



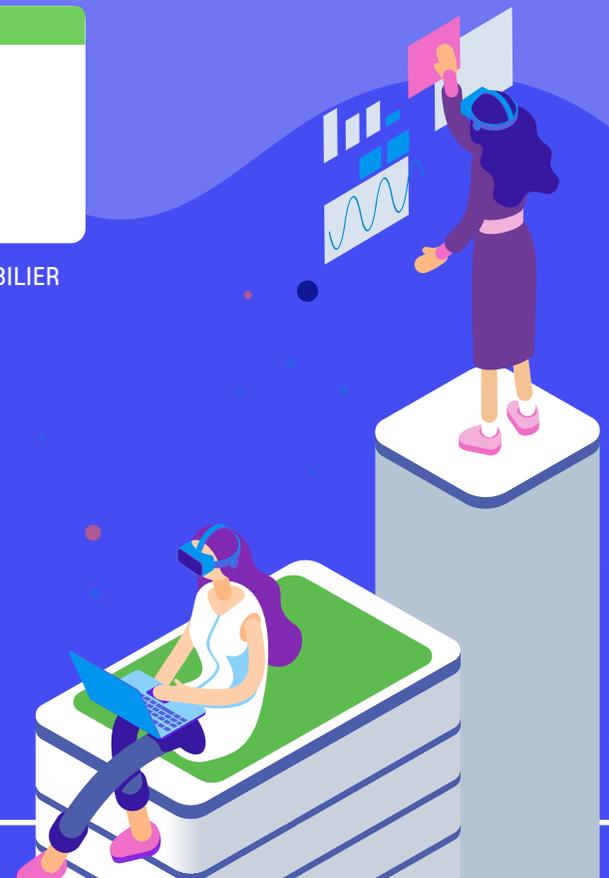
#DIGIMMO 2019

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

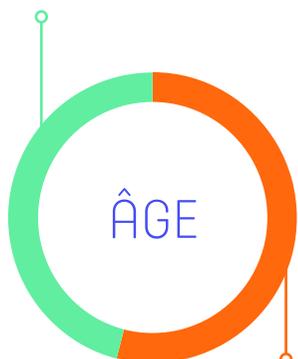


22
questions





46%
25-30 ANS



54%
18-24 ANS

50%
FEMME



50%
HOMME

22%
CSP+



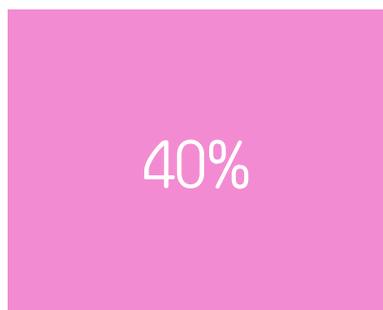
36%
CSP-

42%
INACTIF

TAILLE D'AGGLOMÉRATION DE LEUR RÉSIDENCE



PARIS-RÉGION
PARISIENNE



PLUS DE
100 000 HABITANTS



DE 20 000 À
100 000 HABITANTS



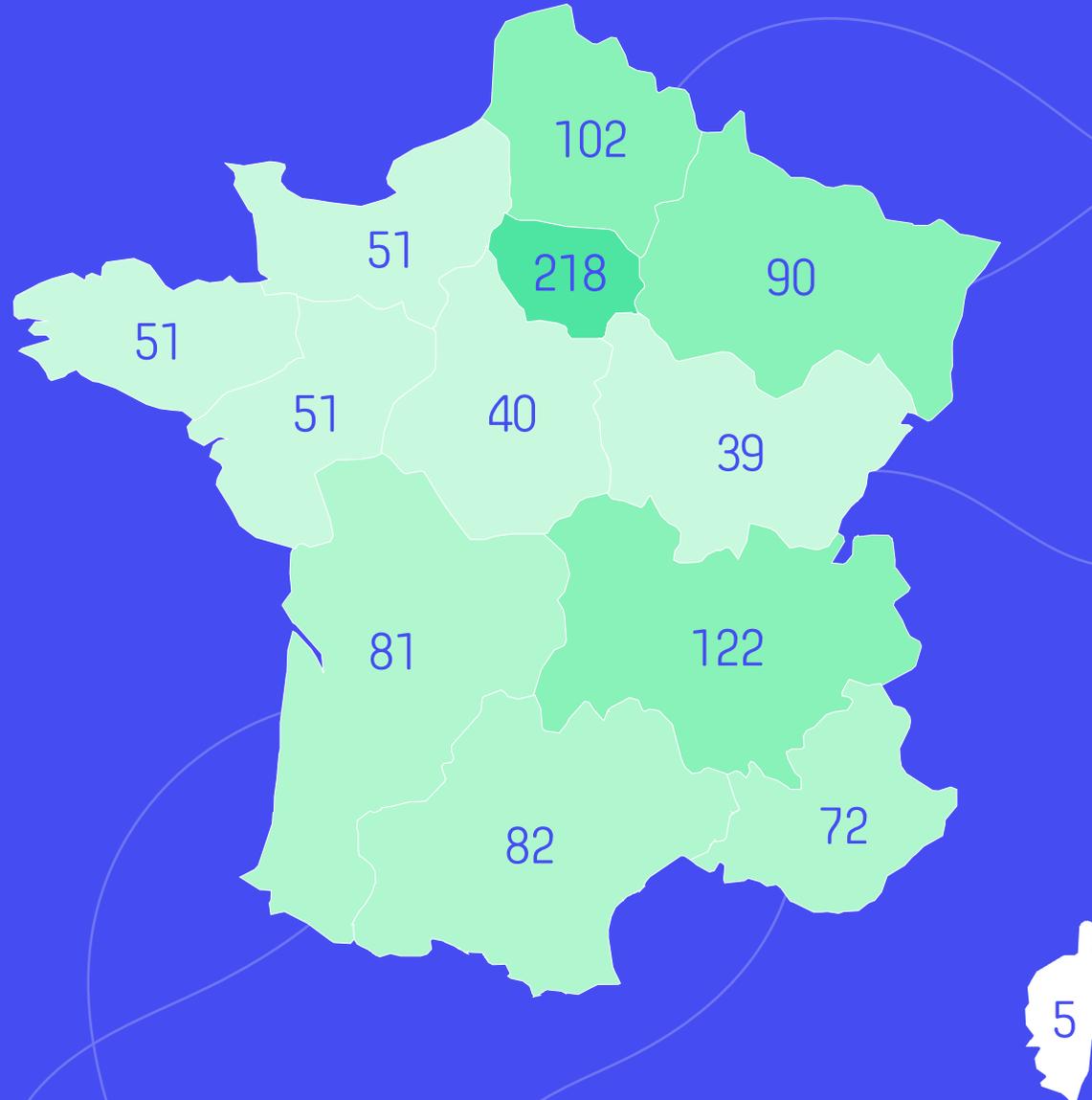
MOINS DE
20 000 HABITANTS



