



# #DIGIMMO 2019

LE BAROMÈTRE DE L'IMMOBILIER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



## PRATIQUES IMMOBILIÈRES & DIGITALES DE LA "GÉNÉRATION MILLENNIALS" 18-30 ANS

4ÈME ÉDITION DU BAROMÈTRE PROPOSÉ PAR PIERRE & VACANCES CONSEIL IMMOBILIER



01



# RAPPELS MÉTHODOLOGIQUES



01

RAPPELS  
MÉTHODOLOGIQUES



## SONDAGE EFFECTUÉ

au moyen d'un questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon représentatif de la population française sur la tranche d'âge 18-30 ans



## TERRAIN CONDUIT

du 6 au 19 février 2019

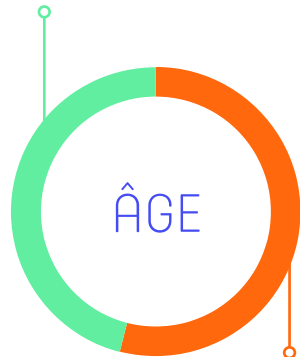
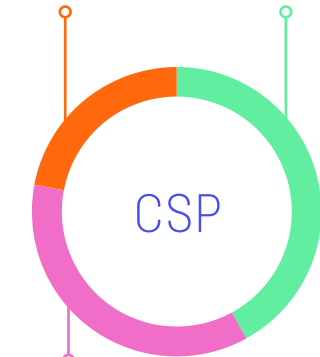


**1004**  
répondants

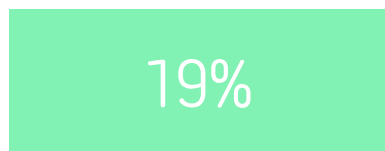
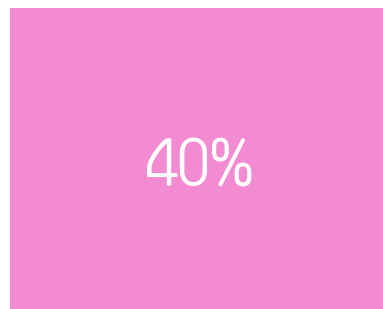
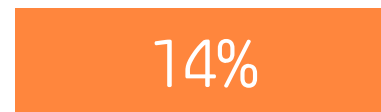
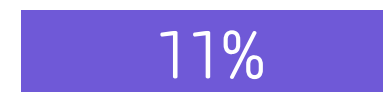


**22**  
questions



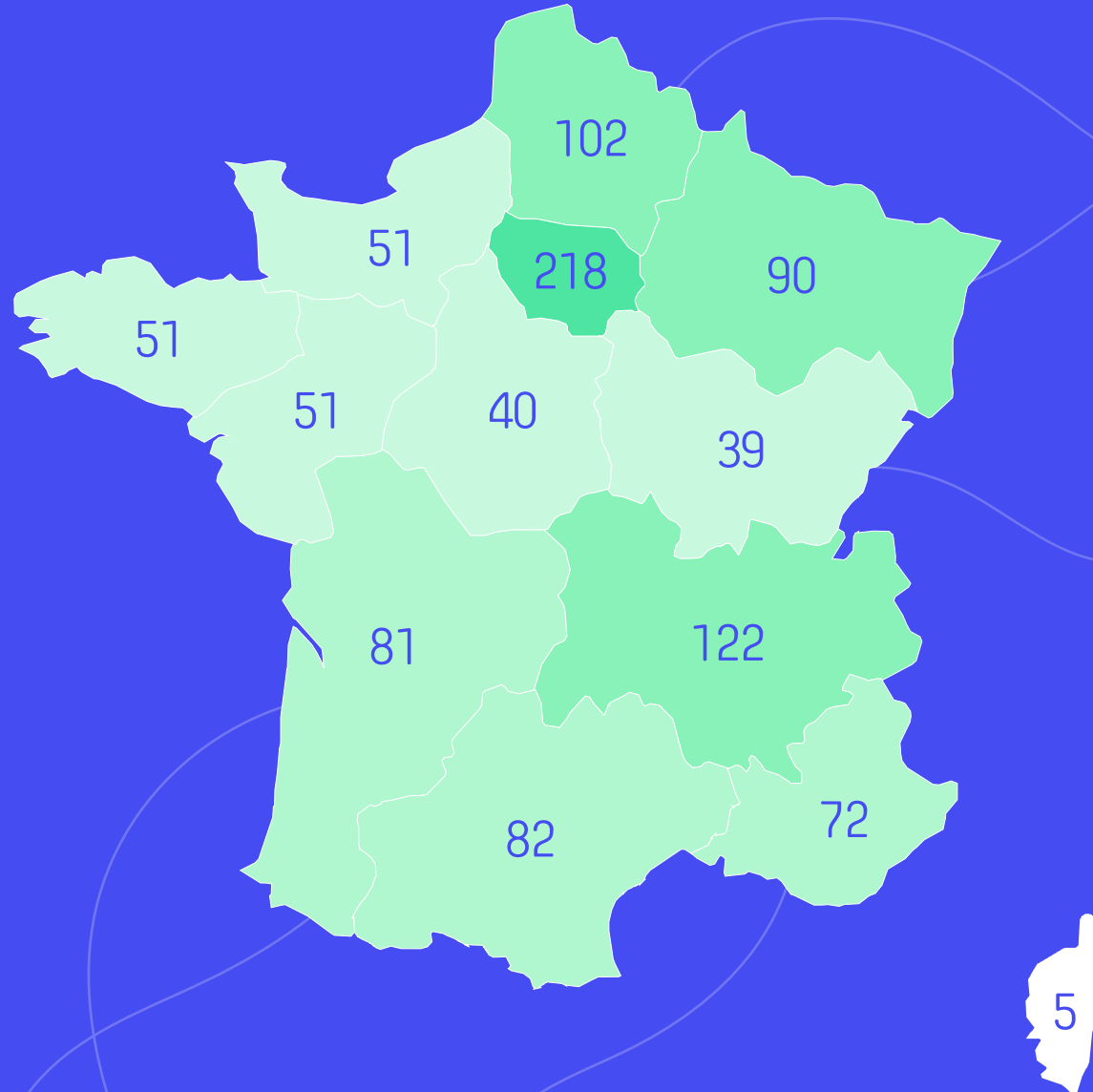
46%  
25-30 ANS54%  
18-24 ANS50%  
FEMME50%  
HOMME22%  
CSP+36%  
CSP-

## TAILLE D'AGGLOMÉRATION DE LEUR RÉSIDENCE

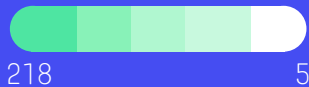
PARIS-RÉGION  
PARISIENNEPLUS DE  
100 000 HABITANTSDE 20 000 À  
100 000 HABITANTSMOINS DE  
20 000 HABITANTSCOMMUNE  
RURALE



## RÉGIONS D'ORIGINE



Répondants





DE 18 À 30 ANS,  
L'ÉMANCIPATION  
EST EN MARCHÉ,

30%  
DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT VIVRE  
EN COUPLE

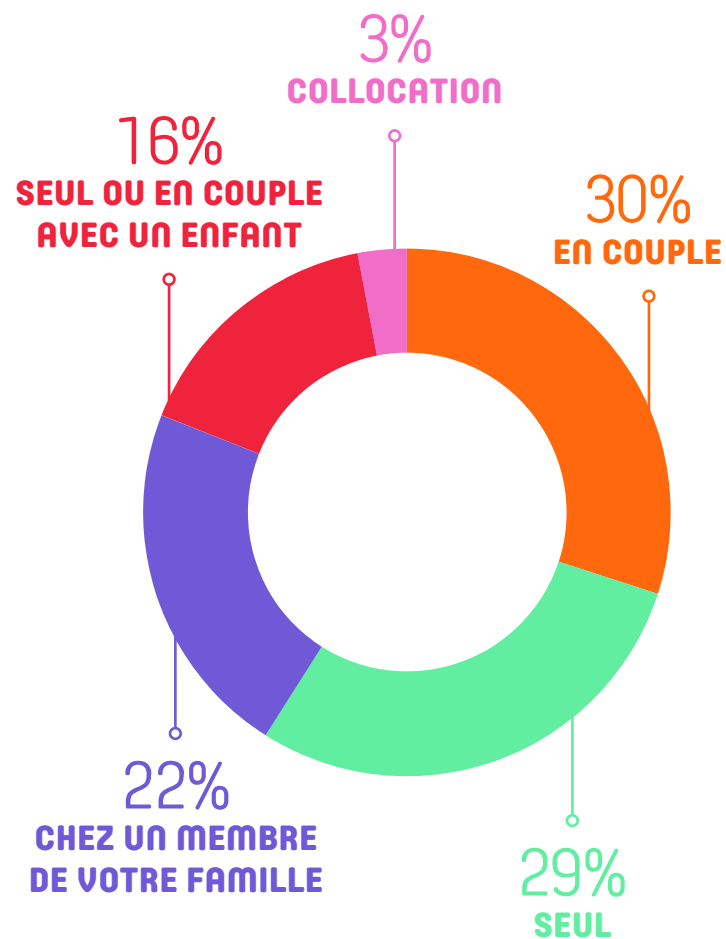
29%  
DÉCLARENT  
VIVRE SEUL

DE 18 À 24 ANS

34%  
DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT VIVRE  
SEUL.

