

« Les acquéreurs recherchent des biens uniques, capables de susciter une émotion », Julien Haussy, Espaces Atypiques

Porté par une clientèle en quête de singularité et d'émotions, le marché des biens atypiques continue de performer malgré un contexte global plus contrasté. Profils des acquéreurs, nouvelles attentes, critères de recherche et ambitions de développement du réseau... Le point avec Julien Haussy, fondateur d'Espaces Atypiques.



Comment se porte marché des biens atypiques ?

Le marché se porte très bien. Nous avons enregistré une excellente année 2025 avec une **hausse de 26 % des transactions**, dans un contexte où le marché global tournait plutôt autour de +10 %. La dynamique reste forte : le mois de janvier a été meilleur que celui de l'an dernier et nos **promesses signées** sont en progression de **plus de 15 %**. Habituellement plus calme, ce début d'année confirme la stabilité observée depuis l'automne.

Comment expliquez-vous cet engouement pour les biens atypiques ?

Les acquéreurs recherchent désormais des biens uniques, capables de [susciter une émotion et un véritable coup de coeur](#). Un **bien atypique** est avant tout un bien rare dans son environnement. Les acheteurs, Français comme étrangers, ne se limitent plus aux critères purement rationnels comme la surface ou la localisation : ils veulent se faire plaisir et **acquérir un lieu qui a du caractère**.

Par ailleurs, nous évoluons souvent sur **des biens haut de gamme** avec une clientèle dont près de la moitié n'a pas recours au crédit, ce qui limite l'impact des fluctuations financières.

Quelles sont les autres spécificités de cette clientèle ?

Elle est globalement aisée, même si nous vendons aussi bien **des biens à 300 000 euros que des propriétés à**

plusieurs millions. Ce sont des clients moins réticents face aux travaux : plus de 30 % y sont ouverts, contre environ 20 % chez les hauts revenus en général, selon une étude réalisée en partenariat avec OpinionWay . Beaucoup souhaitent personnaliser leur bien ou disposent déjà de réseaux d'architectes et d'artisans.

Ils recherchent avant tout des propriétés qui sortent de l'ordinaire, tels que des **maisons d'architecte, des lofts industriels, des bâtisses anciennes ou encore bénéficiant d'une vue exceptionnelle.** Il existe aussi une dimension patrimoniale forte : ces biens sont souvent perçus **comme des objets de collection** , comparables à des montres ou des voitures anciennes.

Quels sont les critères de recherche prioritaires pour ces acquéreurs ?

L'originalité et le charme restent essentiels, mais les clients sont aussi attentifs à la fonctionnalité. Ils apprécient les **biens déjà rénovés par des architectes** ou des décorateurs, ou acceptent les travaux pour tout faire à leur goût. Ils recherchent systématiquement : **une vue, un espace extérieur, des volumes, de la luminosité, de grandes ouvertures** . La cuisine est également devenue le cœur de la maison, qu'elle soit ouverte ou dînatore. Ils apprécient **les grandes pièces à vivre** où l'on cuisine, mange et partage. Ils veulent **une suite parentale** avec un dressing et une grande salle de bain, des **espaces distincts pour les enfants et les invités** , sans oublier **une pièce supplémentaire** pouvant servir de bureau ou de family room.

On observe également une évolution géographique : **les acheteurs sont moins attachés à une adresse précise** qu'au fait d'être au cœur d'un quartier vivant, proche des commerces, des transports et de la vie culturelle. A la campagne , ils privilégient des communes dynamiques, accessibles et dotées d'une certaine animation : une campagne chic, en somme.

Quels sont les objectifs du réseau pour les prochaines années ?

Nous comptons actuellement 87 agences, réparties à parts égales entre succursales et franchises. Notre objectif est d'ouvrir entre **5 et 10 nouvelles agences par an** et de nous implanter dans une vingtaine de départements où nous ne sommes pas encore présents. Nous allons également poursuivre notre politique de recrutement pour soutenir notre développement. Nous rassemblons aujourd'hui **un peu plus de 600 conseillers immobiliers et visons les 1 000 d'ici 2030.**

Parallèlement, nous voulons renforcer notre positionnement sur le luxe tout en conservant une offre accessible. Nous envisageons aussi de diversifier notre activité vers l' **investissement locatif, le neuf, et l'immobilier professionnel.**

Enfin, notre ambition est de nous **implanter en franchise à l'étranger** , notamment dans les grandes métropoles européennes. Les opportunités dépendront avant tout des rencontres et des projets locaux.