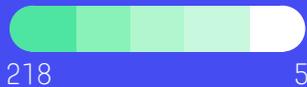
COMMUNE
RURALE



RÉGIONS D'ORIGINE



Répondants





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

30%
DES RÉPONDANTS
DÉCLARENT VIVRE
EN COUPLE

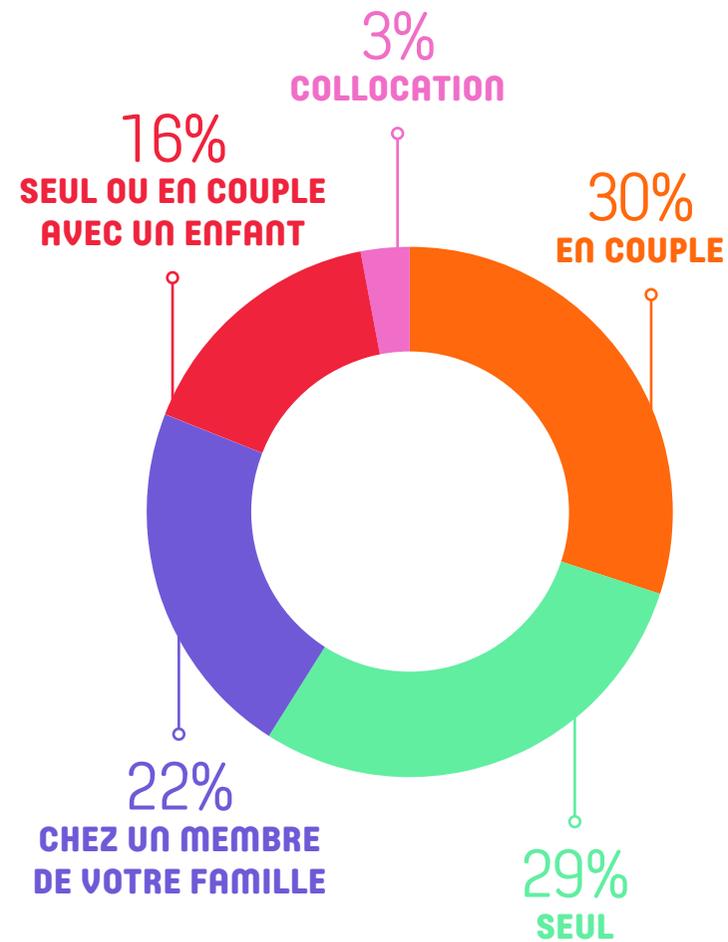
29%
DÉCLARENT
VIVRE SEUL

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%

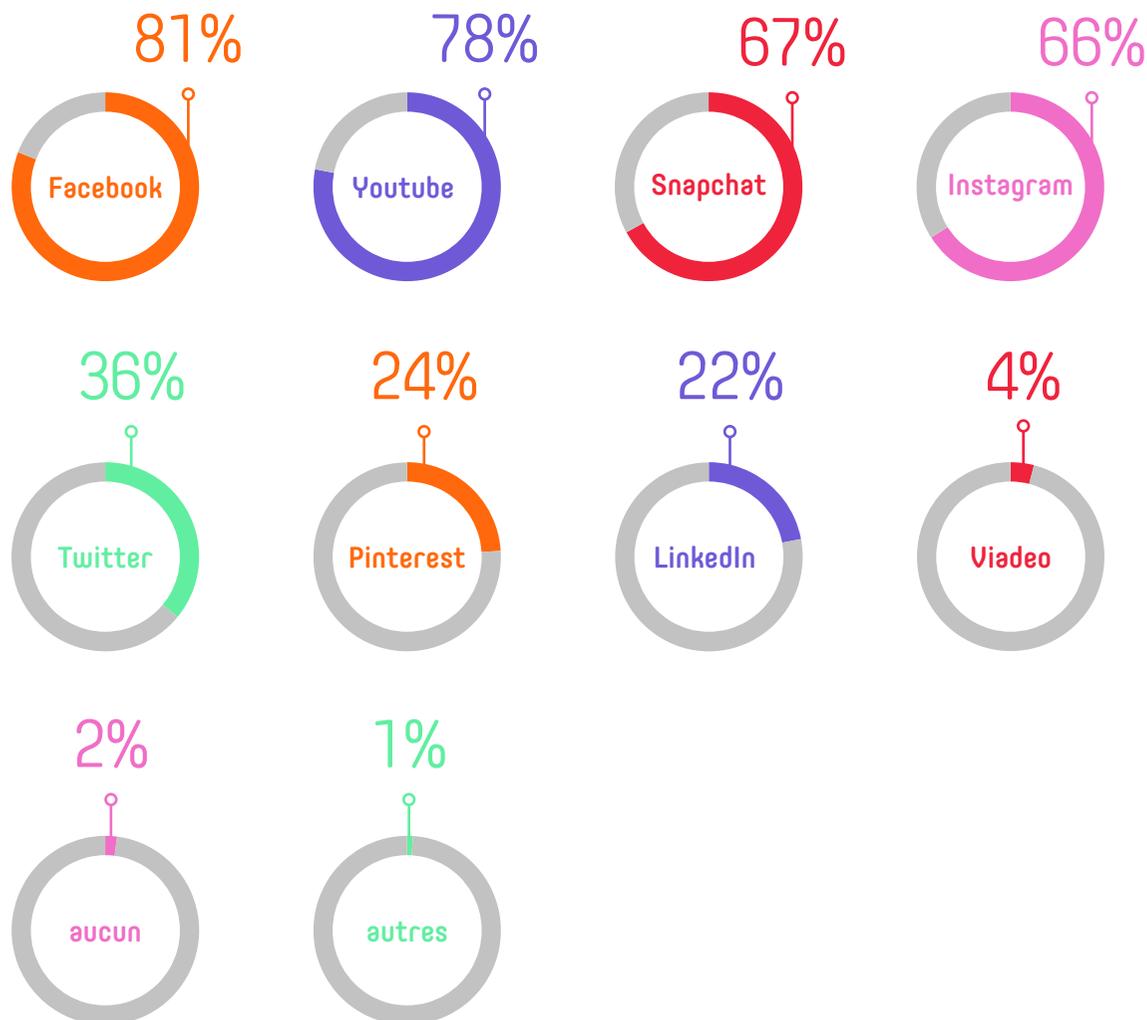
DES RÉPONDANTS
DÉCLARENT
UTILISER FACEBOOK,
POSITIONNANT CE
RÉSEAU SOCIAL AU
PREMIER RANG DE
CEUX UTILISÉS PAR
CETTE TRANCHE
D'ÂGE.