TANDIS QUE  
DE 25 À 30 ANS

38%  
DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT VIVRE  
EN COUPLE.





DES PRATIQUES  
DIGITALES TRÈS  
LARGEMENT  
RÉPANDUES

99%

DE L'ÉCHANTILLON  
EST ÉQUIPÉ D'UN  
SMARTPHONE

95%

DE L'ÉCHANTILLON A  
DÉJÀ EFFECTUÉ DES  
ACHATS EN LIGNE

94%

DE L'ÉCHANTILLON  
EST ÉQUIPÉ D'UN  
ORDINATEUR  
ET/OU DISPOSE  
D'UN OU PLUSIEURS  
COMPTES SUR LES  
RÉSEAUX SOCIAUX

ILS NE SONT EN  
REVANCHE QUE

87%

À AVOIR DÉJÀ  
RENSEIGNÉ UN  
FORMULAIRE EN  
LIGNE

VOUS AVEZ UN COMPTE SUR  
UN OU PLUSIEURS RÉSEAUX SOCIAUX

94%

VOUS AVEZ DÉJÀ RENSEIGNÉ  
UN FORMULAIRE EN LIGNE

87%

VOUS AVEZ DÉJÀ EFFECTUÉ  
DES ACHATS EN LIGNE

95%

VOUS AVEZ UN ORDINATEUR

94%

VOUS AVEZ UN SMARTPHONE

99%

FACEBOOK,  
RÉSEAU SOCIAL LE  
PLUS UTILISÉ PAR  
LES 18-30 ANS

81%

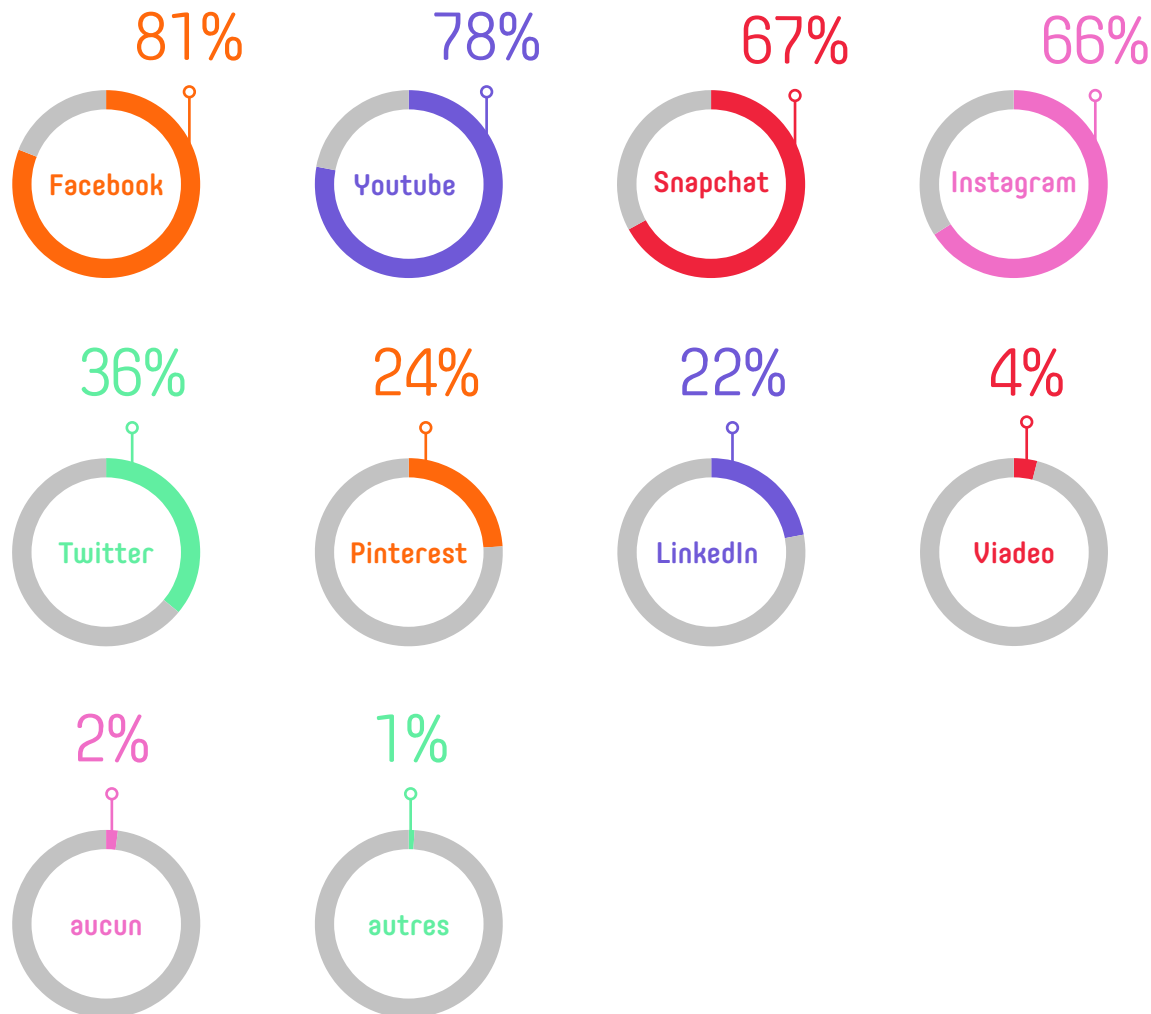
DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT  
UTILISER FACEBOOK,  
POSITIONNANT CE  
RÉSEAU SOCIAL AU  
PREMIER RANG DE  
CEUX UTILISÉS PAR  
CETTE TRANCHE  
D'ÂGE.

LE SITE DE PARTAGE  
DE VIDÉOS YOUTUBE  
ARRIVE AU  
DEUXIÈME RANG :

78%

DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT LE  
CONSULTER.

SNAPCHAT ET  
INSTAGRAM, AVEC  
RESPECTIVEMENT  
67% ET 66%  
D'UTILISATEURS  
SONT LOIN DEVANT  
TWITTER, 5ÈME  
AVEC 36%  
D'UTILISATEURS.





77%

DES 18-30 ANS  
UTILISENT LES  
RÉSEAUX SOCIAUX  
POUR SE DIVERTIR  
OU DIVERTIR  
LES AUTRES.  
C'EST L'USAGE  
PRIORITAIRE QUI EN  
EST FAIT

LE 3<sup>ÈME</sup> USAGE  
LE PLUS  
FRÉQUEMMENT CITÉ  
EST S'INFORMER  
OU SE CULTIVER:

62%

LES INTERACTIONS  
AVEC LES MARQUES  
OU ENTREPRISES,  
L'ACHAT/VENTE  
OU LE TRAVAIL  
ARRIVENT LOIN  
DERRIÈRE MAIS  
CONCERNENT  
TOUTEFOIS PRÈS  
D'UN QUART DE  
L'ÉCHANTILLON.

74%

DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT  
ÉGALEMENT LES  
UTILISER POUR  
ÉCHANGER ET  
DISCUTER.

