à part.**

1.1 DES LOFTS MAIS PAS QUE !

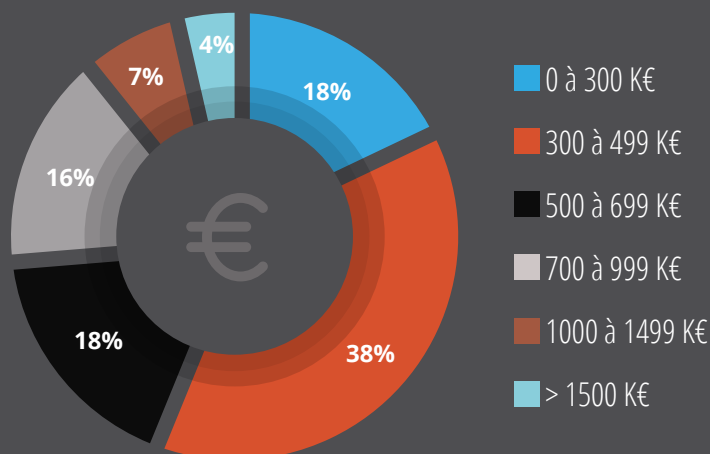
Un loft, voilà le premier lieu qui vient à l'esprit lorsque l'on évoque le terme de «bien contemporain»... et c'est justifié, mais à nuancer. Après analyse des résultats, les lofts représentent 33% des biens vendus par l'intermédiaire des agences Espaces Atypiques, en tête seulement d'une courte longueur devant les appartements (31%). Troisième catégorie de biens dominants, les maisons (le plus souvent d'architecte). Viennent ensuite les duplex et des habitations type péniche, ancien couvent...

TYPE DE BIEN ESPACES ATYPIQUES :



Les anciens lieux industriels et commerciaux n'écrasent donc pas les autres biens. En effet, ceux plus classiques à la base, comme les maisons ou les appartements sont régulièrement équipés de magnifiques terrasses ou bénéficient de rénovations «décos contemporaines» qui en font des endroits «lookés» et authentiques à la fois.

BUDGET ESPACES ATYPIQUES :



Le budget est équilibré. En moyenne de 563 000 euros, soit deux fois et demi plus important que la moyenne nationale qui s'élève à 220 000 euros. Néanmoins, Espaces Atypiques propose également des biens à plus «petit» budget - moins de 300 000 euros - qui représentent près de 1/5 de l'offre.

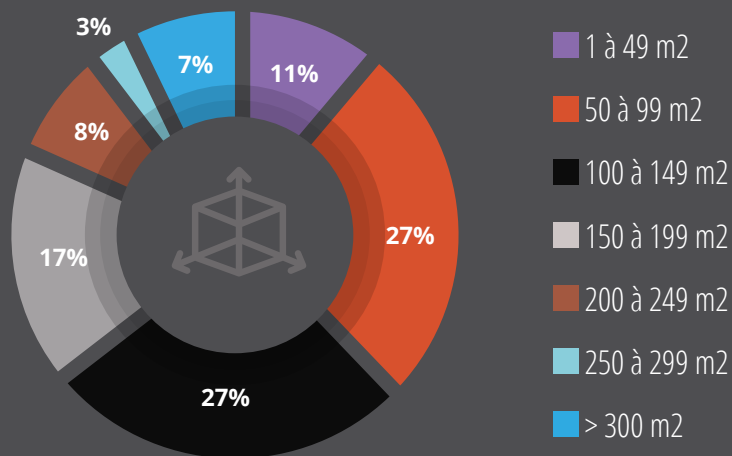


Un bien atypique est donc loin de s'apparenter systématiquement à un bien de «luxue» avec le prix qui l'accompagne, néanmoins un budget solide sera souvent nécessaire pour acquérir le loft ou la maison de ses rêves. L'avantage est que la plupart du temps les biens atypiques ont été rénovés et nécessitent peu ou pas de travaux d'aménagement intérieur.



1.2 QUELLE SURFACE POUR COMBIEN DE PIÈCES ?

SURFACES ESPACES ATYPIQUES :



Besoin d'espace...