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.

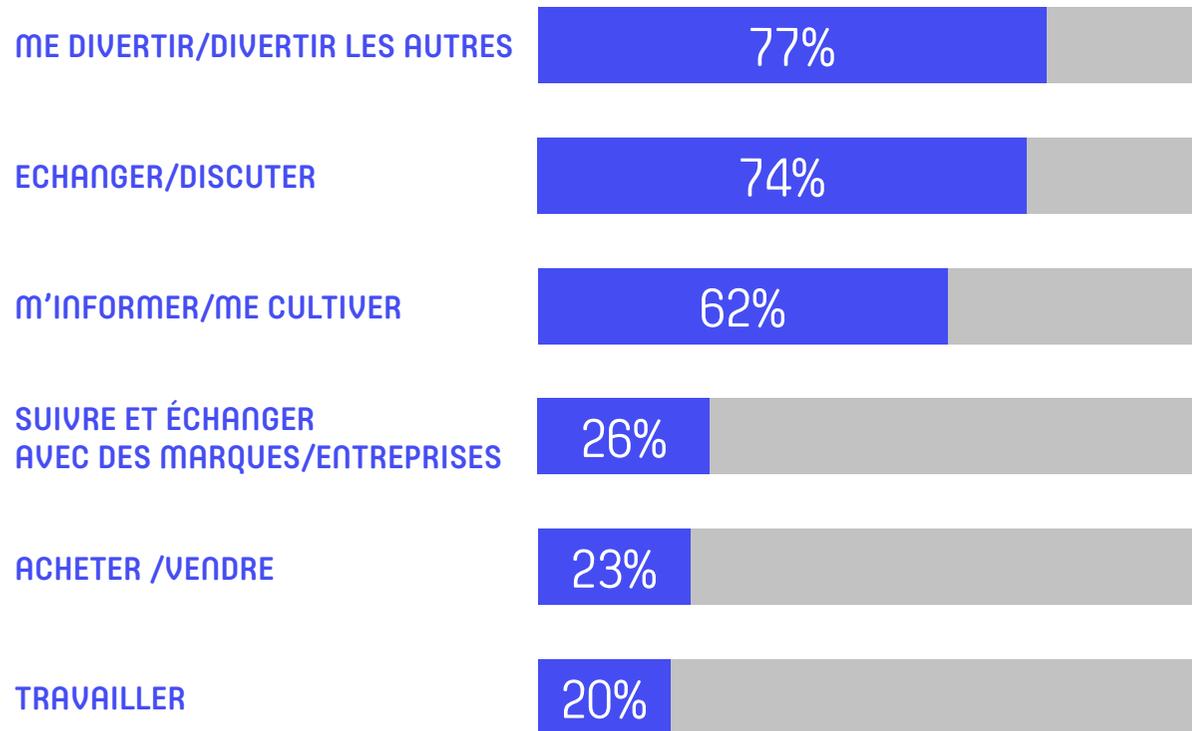


77%
DES 18-30 ANS
UTILISENT LES
RÉSEAUX SOCIAUX
POUR SE DIVERTIR
OU DIVERTIR
LES AUTRES.
C'EST L'USAGE
PRIORITAIRE QUI EN
EST FAIT

74%
DES RÉPONDANTS
DÉCLARENT
ÉGALEMENT LES
UTILISER POUR
ÉCHANGER ET
DISCUTER.

**LE 3^{ÈME} USAGE
LE PLUS
FRÉQUEMMENT CITÉ
EST S'INFORMER
OU SE CULTIVER:
62%.**

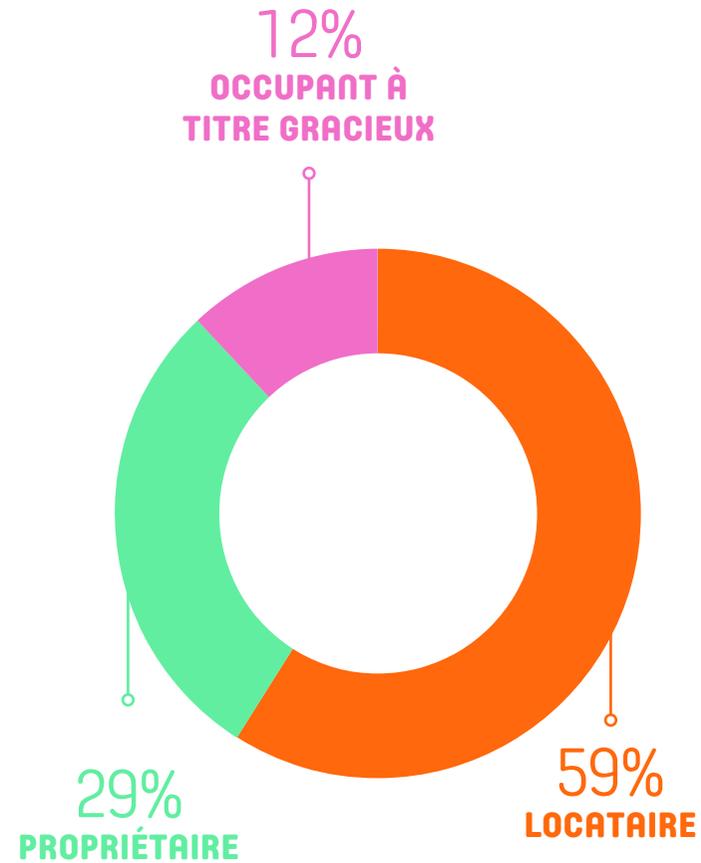
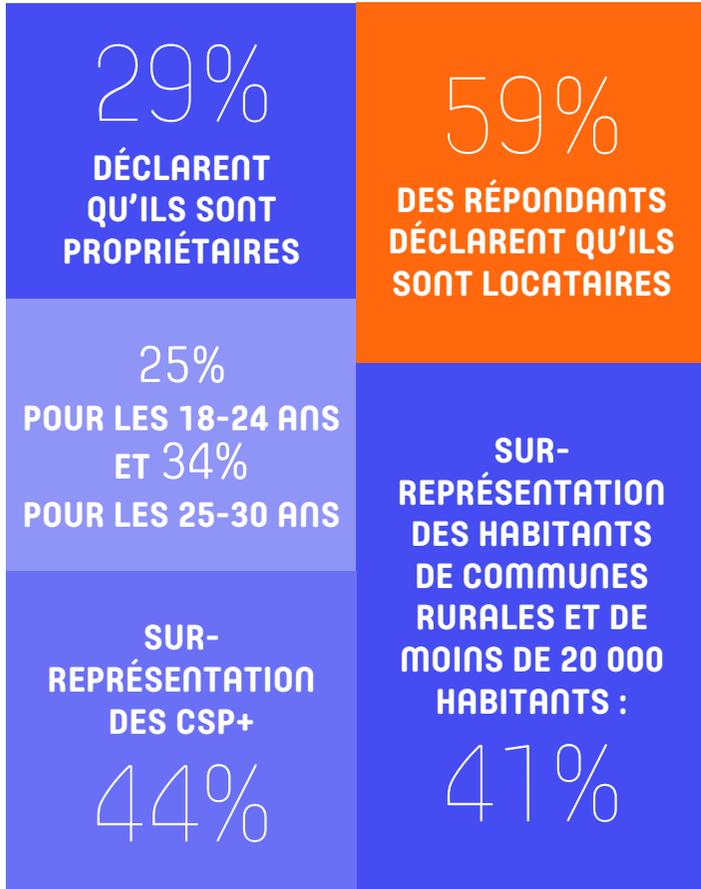
**LES INTERACTIONS
AVEC LES MARQUES
OU ENTREPRISES,
L'ACHAT/VENTE
OU LE TRAVAIL
ARRIVENT LOIN
DERRIÈRE MAIS
CONCERNENT
TOUTEFOIS PRÈS
D'UN QUART DE
L'ÉCHANTILLON.**