ME DIVERTIR/DIVERTIR LES AUTRES

77%

ECHANGER/DISCUTER

74%

M'INFORMER/ME CULTIVER

62%

SUIVRE ET ÉCHANGER  
AVEC DES MARQUES/ENTREPRISES

26%

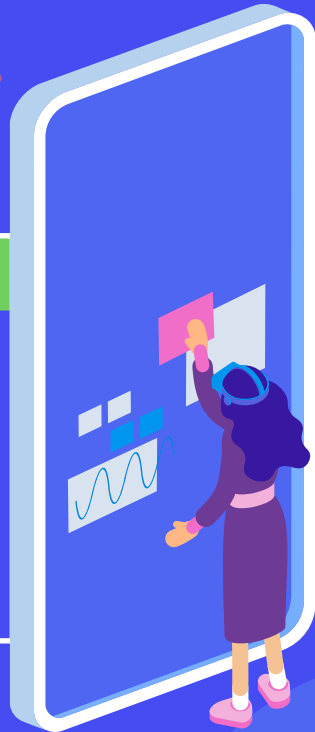
ACHETER /VENDRE

23%

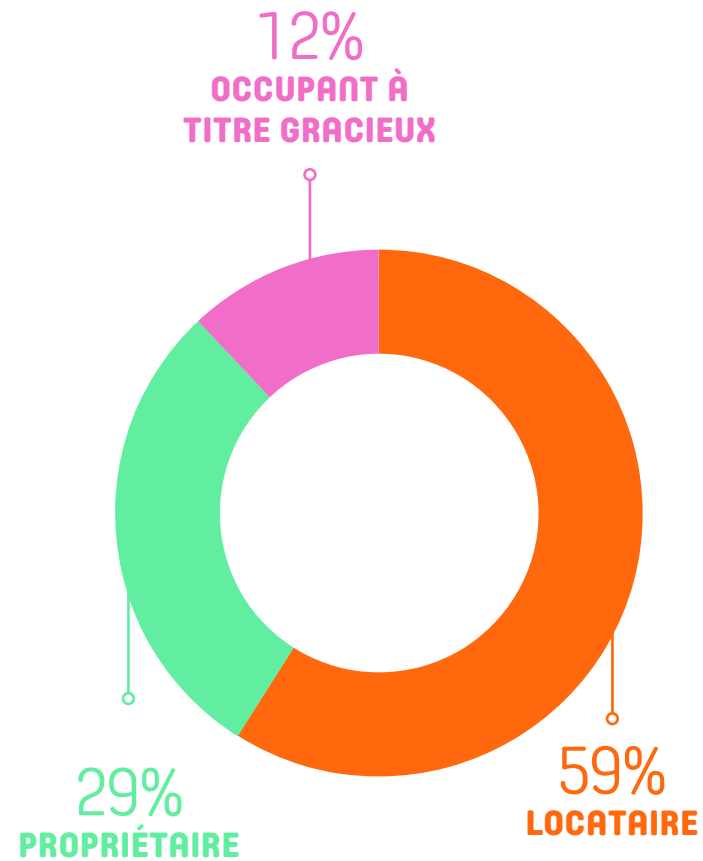
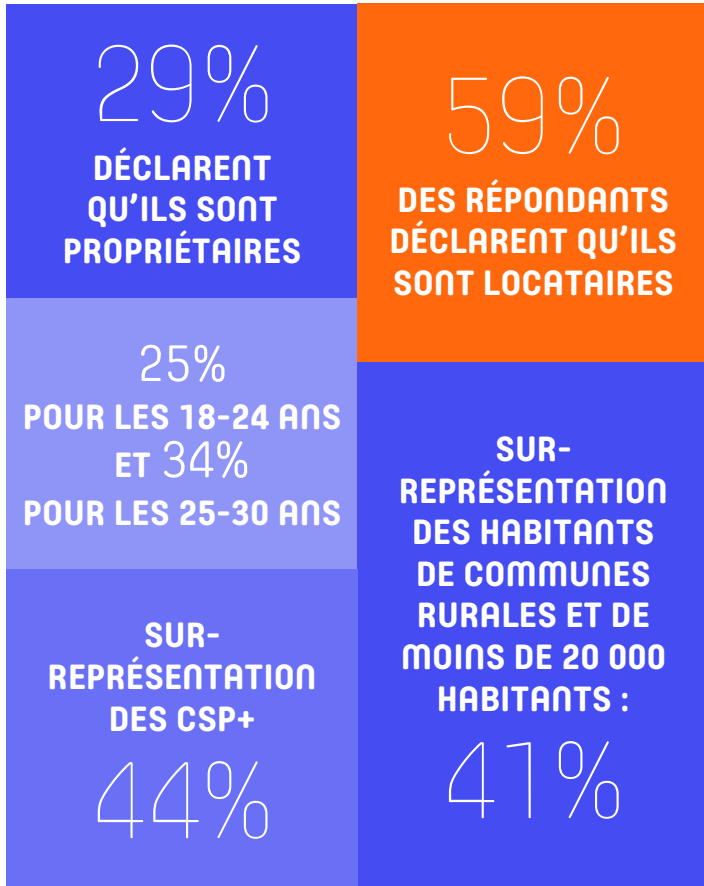
TRAVAILLER

20%

02



DEVENIR  
PROPRIÉTAIRES ?





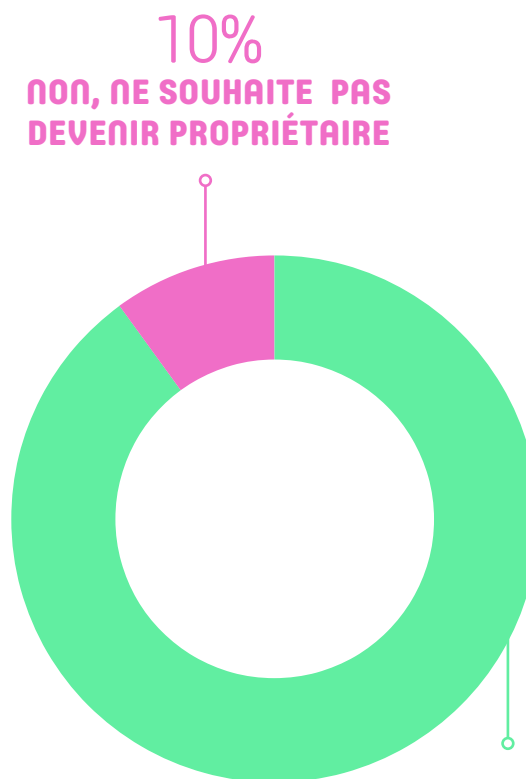
POUR CEUX QUI NE SONT PAS PROPRIÉTAIRES AUJOURD'HUI, LA PERSPECTIVE DE LE DEVENIR UN JOUR EST UNE ASPIRATION FORTE

CETTE ASPIRATION CROÎT À MESURE QUE L'ÂGE AVANCE : +3% POINTS POUR LES 25-30 ANS

L'EXERCICE D'UNE ACTIVITÉ RENFORCE CE SENTIMENT : 6% DES CSP+ ET 7% DES CSP- N'Y ASIPIRENT PAS, CONTRE 6% DES INACTIFS

90%

DES RÉPONDANTS QUI NE SONT PAS PROPRIÉTAIRES AUJOURD'HUI ENVISAGENT DE LE DEVENIR



90%  
OUI, SOUHAITE DEVENIR PROPRIÉTAIRE

10%  
NON, NE SOUHAITE PAS DEVENIR PROPRIÉTAIRE

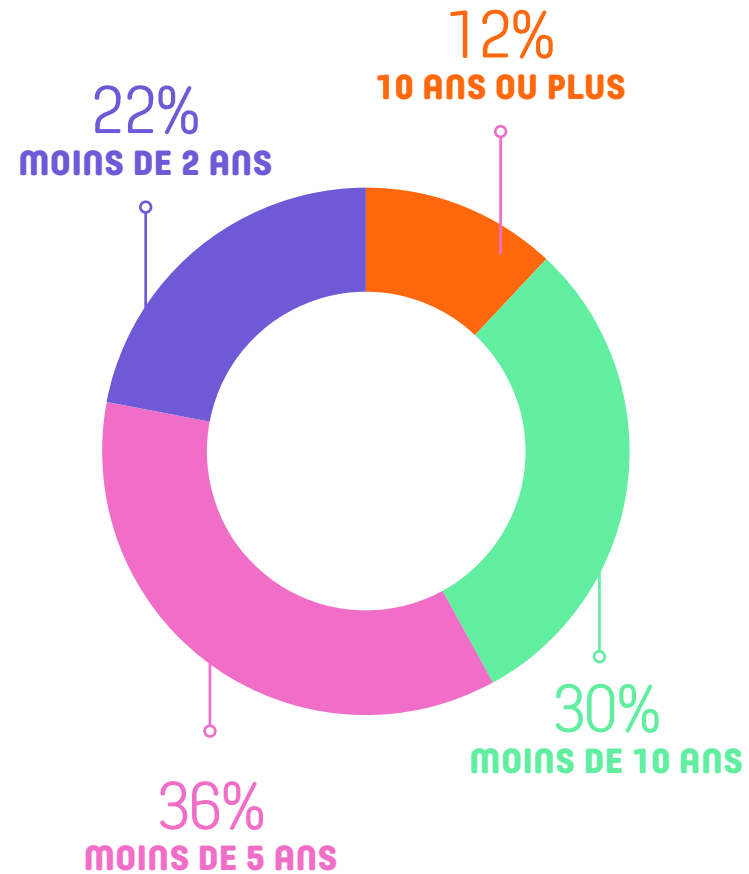


**POUR  
58%  
DES RÉPONDANTS  
LOCATAIRES  
AUJOURD'HUI  
ET AYANT  
COMME AMBITION  
DE DEVENIR  
PROPRIÉTAIRE  
UN JOUR, CETTE  
PERSPECTIVE SE  
SITUE À MOINS  
DE 5 ANS.**

**( 22% À MOINS DE  
2 ANS ET 36% À  
MOINS DE 5 ANS )**

**À MESURE QUE  
L'ÂGE AVANCE,  
CETTE ÉCHÉANCE  
TEND À SE FAIRE  
PLUS COURTE :  
33%  
DES 25-30 ANS  
L'ENVISAGENT À  
MOINS DE 2 ANS  
CONTRE  
14%  
DES 18-30 ANS**

**LA PROXIMITÉ DE  
CETTE ÉCHÉANCE  
EST DÉPENDANTE  
DE L'EXERCICE  
D'UNE ACTIVITÉ  
PROFESSIONNELLE  
(10% DES INACTIFS  
L'AMBITIONNENT À  
MOINS DE 2 ANS,  
33% À MOINS  
DE 5 ANS ET  
37% À MOINS  
DE 10 ANS )**





L'ARGENT EST LE FREIN NUMÉRO 1 À L'ACCESSION À LA PROPRIÉTÉ POUR CEUX DES RÉPONDANTS QUI SOUHAITENT LE DEVENIR :

LES AUTRES FREINS SONT MENTIONNÉS PAR UN QUART À UN TIERS DE L'ÉCHANTILLON :

OPPORTUNITÉ, EMPLOIS, ÉTUDES, COUPLE...