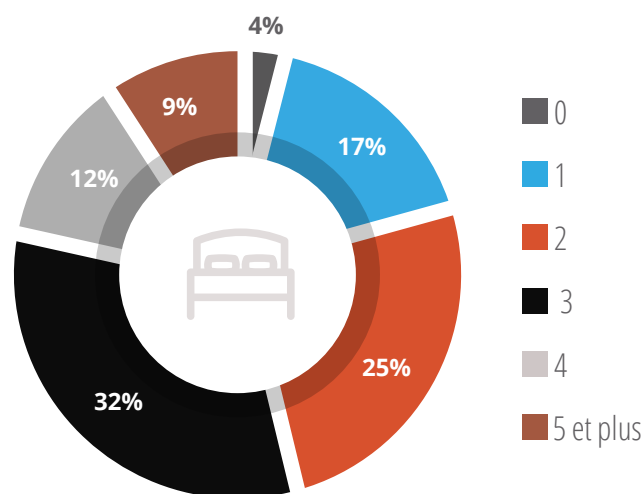
Les biens atypiques ont généralement des surfaces élevées. 141m² de moyenne, soit 50m² de plus que la moyenne pour un logement en France. En effet, si plus de 60% des biens font entre 50 et 150 m²... près de 40% mesurent donc entre 150 et plus de 300m².

Les biens avec espace extérieur prédominent alors même que seulement 21% sont des maisons. Terrasses, cours, jardins en ville accompagnent donc habituellement un bien atypique. 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 cette pièce en plus.

2 ou 3 chambres... Les biens atypiques sont plutôt destinés aux familles «pas nombreuses». Comme nous le verrons ultérieurement, cela s'explique aussi par le profil des acquéreurs.

NOMBRE DE CHAMBRES :



GARAGE

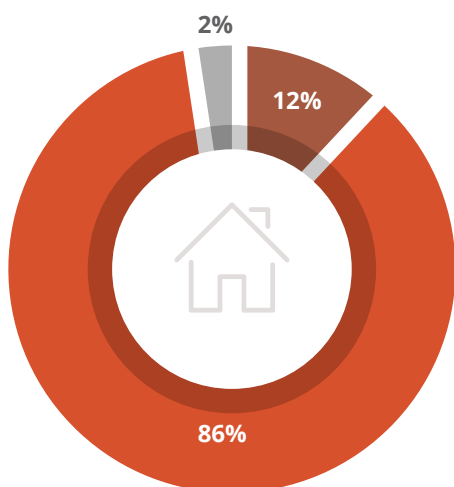
Oui	85	34%
Non	166	66%
TOTAL	251	100%

ESPACE EXTÉRIEUR

Oui	133	53%
Non	118	47%
TOTAL	251	100%

1.2 ÉTAT DU BIEN ET LOCALISATION

ÉTAT DU BIEN :

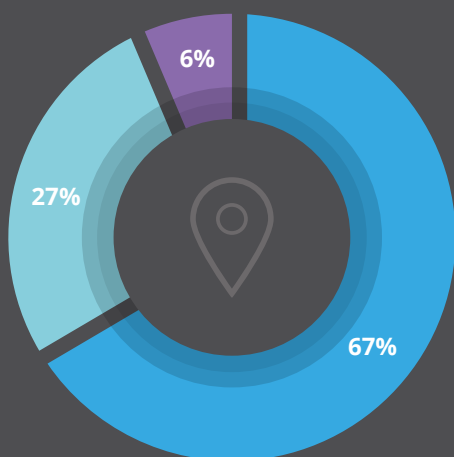


- A rénover
- Déjà réhabilité
- Neuf

Les clients qui viennent taper à la porte d'Espaces Atypiques sont en majorité de grands amateurs d'art, de design et d'architecture. Une population qui possède bien souvent les compétences pour réhabiliter son habitat avec goût. Conséquence : les biens commercialisés sont en très grande majorité déjà rénovés. Le neuf étant ultra-minoritaire (2%).



LOCALISATION :



- Centre Ville
- Périphérie
- Campagne

Deux tiers des biens sont situés en centre-ville. Une donnée logique au vu de la répartition de la population française située principalement en ville. Cela est également dû au volume des ventes au sein du réseau. Le poids des trois agences historiques de Paris, Lyon et Marseille est indéniable et les ventes effectuées sur les trois plus importantes agglomérations françaises sont la cause directe de cette prépondérance des biens en ville.

Cette donnée devrait être fortement impactée dans les prochains mois avec l'ouverture des agences sur des secteurs moins urbains (Luberon, Bourgogne, Pays Basque, Haute Savoie, Normandie...)