02



DEVENIR
PROPRIÉTAIRES ?





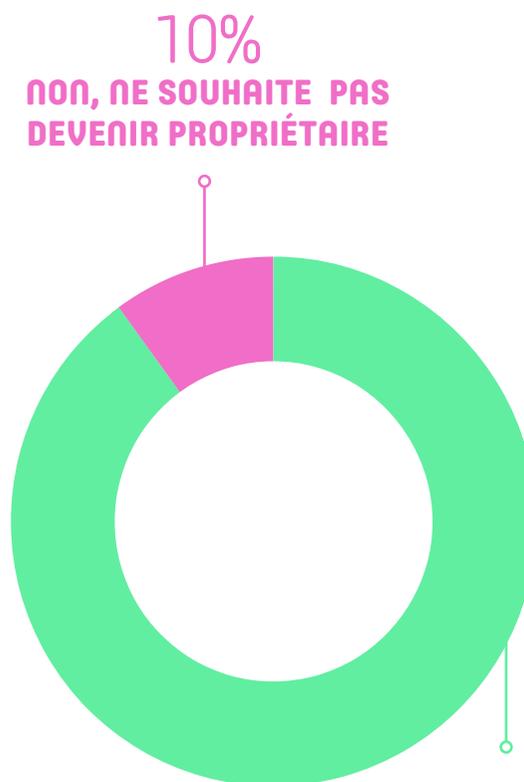
POUR CEUX QUI NE SONT PAS PROPRIÉTAIRES AUJOURD'HUI, LA PERSPECTIVE DE LE DEVENIR UN JOUR EST UNE ASPIRATION FORTE

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 ASPIRENT PAS, CONTRE 6% DES INACTIFS

90%

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



90%
OUI, SOUHAITE DEVENIR PROPRIÉTAIRE

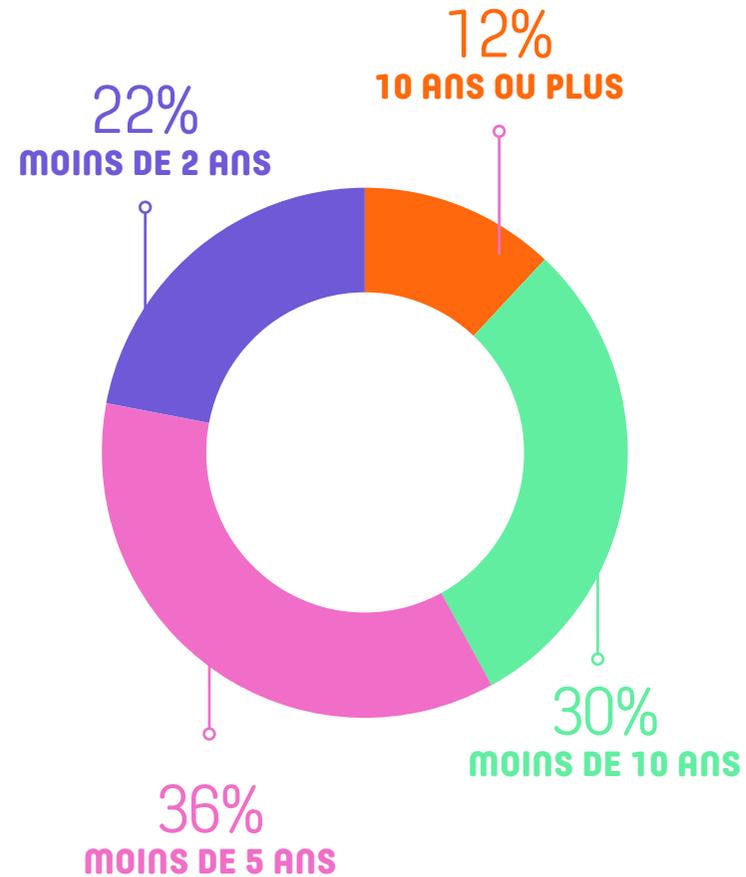


POUR
58%
DES RÉPONDANTS
LOCATAIRES
AUJOURD'HUI
ET AYANT
COMME AMBITION
DE DEVENIR
PROPRIÉTAIRE
UN JOUR, CETTE
PERSPECTIVE SE
SITUE À MOINS
DE 5 ANS.

(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
SOUHAISENT 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.