POUR  
83%

DES RÉPONDANTS, NON PROPRIÉTAIRES À DATE ET ENVISAGEANT DE LE DEVENIR, LA QUESTION FINANCIÈRE EST LE PRINCIPAL OBSTACLE À LA RÉALISATION DE CE PROJET AUJOURD'HUI

DE L'ARGENT

83%

L'OPPORTUNITÉ

34%

AVOIR UN EMPLOI

32%

TERMINER MES ÉTUDES

27%

ÊTRE EN COUPLE

18%

AUTRES

1%



L'ACCESSION À LA  
PROPRIÉTÉ PASSE  
MAJORITAIREMENT  
PAR LE CRÉDIT.

90%

DES 18-30 ANS  
QUI SE DÉCLARENT  
PROPRIÉTAIRES  
ONT CONTRACTÉ  
UN EMPRUNT POUR  
LEUR ACHAT.

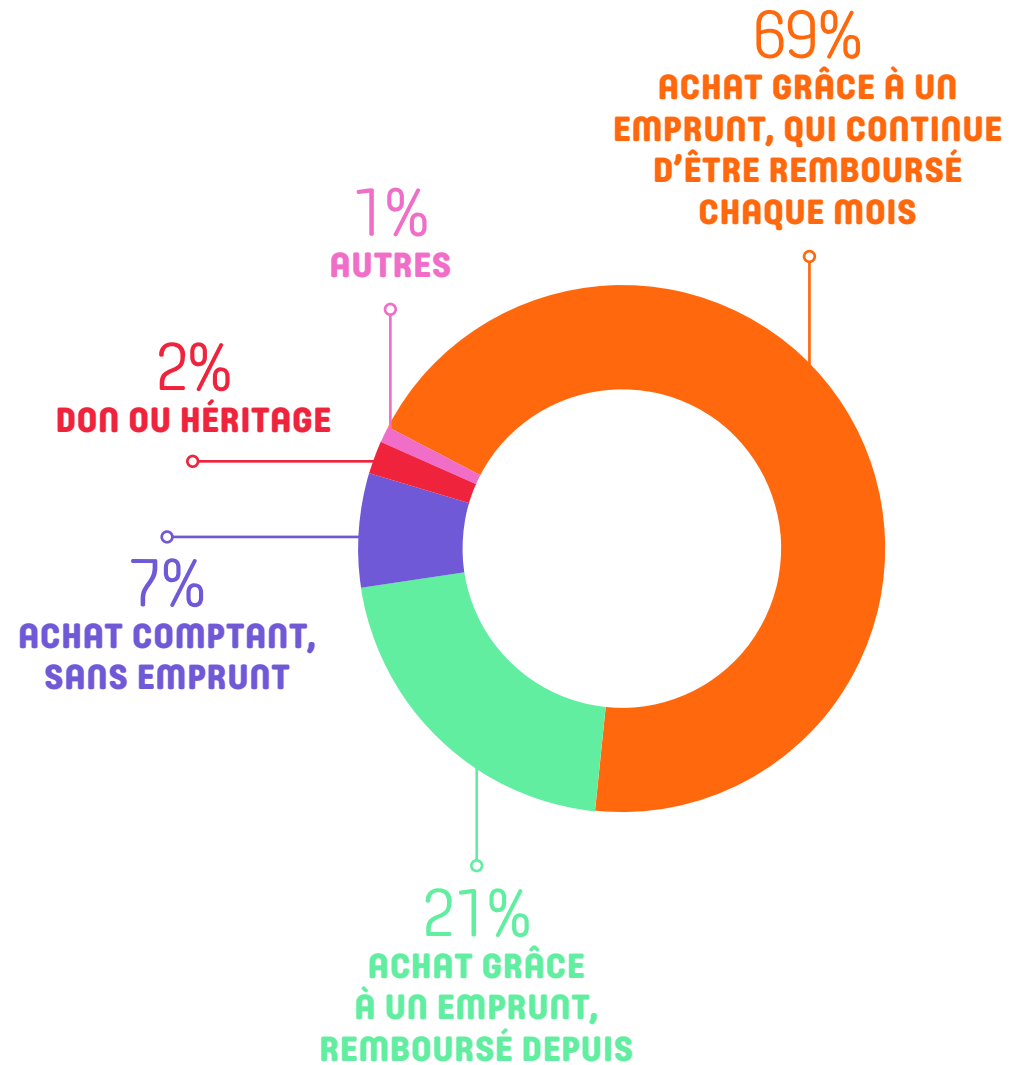
( ILS SONT 69%  
À CONTINUER À LE  
REMBOURSER ET  
21% À AVOIR DÉJÀ  
SOLDÉ LA TOTALITÉ  
DE LEUR PRÊT )

ILS SONT  
NÉANMOINS

7%

À AVOIR FAIT  
L'ACQUISITION  
DE LEUR BIEN  
COMPTANT SANS  
AVOIR CONTRACTÉ  
D'EMPRUNT.

CEUX QUI ONT  
ACHETÉ LEUR BIEN  
COMPTANT OU QUI  
ONT TERMINÉ DE  
LE REMBOURSER  
SE CONCENTRENT  
SUR LA TRANCHE  
18-24 ANS, CHEZ  
LES INACTIFS ET  
RÉSIDENTS SUR  
PARIS-RÉGION  
PARISIENNE





L'ARGENT,  
PRINCIPAL FREIN  
À L'ACCESSION  
À LA PROPRIÉTÉ,  
POUR CEUX DES  
RÉPONDANTS  
QUI NE SONT PAS  
PROPRIÉTAIRES  
AUJOURD'HUI ET QUI  
NE SOUHAITENT PAS  
LE DEVENIR :

70%

DES RÉPONDANTS  
NE SOUHAITENT  
PAS DEVENIR  
PROPRIÉTAIRES  
CAR ILS N'ONT  
PAS LES MOYENS  
FINANCIERS  
( ET NE SE  
PROJETENT PAS  
SUR LE FAIT DE LES  
AVOIR À L'AVENIR )  
ET 26% NE  
SOUHAITENT PAS  
S'ENDETTER

JE N'AI PAS  
LES MOYENS FINANCIERS

70%

JE NE SOUHAITE PAS  
M'ENDETTER

26%

JE PRIVILIGIE LA LOCATION  
PAR CONVICTION

18%

JE SOUHAITE OU DOIS  
DÉMÉNAGER SOUVENT

11%



52%

DES RÉPONDANTS,  
DÉCLARENT ÊTRE  
SEUL PROPRIÉTAIRE  
DE LEUR RÉSIDENCE  
PRINCIPALE ET  
ILS SONT

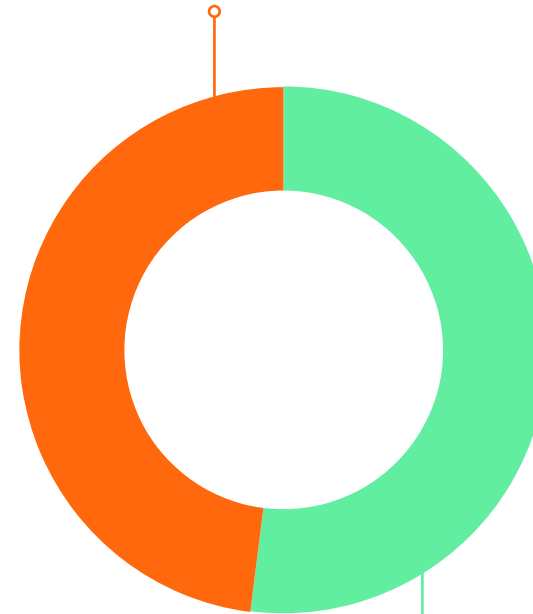
48%

À EN PARTAGER  
LA PROPRIÉTÉ.