PORTRAIT TYPE DES ACQUÉREURS

2.1 PLACE AU COUP DE CŒUR

Incontestablement le coup de cœur représente la motivation d'achat première, à 33%. Espaces Atypiques sélectionne des biens à même de déclencher ces fameux coups de cœur. Ainsi, les professionnels du réseau parviennent à convaincre leurs clients de visiter des biens dans des zones géographiques situées hors de leur périmètre initial de recherche.... et ils succombent très souvent à la tentation. Certaines fois, ils «flashent» même sur un bien directement sur le site www.espaces-atypiques.com, par le biais des photos très soignées et évocatrices mises en ligne.

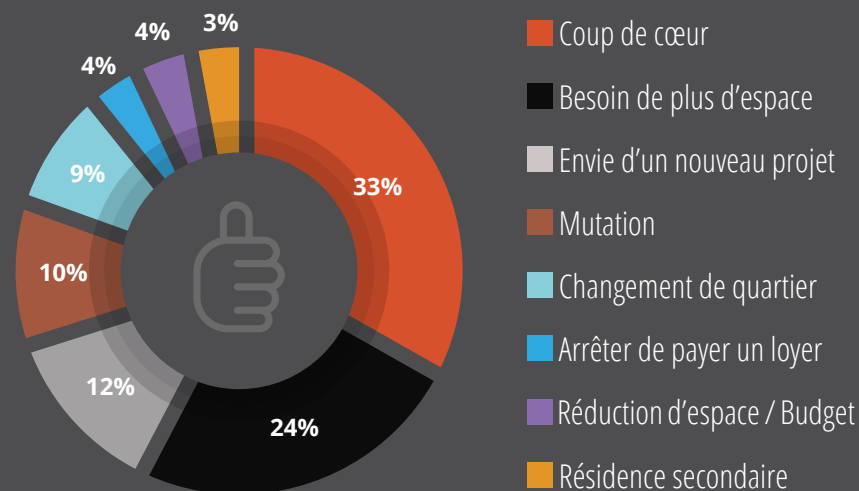
En deuxième position, les acquéreurs sont à la recherche de plus d'espace, raison plus commune pour déménager lorsque, par exemple, les moyens sont plus conséquents ou que la famille s'agrandit.

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.

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

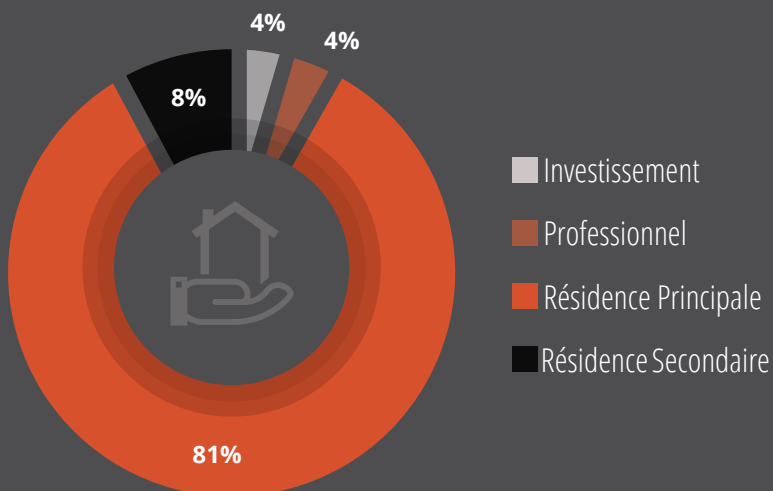
Dans la deuxième partie de cette étude, Espaces Atypiques s'est attelé à dresser le portrait-robot des acquéreurs de biens contemporains en France. Catégorie socio professionnelle, hobbies, situation maritale, motivation d'achat... un profil type se dégage-t-il ? Quels sont les points communs ? Une chose est certaine, ils sont semblables aux biens qu'ils affectionnent : surprenants, originaux et... atypiques.

MOTIVATION D'ACHAT :



2.2 USAGE DU BIEN

USAGE DU BIEN :



Voilà une idée préconçue qui s'efface... non, les biens contemporains 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. A une majorité écrasante, pour acquérir leur résidence principale les clients sollicitent Espaces Atypiques.