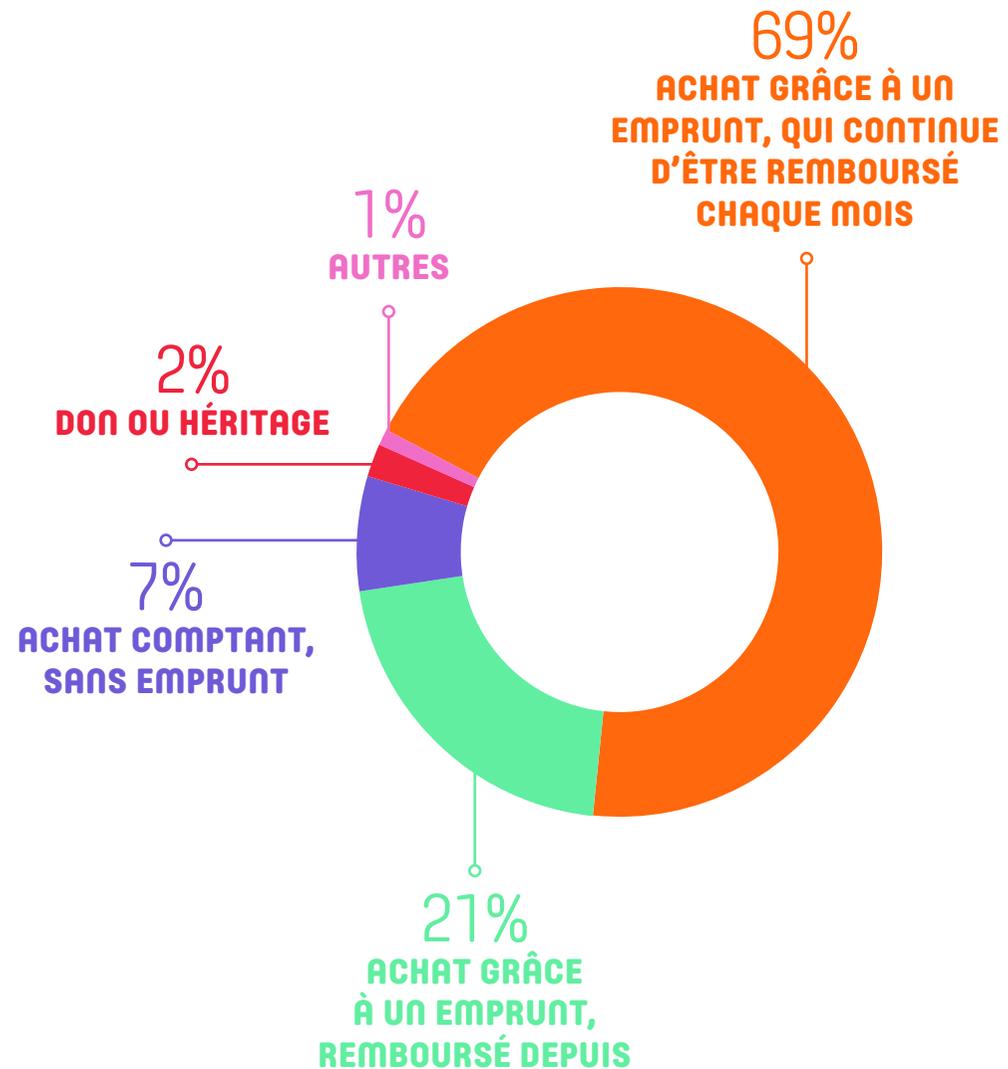
(ILS SONT 69%
À CONTINUER À LE
REMBOURSER ET
21% À AVOIR DÉJÀ
SOLDÉ LA TOTALITÉ
DE LEUR PRÊT)

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

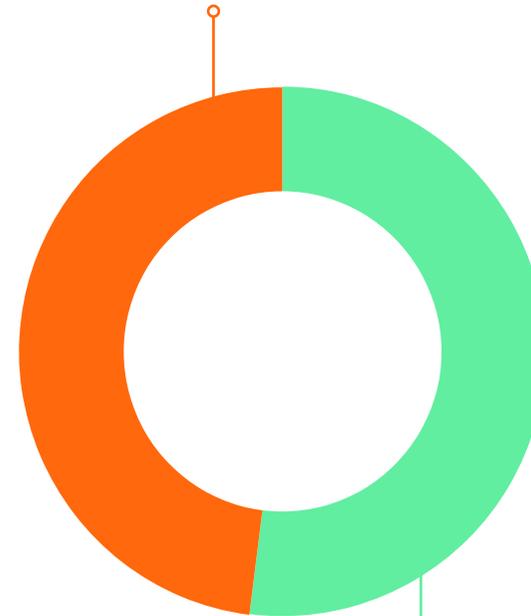
48%

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
RÉSIDENT 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

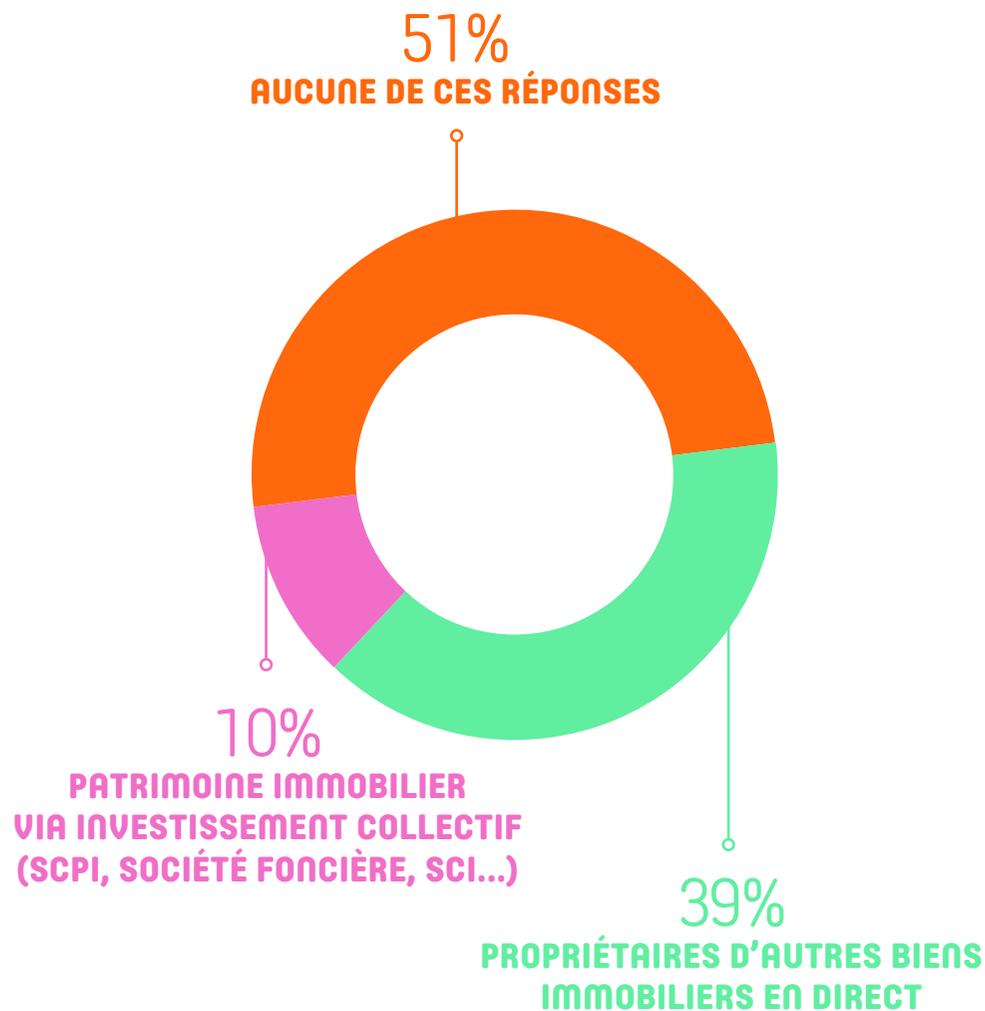
PARMI LES
RÉPONDANTS
DÉCLARANT ÊTRE
PROPRIÉTAIRE DE
LEUR RÉSIDENCE
PRINCIPALE,
ILS SONT