CETTE PROPRIÉTÉ  
PARTAGÉE TEND  
À CROÎTRE À  
MESURE QUE L'ÂGE  
DE CES JEUNES  
PROPRIÉTAIRES  
AVANCE :  
47% DES  
18-24 ANS ET 49%  
DES 25-30 ANS

LES PROPRIÉTAIRES  
«EN SOLO» DE  
LEUR BIEN SE  
CONCENTRENT PAR  
AILLEURS SUR  
LES CSP+  
(60%) ET CEUX  
RÉSIDENTS DANS  
DES GROSSES  
AGGLOMÉRATIONS  
(EX : 57% DES  
PROPRIÉTAIRES  
PARISIENS ET  
FRANCILIENS)

48%  
VOUS PARTAGEZ LA  
PROPRIÉTÉ DE VOTRE BIEN



52%  
VOUS ÊTES LE SEUL  
PROPRIÉTAIRE DE VOTRE BIEN



L'IMMOBILIER  
AU COEUR DE LA  
CONSTRUCTION  
PATRIMONIALE DES  
PROPRIÉTAIRES DE  
18-30 ANS

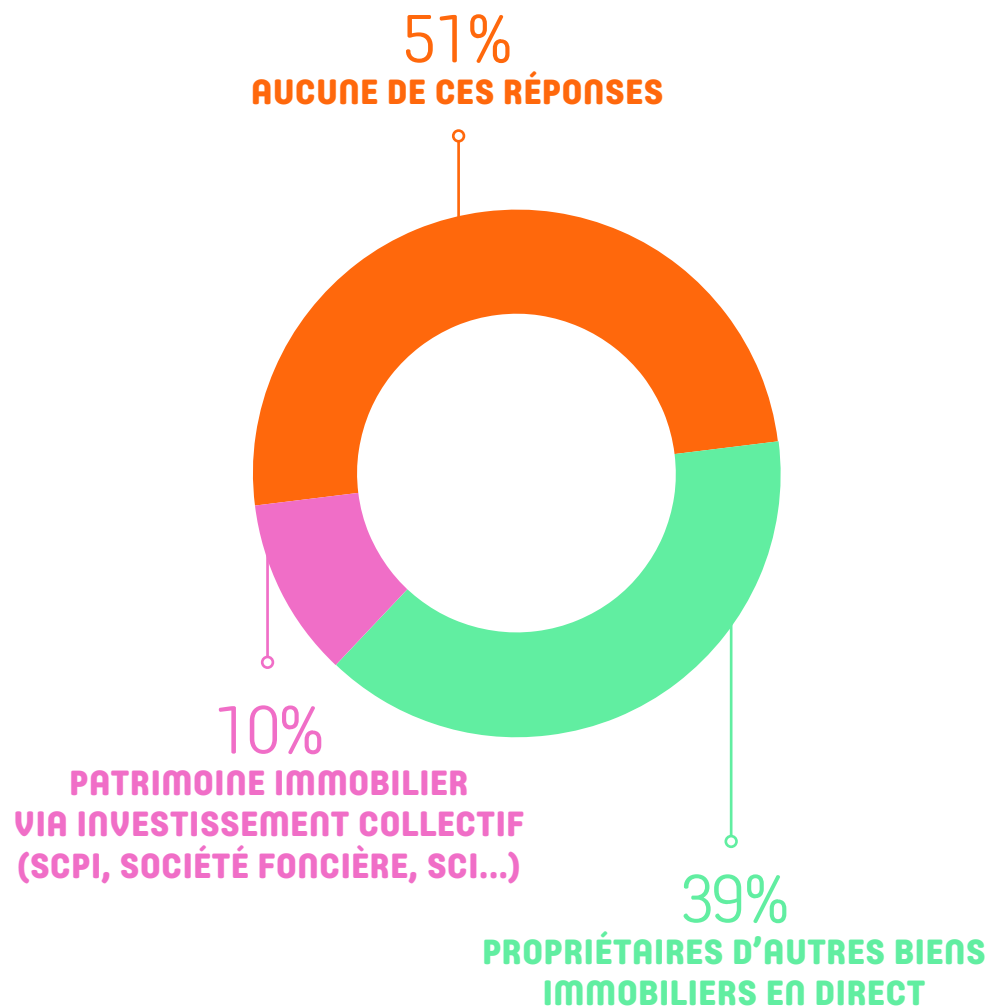
PARMI LES  
RÉPONDANTS  
DÉCLARANT ÊTRE  
PROPRIÉTAIRE DE  
LEUR RÉSIDENCE  
PRINCIPALE,  
ILS SONT

49%

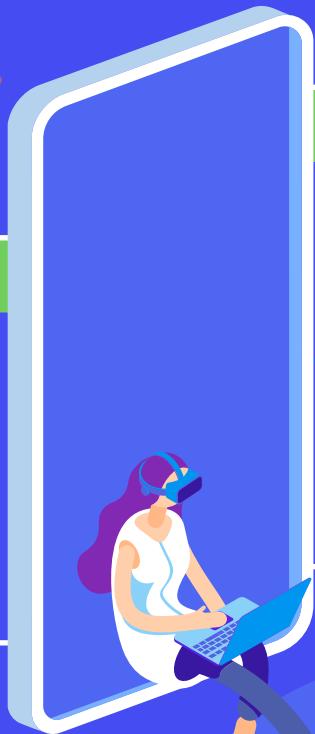
À DÉCLARER ÊTRE  
DIRECTEMENT OU  
INDIRECTEMENT  
PROPRIÉTAIRES  
D'AUTRES BIENS  
IMMOBILIERS.

POUR 39% DE  
CES RÉPONDANTS,  
CES BIENS  
IMMOBILIERS SONT  
LEUR PROPRIÉTÉ  
DIRECTE (61%  
DES PROPRIÉTAIRES  
SUR PARIS-RÉGION  
PARISIENNE !)

POUR 10% D'ENTRE  
EUX CE PATRIMOINE  
IMMOBILIER EST  
LEUR PROPRIÉTÉ  
INDIRECTE VIA UN  
INVESTISSEMENT  
COLLECTIF.



03



# POURQUOI ET COMMENT DEVENIR PROPRIETAIRE ?



SI LE «COUP DE  
CŒUR» EST LE  
PREMIER MOTEUR  
DU PASSAGE À  
L'ACTE,  
LA CONSTRUCTION  
PATRIMONIALE  
EST LA DEUXIÈME  
RAISON LA PLUS  
FRÉQUEMMENT  
CITÉE

39%

DES PROPRIÉTAIRES  
AGÉS DE 18-30  
ANS DÉCLARENT  
AVOIR CHOISI LEUR  
BIEN IMMOBILIER  
D'ABORD PARCE  
QU'IL LEUR  
PLAISAIT.

ILS SONT  
NÉANMOINS

33%

À AVOIR FRANCHI  
LE PAS POUR UNE  
CONSIDÉRATION  
PLUS  
PRAGMATIQUE :  
CELLE DE SE  
CONSTITUER UN  
PATRIMOINE  
IMMOBILIER

CE BIEN ME PLAÎT

39%

JE SOUHAITE ME CONSTRUIRE  
UN PATRIMOINE

33%

LA RECOMMANDATION  
D'UN PROFESSIONNEL

25%

LA RECOMMANDATION  
D'UN PROCHE

25%

J'OCCUPE UN EMPLOI

22%

J'AI UN APPORT PERSONNEL

17%

PAR OPPORTUNITÉ

15%

AUTRE

1%



52%  
DES RÉPONDANTS  
DÉCLARENT AVOIR  
IDENTIFIÉ LEUR  
BIEN IMMOBILIER  
VIA LES RÉSEAUX  
TRADITIONNELS  
DE VENTE  
( NOTAIRES, AGENTS  
IMMOBILIERS,  
PROFESSIONNELS )

43%  
DÉCLARENT AVOIR  
IDENTIFIÉ LEUR  
BIEN GRÂCE À UNE  
RECHERCHE  
EN LIGNE

22%  
DÉCLARENT L'AVOIR  
IDENTIFIÉ VIA UNE  
CONNAISSANCE

VISITE CHEZ UN AGENT IMMOBILIER/  
NOTAIRE/PROFESSIONNEL



RECHERCHE INTERNET



PAR UNE CONNAISSANCE



AFFICHAGE



AUTRE



75%

DES 18-30 ANS  
ONT UTILISÉ UN  
SITE WEB POUR  
LA RÉALISATION  
DE LEUR PROJET  
IMMOBILIER :

POUR

48%

IL S'AGISSAIT D'UN  
SITE D'ANNONCES  
IMMOBILIÈRES

POUR

36%

IL S'AGISSAIT D'UN  
SITE D'AGENCE  
IMMOBILIÈRE.

SITE D'ANNONCES IMMOBILIÈRES

48%

SITE D'AGENTS IMMOBILIERS

36%

AUCUN

25%

SITE DE CONSEIL ET D'INFORMATION  
EN INVESTISSEMENT IMMOBILIER

15%

SITE DE PROMOTEURS

14%

SITE DE COURTIERS EN LIGNE

13%

SITE DE COMMERCIALISATEURS  
IMMOBILIERS

12%

SITE DE NOTAIRES

11%

SITE DE CONSEILLER EN GESTION  
DE PATRIMOINE

9%

AUTRE

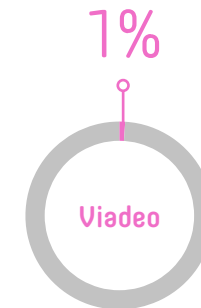
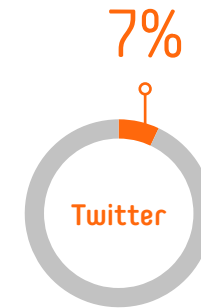
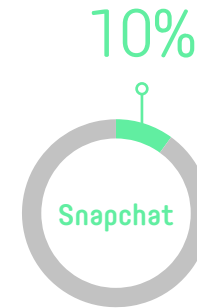
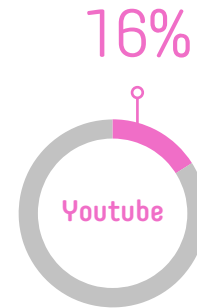
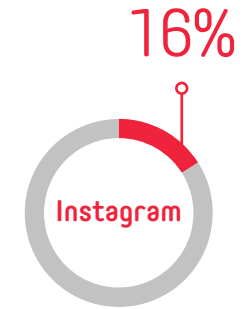
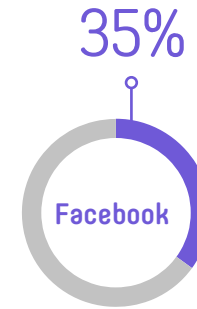
1%



54%  
DES 18-30 ANS  
ONT FAIT USAGE  
D'UN RÉSEAU  
SOCIAL LORS DE  
LA RÉALISATION  
DE LEUR PROJET  
IMMOBILIER

FACEBOOK ARRIVE  
AU PREMIER RANG.  
LE RÉSEAU SOCIAL  
A ÉTÉ UTILISÉ  
PAR 35% DES  
RÉPONDANTS.