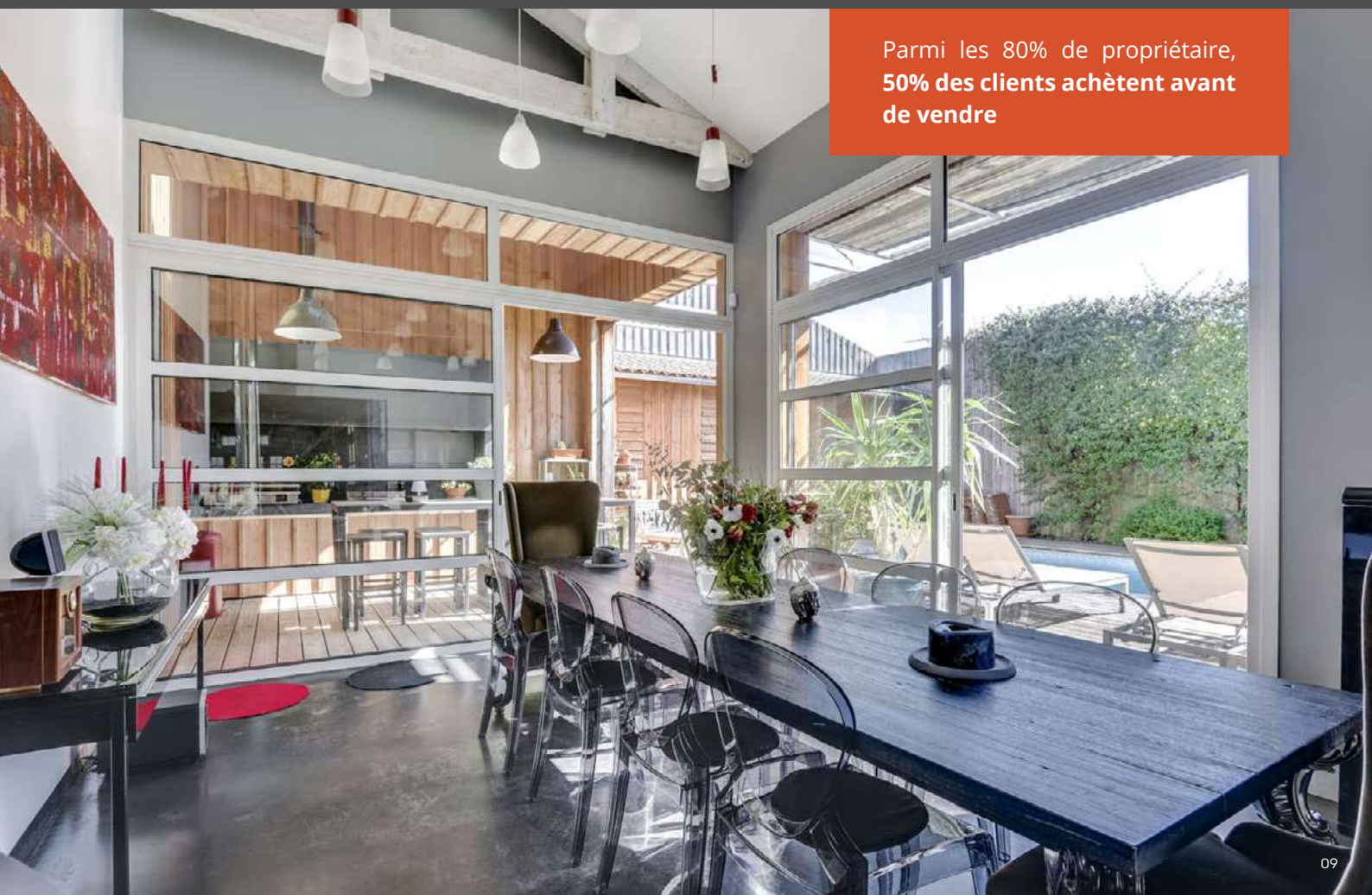
Autre chiffre marquant, 4% sont utilisés à des fins professionnelles... ou comment stimuler la créativité dans un cadre unique. Néanmoins, 8% des clients contactent Espaces Atypiques pour une résidence secondaire, mais, surtout, dans certains spots de villégiatures : Paris, Côte d'Azur, Côte atlantique, Alpes.

Enfin, on ne s'oriente pas vers un bien contemporain lors son premier achat, ou très peu : à peine plus de 20%... une donnée à relier avec le budget moyen, difficilement accessible pour un primo-accédant.