49%

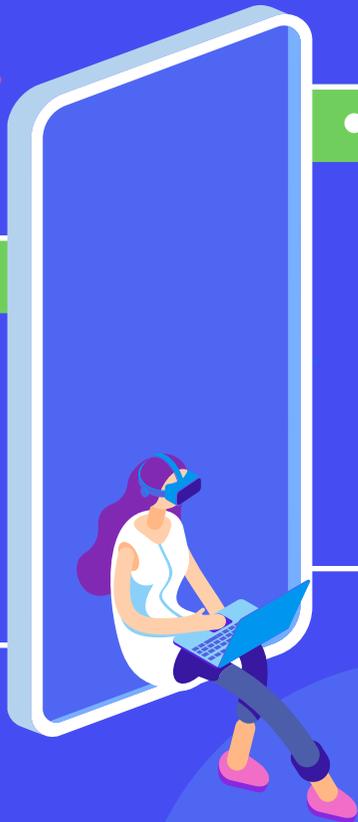
À DÉCLARER ÊTRE
DIRECTEMENT OU
INDIRECTEMENT
PROPRIÉTAIRES
D'AUTRES BIENS
IMMOBILIERS.

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%

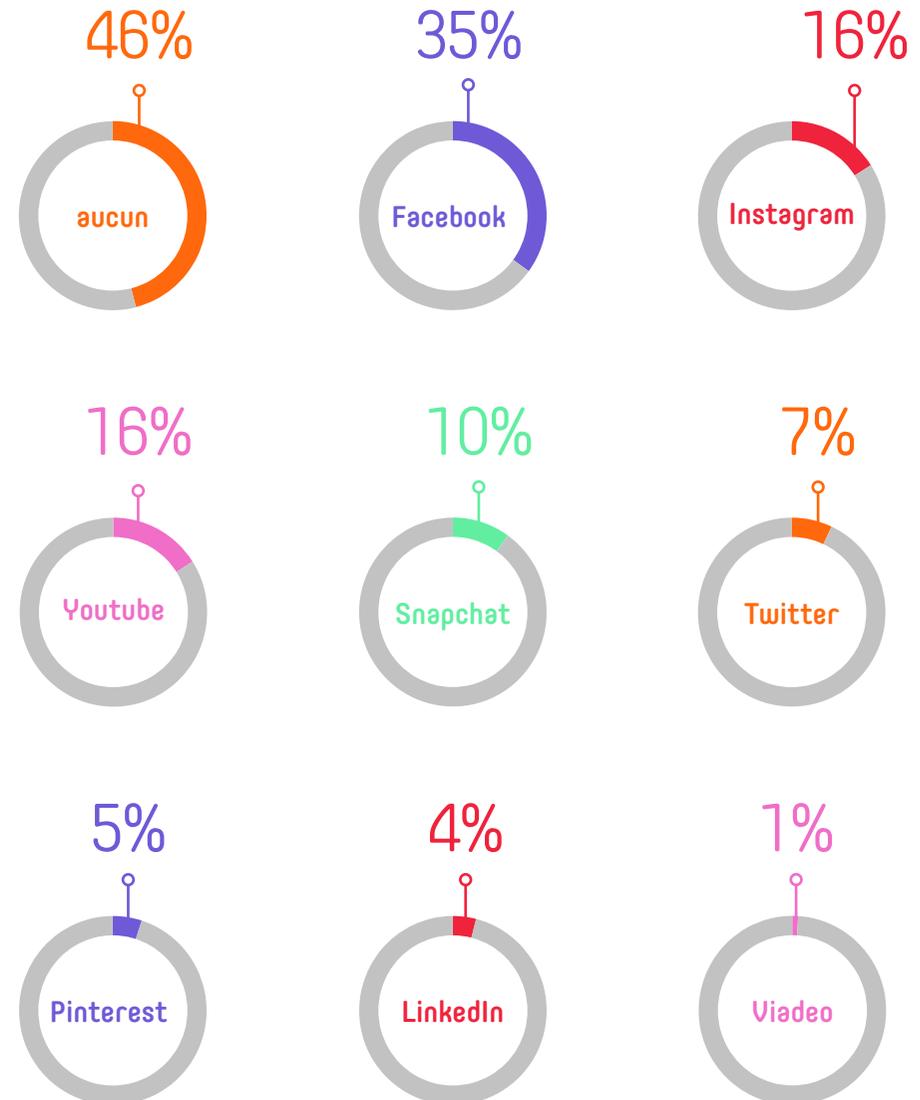


54%

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.