INSTAGRAM ET  
YOUTUBE SE  
POSITIONNENT  
EX AEQUO AU  
DEUXIÈME RANG  
AVEC 16% DES  
RÉPONDANTS  
DÉCLARANT LES  
AVOIR UTILISÉS  
DANS CE CADRE.



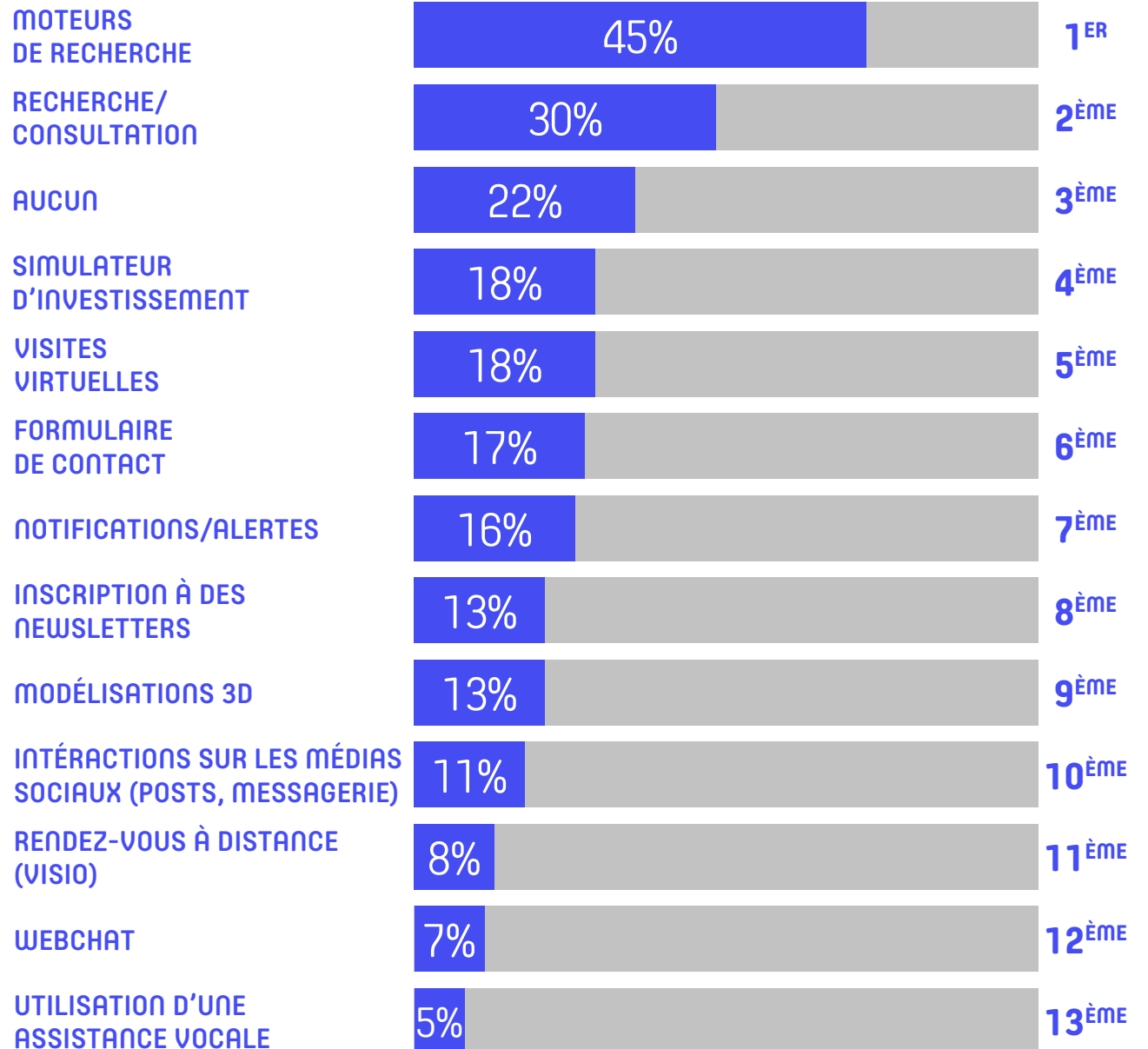
LES MOTEURS DE RECHERCHE SONT LES PRINCIPAUX OUTILS UTILISÉS PAR LES RÉPONDANTS DANS LE CADRE DE LA RÉALISATION DE LEUR PROJET IMMOBLIER :

45%

DES RÉPONDANTS DÉCLARENT LES AVOIR UTILISÉS.

LES FONCTIONNALITÉS DE RECHERCHE SUR LES SITES SPÉCIALISÉS OU GÉNÉRALISTES ARRIVENT DEUXIÈMES :  
30%  
DES RÉPONDANTS.

LES RÉPONDANTS TÉMOIGNENT ÉGALEMENT D'UN USAGE ASSEZ RÉPANDU DES SIMULATEURS D'INVESTISSEMENT, VISITES VIRTUELLES, FORMULAIRES DE CONTACT ET NOTIFICATIONS/ALERTES.







**LES OUTILS  
DIGITAUX  
PRIVILÉGIÉS POUR  
LA RECHERCHE DU  
BIEN OU LA PRISE  
DE CONTACT**

56%

**DES RÉPONDANTS  
AYANT UTILISÉ  
UN OUTIL DIGITAL  
OU SERVICE EN  
LIGNE LORS DE  
L'ACQUISITION DE  
LEUR BIEN, L'ONT  
FAIT POUR LA  
RECHERCHE DU BIEN**

41%

**DE CES MÊMES  
RÉPONDANTS  
POUR LA PRISE DE  
CONTACT AVEC  
LE VENDEUR/  
PROPRIÉTAIRE**

POUR LA RECHERCHE DU BIEN

56%

POUR LA PRISE DE CONTACT AVEC  
LE VENDEUR/PROPRIÉTAIRE

41%

PENDANT TOUTE LA PHASE  
D'ACQUISITION OU DE LOCATION

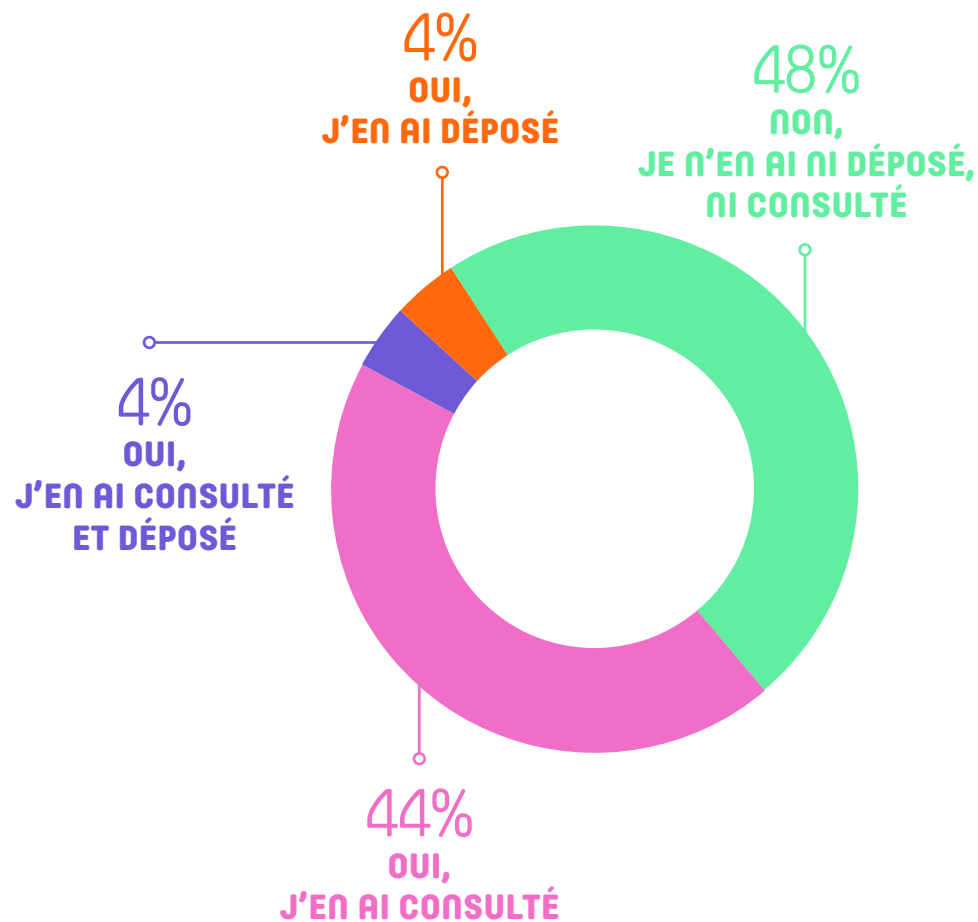
24%



DES 18-30 ANS  
PLUTÔT ATTENTIFS  
AUX AVIS

Parmi les  
répondants,  
52% ont à  
minima consulté  
ou déposé un avis.