PRIMO ACCÉDANT

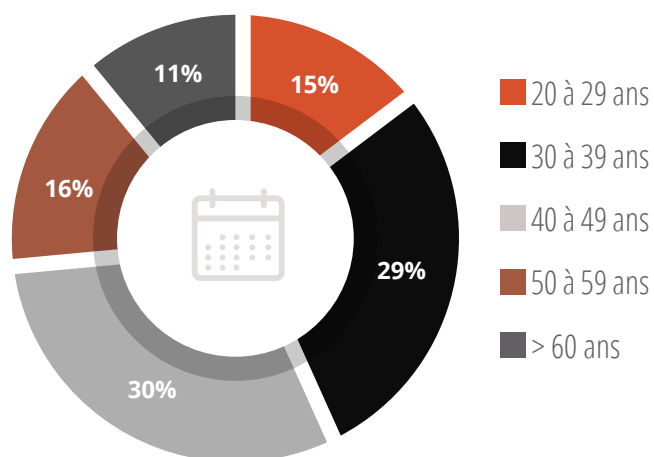
Oui	51	22%
Non	178	78%
NR	22	
TOTAL	251	100%

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

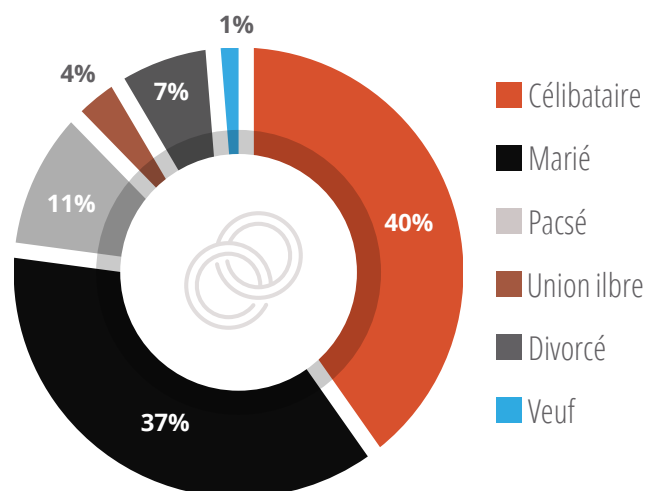


2.3 ÂGE DES ACQUÉREURS ET SITUATION MARITALE

ÂGE DES ACQUÉREURS :



SITUATION MARITALE DES ACQUÉREURS :

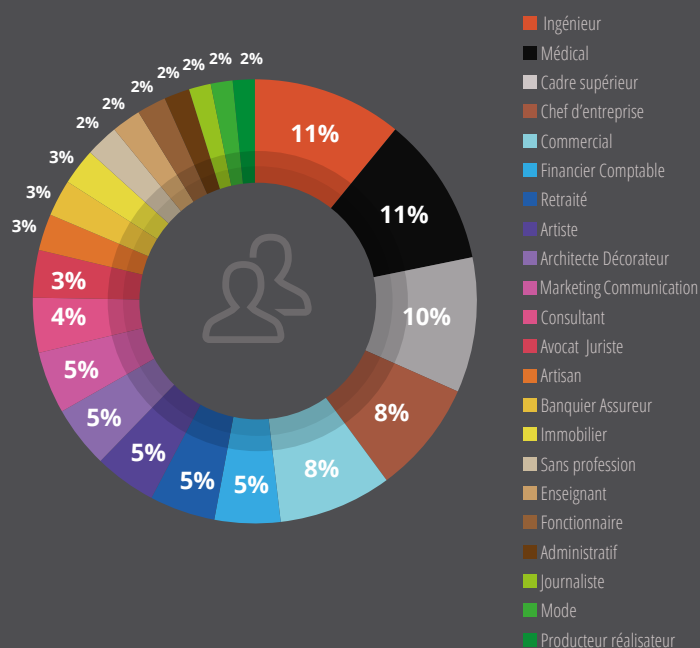


La moyenne d'âge des acheteurs est de 43 ans, avec un cœur de cible situé entre 30 et 50 ans.

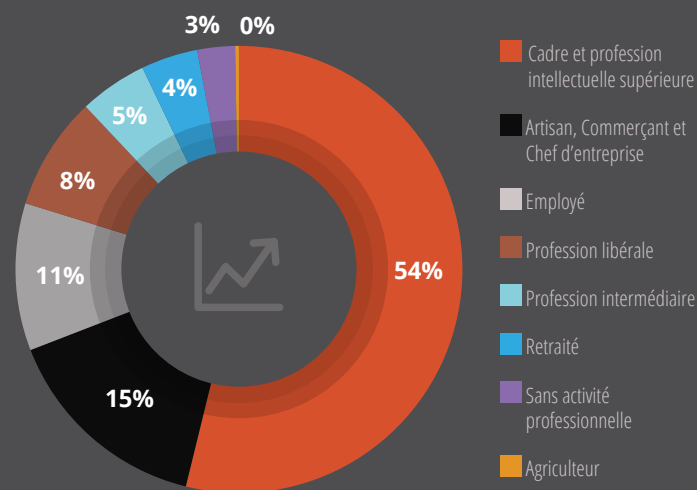
Ce qui est passablement jeune, sachant que 4 clients sur 10 sont... célibataires et ne peuvent donc compter que sur leur propre apport.