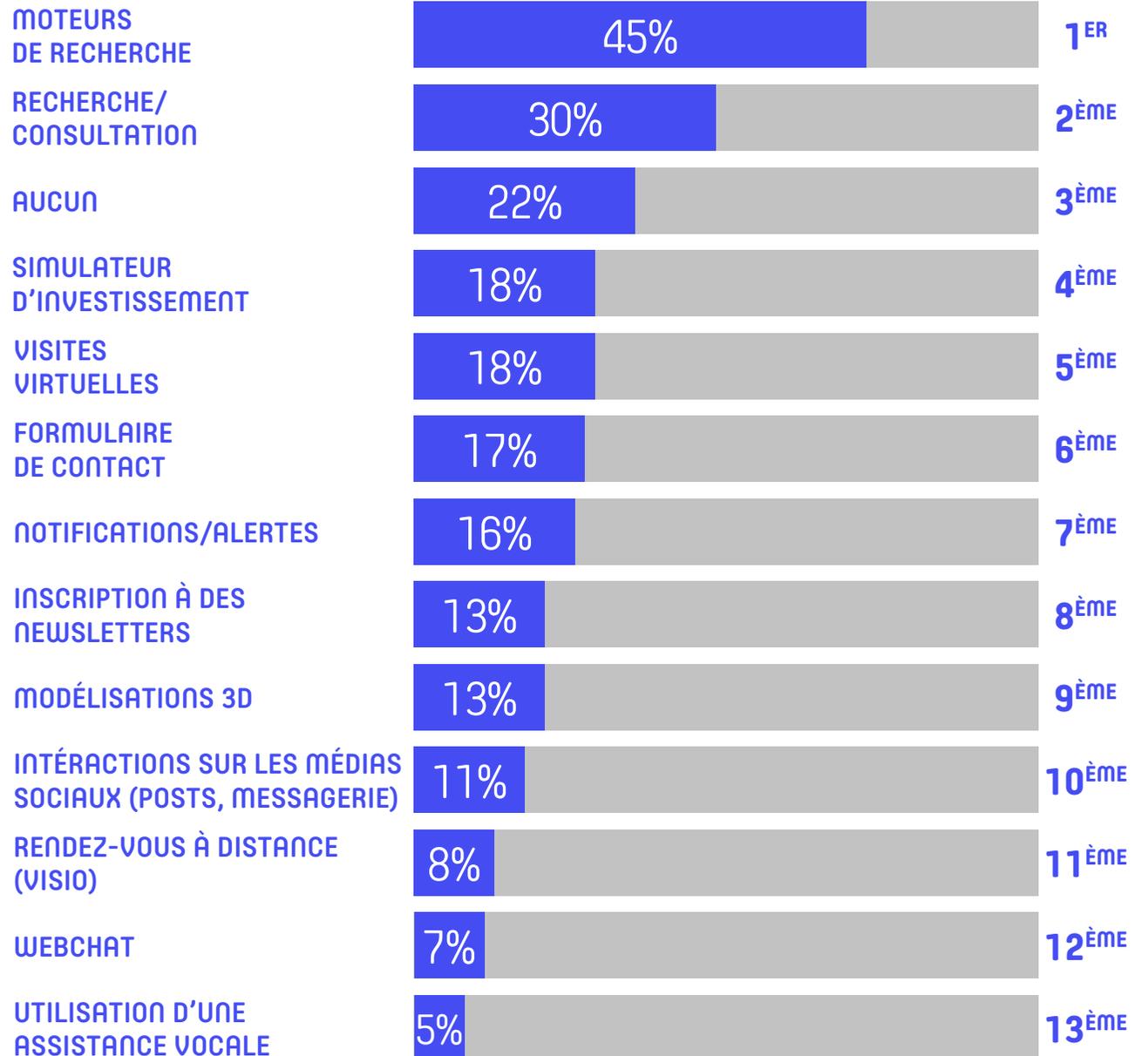
LES MOTEURS DE RECHERCHE SONT LES PRINCIPAUX OUTILS UTILISÉS PAR LES RÉPONDANTS DANS LE CADRE DE LA RÉALISATION DE LEUR PROJET IMMOBLIER :

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

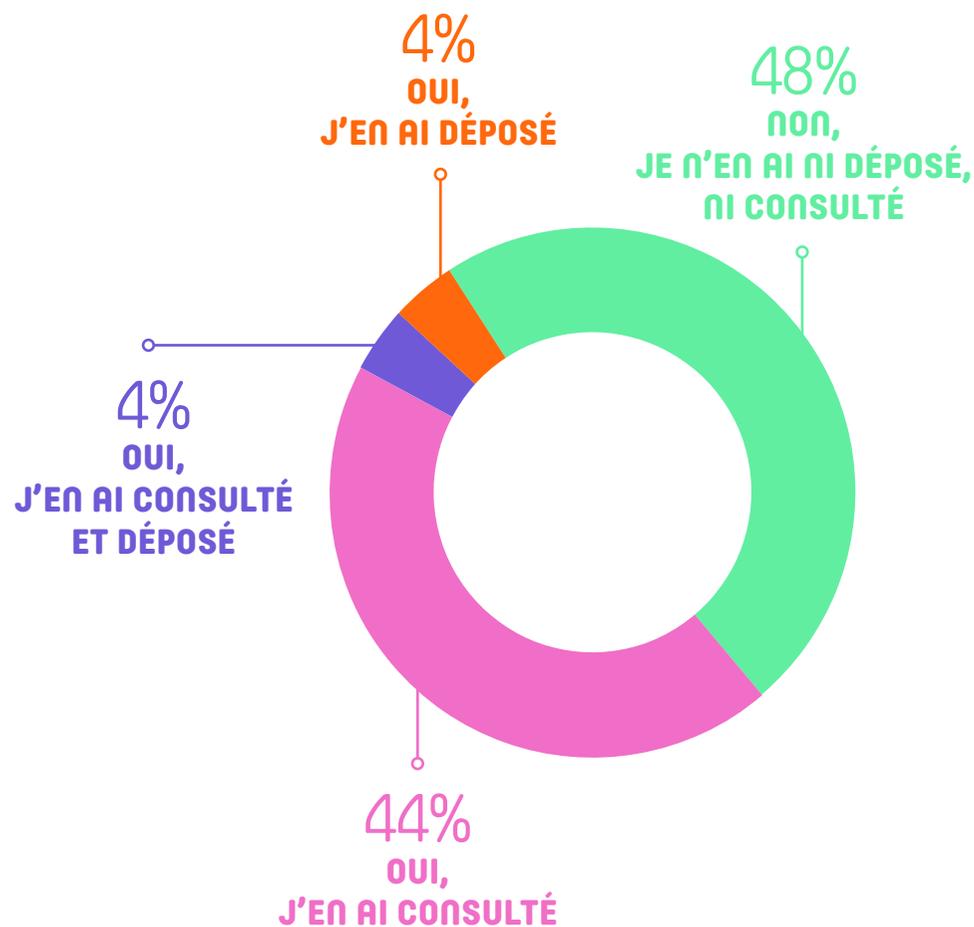
24%



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^{ème} ET 4^{ème} 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