TOUTEFOIS, S'ILS  
SONT 48% À EN  
Avoir consulté,  
ils ne sont que  
8% à en avoir  
déposé, il s'agit  
donc davantage  
de se faire un  
avis sur celui  
des autres, que  
de partager son  
expérience.





**LES RÉSEAUX SOCIAUX, PRIVILÉGIÉS POUR CONSULTER OU DÉPOSER UN AVIS**

41%

DES RÉPONDANTS AYANT DÉCLARÉ AVOIR DÉPOSÉ OU CONSULTÉ UN AVIS DANS LE CADRE DE LA RÉALISATION DE LEUR PROJET IMMOBILIER, L'ONT FAIT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

C'EST 4 POINTS DE PLUS QUE SUR LE DEUXIÈME TYPE DE PLATEFORME SPÉCIALISÉE SUR LES AVIS CLIENTS.

LES PLATEFORMES SPÉCIALISÉES DANS L'IMMOBILIER, QU'IL S'AGISSE DES SITES DE PROFESSIONNELS OU DE PORTAILS, ARRIVENT DERRIÈRE, EN 3<sup>ème</sup> ET 4<sup>ème</sup> PLACE

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

41%

SUR UN SITE D'AVIS CLIENTS

37%

SUR LE SITE D'UN PROFESSIONNEL DE L'IMMOBILIER

35%

SUR UN PORTAIL IMMOBILIER

31%

SUR UN FORUM

27%

● TOUT À FAIT D'ACCORD ● PLUTÔT D'ACCORD ● PAS TOUT À FAIT D'ACCORD ● PAS DU TOUT D'ACCORD ● NE SAIS PAS

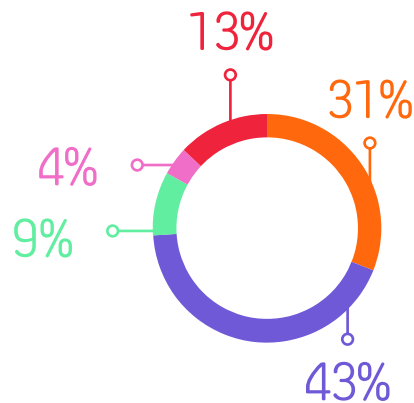
LE CHOIX, LA FACILITÉ ET LA RAPIDITÉ AU CŒUR DES APPORTS DU DIGITAL DANS LE CADRE DE LA RÉALISATION DU PROJET IMMOBILIER DES 18-30 ANS

74%

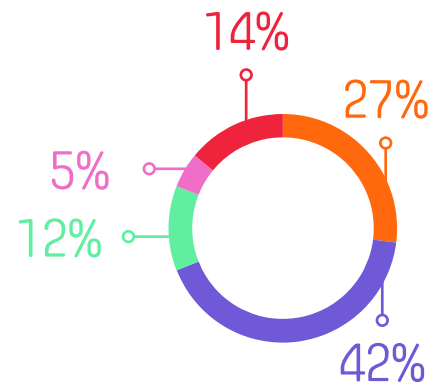
DES 18-30 ANS DÉCLARENT ÊTRE D'ACCORD AVEC LE FAIT QUE LE DIGITAL LEUR A APPORTÉ DAVANTAGE DE CHOIX DANS LE CADRE DE LA RÉALISATION DE LEUR PROJET IMMOBILIER.

69%

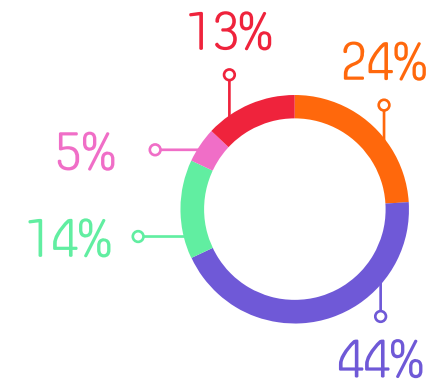
À CONSIDÉRER QUE LE DIGITAL A FACILITÉ LA RÉALISATION DE CE PROJET, CE QUI LAISSE ENCORE UNE BELLE MARGE DE PROGRESSION !



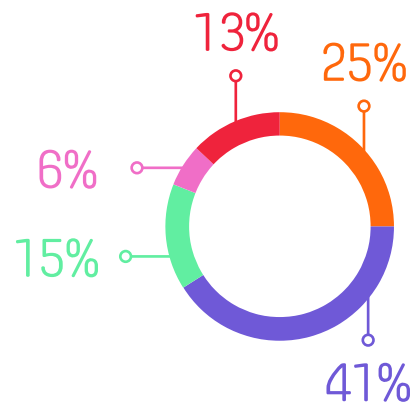
M'ONT APPORTÉ PLUS DE CHOIX



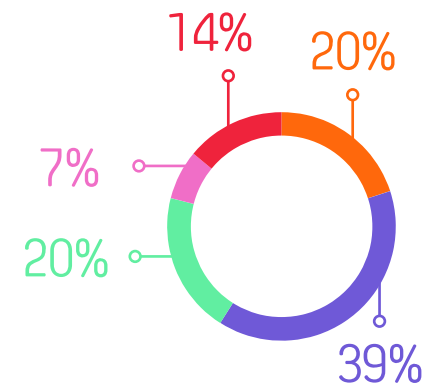
L'ONT FACILITÉ D'UNE FAÇON GÉNÉRALE



L'ONT RENDU PLUS RAPIDE



M'ONT PERMIS D'ÊTRE MEUX INFORMÉ



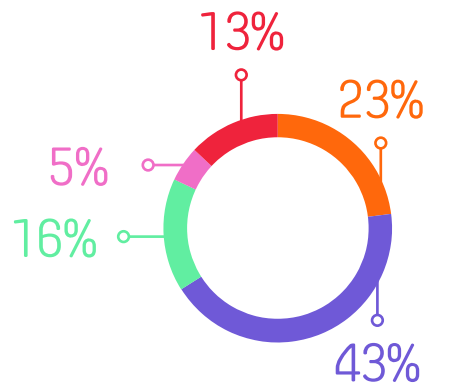
L'ONT RENDU PLUS LUDIQUE



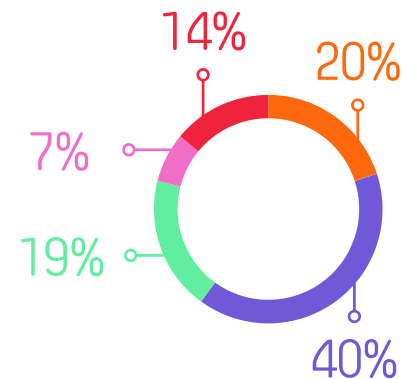
TOUT À FAIT D'ACCORD (orange) PLUTÔT D'ACCORD (purple) PAS TOUT À FAIT D'ACCORD (green) PAS DU TOUT D'ACCORD (pink) NE SAIS PAS (red)

**UNE OFFRE AUGMENTÉE PAR LE DIGITAL**  
  
**66%**  
**DES RÉPONDANTS SONT D'ACCORD AVEC L'ASSERTION SELON LAQUELLE LE DIGITAL A AMÉLIORÉ LA RICHESSE DE L'OFFRE LORS DE LA RÉALISATION DE LEUR PROJET IMMOBILIER**

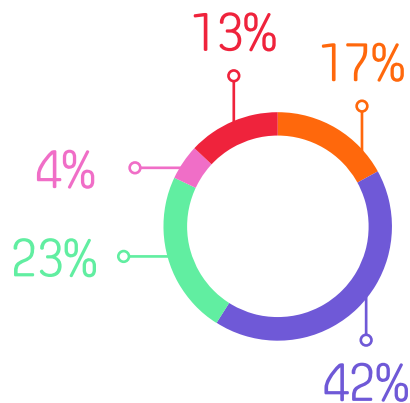
**L'E-INFLUENCE EN ACTION**  
  
**60%**  
**DES RÉPONDANTS SONT D'ACCORD AVEC L'ASSERTION SELON LAQUELLE LEUR CHOIX EN MATIÈRE D'IMMOBILIER A ÉTÉ INFLUENCÉ PAR LES INFORMATIONS DISPONIBLES EN LIGNE**