2.4 ÂGE DES ACQUÉREURS ET SITUATION MARITALE

PROFESSION DES ACQUÉREURS :



CSP DES ACQUÉREURS :



Pour une fois, le « cliché » est... respecté ! Le pool d'acquéreurs est composé d'une **majorité écrasante (54%) de professions intellectuelles supérieures et de cadres. Indépendants**, chefs d'entreprise, professions libérales suivent, alors que les retraités, sans emplois et agriculteurs représentent assez logiquement une part infime.

En rentrant davantage dans le détail des professions, le constat est plus surprenant. Les artistes, architectes décorateurs, marketeurs, communicants ou avocats sont loin de dominer (22%). Pourtant, il est assez aisé d'imaginer que les biens contemporains - type loft - seraient à même d'attirer cette population. Enfin, **près d'un tiers des acquéreurs sont des ingénieurs, professionnels du monde médical ou des cadres supérieurs** : des professions à haut niveau de vie.



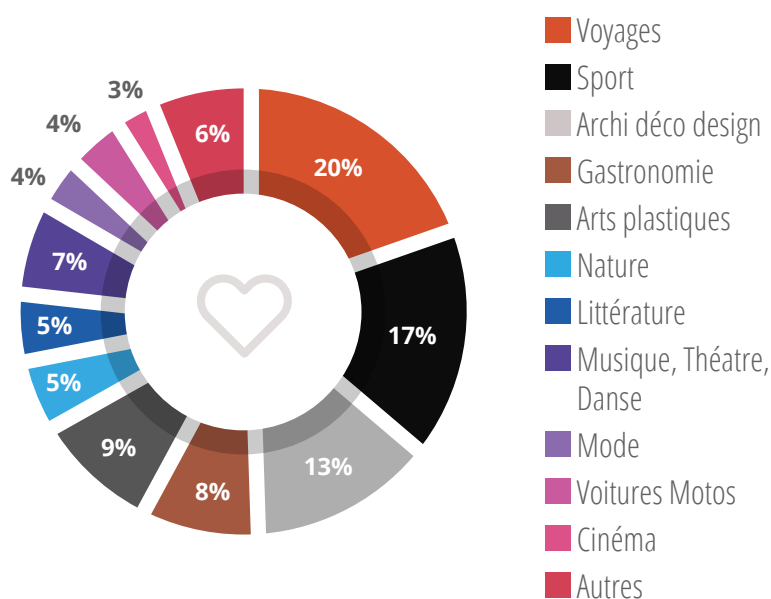
2.5 À LA CROISÉE DES HOBBIES

Dans cette ultime rubrique, il a fallu regrouper les passions en grandes catégories. En effet, certains acquéreurs multiplient les passions 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 affichant une sensibilité pour l'art... et la nature.** Les sorties et autres activités culturelles occupent également une part non négligeable.

Au final, cette description collerait parfaitement aux professionnels du réseau Espaces Atypiques : épicuriens, curieux avec une vie en mouvement... tout en essayant d'avoir une vie saine et enrichissante.

PASSION DES ACQUÉREURS :





UN BIEN HORS-NORME :

Un loft ou un appartement contemporain pour 60% des biens, un budget moyen de 563 000 euros, une surface moyenne de 141 m², souvent un espace extérieur, déjà réhabilité et en centre-ville... tel est le profil-type du bien atypique. Différent par ses volumes, son budget ou sa localisation, Un bien atypique requiert une réelle expertise pour le dénicher et se démarque par son supplément d'âme et une vraie signature.

EN DEUX MOTS

UN ACQUÉREUR SPÉCIFIQUE :

Il fonctionne au coup de cœur, utilise son bien comme résidence principale à 80% et il est généralement déjà propriétaire. Son âge moyen est de 43 ans et 40% sont célibataires. De profession intellectuelle ou cadre, il est passionné de sport, souvent porté sur l'architecture, la décoration, le design et aime les voyages.

Un acquéreur de bien atypique est en quête d'un habitat qui n'appartient qu'à lui, correspond à son image et au sein duquel il peut s'accomplir pleinement.