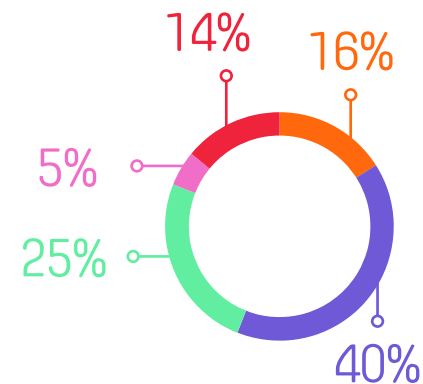
M'ONT PERMIS D'ACCÉDER À UNE OFFRE PLUS RICHE



ONT INFLUENCÉ MON CHOIX



SONT FIABLES ET VÉRIDIQUES



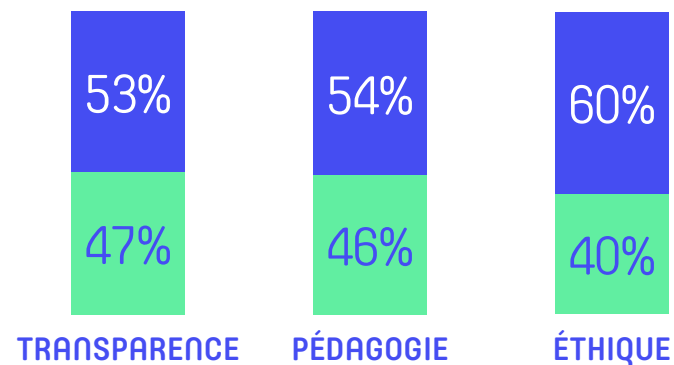
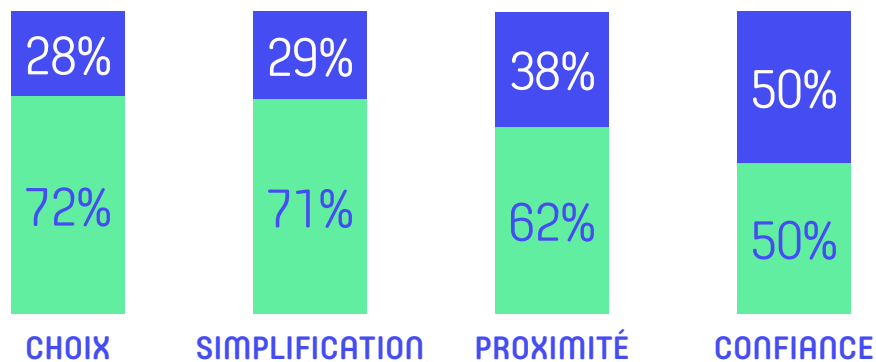
M'ONT PERMIS D'IDENTIFIER DES INTERLOCUTEURS DE CONFIANCE



PLUS DE CHOIX,  
PLUS SIMPLE,  
PLUS PROCHE

CE SONT LES  
3 ITEMS SUR  
LESQUELS LES  
18-30 ANS  
CONSIDÈRENT QUE  
LE DIGITAL A EU  
LA PLUS GRANDE  
INFLUENCE SUR  
LEUR PERCEPTION  
DU SECTEUR  
IMMOBILIER.

LES NOTIONS  
DE CONFIANCE,  
TRANSPARENCE,  
PÉDAGOGIE OU  
ÉTHIQUE SEMBLANT  
MOINS IMPACTÉES  
PAR LE DIGITAL.



04



# CONSTATS TRANSVERSAUX



## LES 18-30 ANS EXPRIMENT DE VRAIES CONVICTIONS SUR LA QUESTION DE L'IMMOBILIER

- Cette génération à laquelle on prête souvent un certain détachement et une prédisposition au « non-engageant », se montre ici déterminée et engagée dès lors qu'il est question d'immobilier
- Cette position se situe en décalage avec des idées généralement partagées sur les modes de consommation de cette tranche d'âge : primat de l'usage et de l'expérience notamment vs. possession.
- Cette génération se caractérise par un certain pragmatisme : elle a les pieds sur terre pour ce qui concerne l'immobilier.



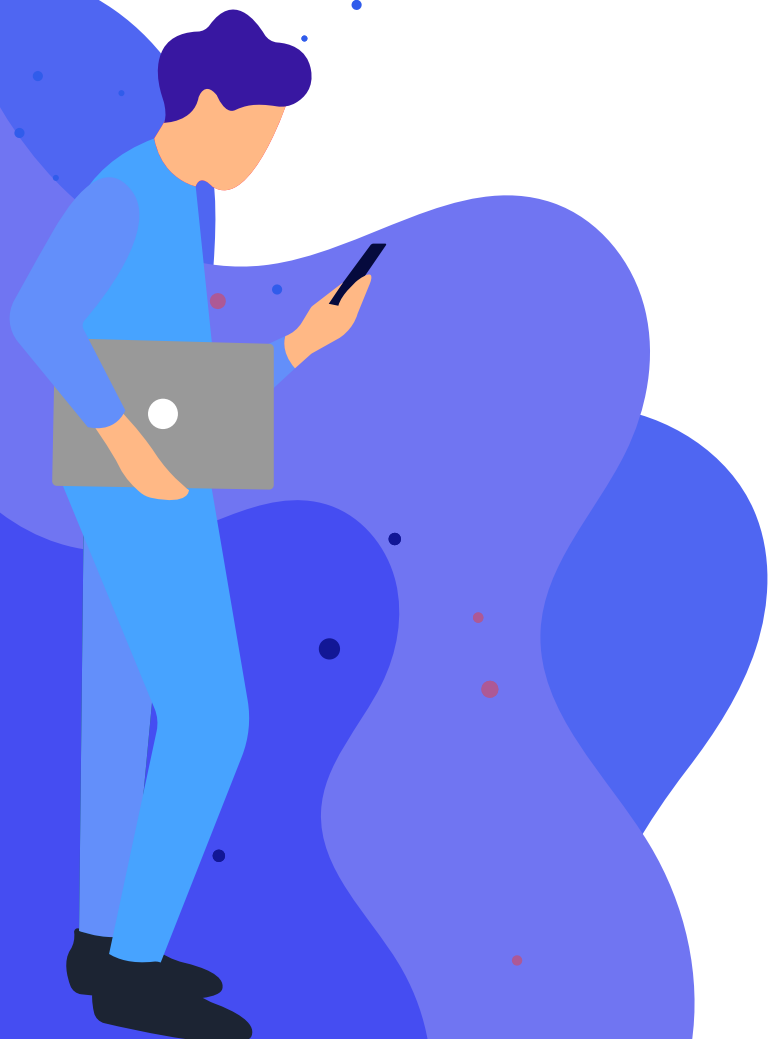
## LES 18-30 ANS SONT ATTACHÉS À LA VALEUR PIERRE

- L'immobilier mobilise une capacité de projection et d'engagement inattendue chez les 18-30 ans : 90% des locataires de l'échantillon aspirent à devenir propriétaires à court ou moyen terme !
- En raison de son caractère tangible et du symbole patrimonial qu'elle représente, la « valeur pierre » fait l'objet d'un attachement trans-générationnel.
- Les incertitudes liées à l'évolution économique, pourraient notamment expliquer cette position consensuelle sur le sentiment de sécurité induit par le fait de devenir propriétaire.



## PAR LEURS USAGES, LES 18-30 ANS FAÇONNENT UNE NOUVELLE APPROCHE DE L'IMMOBILIER

- Une nouvelle approche qui se traduit par une pleine intégration d'un environnement technologique facilitateur porteur d'immédiateté, de mobilité, de rapidité, de services, de choix, d'avis, etc.
- Pour autant le parcours dans le cadre du projet immobilier reste multicanal et s'articule également autour de l'attachement aux circuits traditionnels (52% ont identifié leur bien via un agent immobilier) et de l'importance de la relation humaine dans ce cadre (25% ont acquis leur bien sur la recommandation d'un proche et autant par celle d'un professionnel de l'immobilier)
- Le fameux « coup de cœur », pour 39% d'entre eux, reste moteur.





## LA VISION DES EXPERTS POUR RÉPONDRE AUX ATTENTES DES MILLENNIALS : UN IMMOBILIER APPELÉ À DEVENIR DE PLUS EN PLUS « SERVICIEL »

- Nous sommes entrés dans l'ère de l'immobilier augmenté en termes de services rendus et attendus : un bien n'est plus seulement synonyme d'occupation mais doit apporter un plus en matière d'expérience.
- La dimension « expérientielle » apportée par l'immobilier doit se construire au regard des nouvelles relations au travail, au temps ou au partage de services qui façonnent les modes de vie.
- Enfin, le choix augmenté renforce les enjeux liés à l'accessibilité et à la crédibilité des données disponibles et au rôle clé des tiers de confiance.

Cette étude a été réalisée  
en février et mars 2019 pour

Groupe

**Pierre & Vacances** | Conseil Immobilier  
*CenterParcs*

Pour toute question relative à cette étude,  
contactez Stéphane Mahon ou Laurent de Védelly

stephane.mahon@clai2.com  
laurent.devedelly@clai2.com

Contact Pierre & Vacances Conseil Immobilier :  
Dominique Menigault,  
Directeur Général de Pierre et Vacances Conseil Immobilier  
contact.pvci@groupepvcp.com