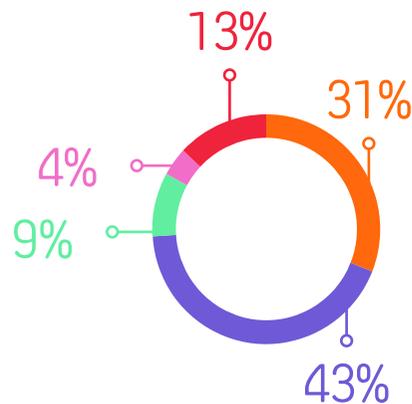
74%

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

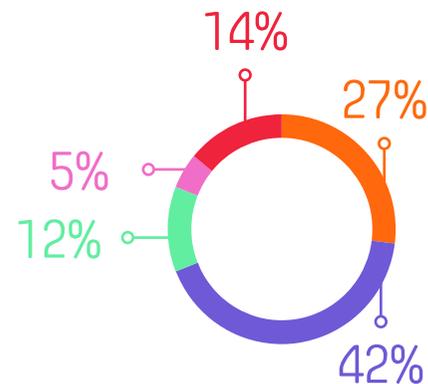
ILS SONT

69%

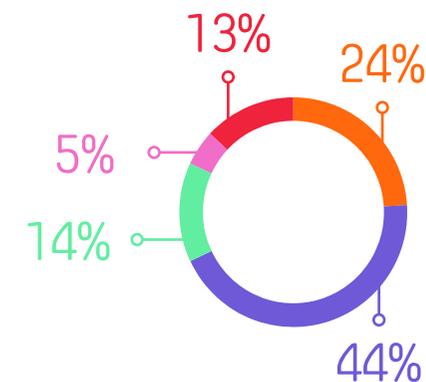
À CONSIDÉRER QUE LE DIGITAL A FACILITÉ LA RÉALISATION DE CE PROJET, CE QUI LAISSE ENCORE UNE BELLE MARGE DE PROGRESSION !



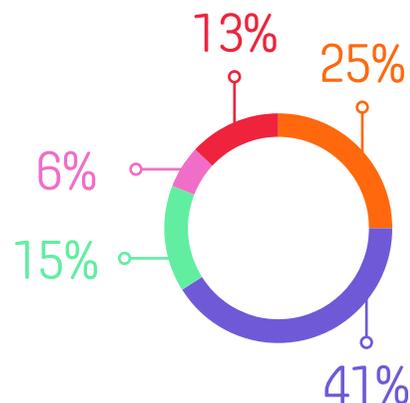
M'ONT APPORTÉ PLUS DE CHOIX



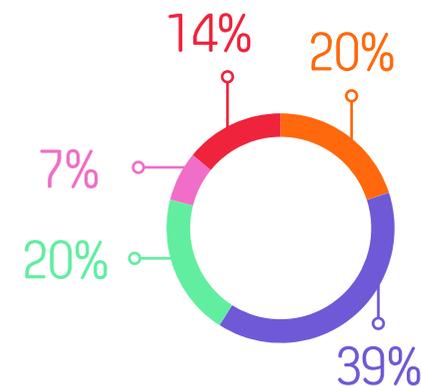
L'ONT FACILITÉ D'UNE FAÇON GÉNÉRALE



L'ONT RENDU PLUS RAPIDE



M'ONT PERMIS D'ÊTRE MEUX INFORMÉ



L'ONT RENDU PLUS LUDIQUE



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

UNE OFFRE
AUGMENTÉE PAR LE
DIGITAL

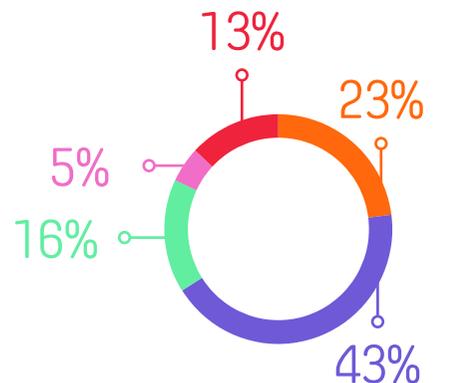
66%

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

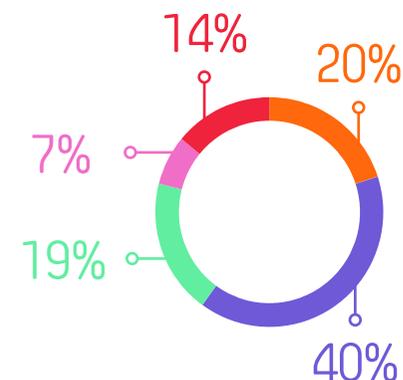
L'E-INFLUENCE
EN ACTION

60%

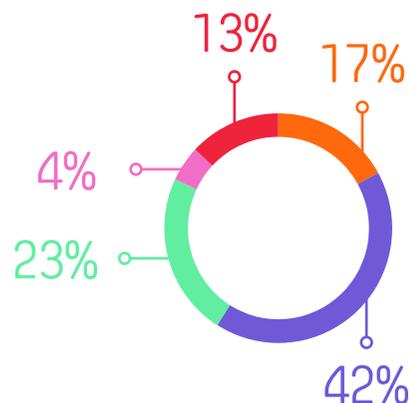
DES RÉPONDANTS
SONT D'ACCORD
AVEC L'ASSERTION
SELON LAQUELLE
LEUR CHOIX
EN MATIÈRE
D'IMMOBILIER A
ÉTÉ INFLUENCÉ PAR
LES INFORMATIONS
DISPONIBLES EN
LIGNE



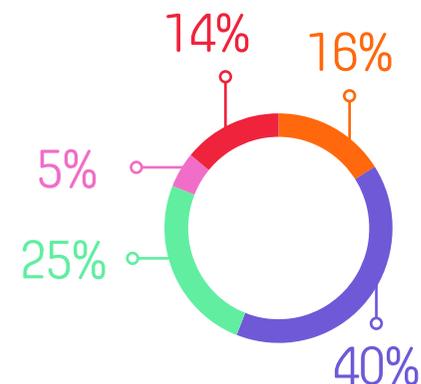
M'ONT PERMIS D'ACCÉDER
À UNE OFFRE PLUS RICHE



ONT INFLUENCÉ
MON CHOIX



SONT FIABLES
ET VÉRIDIQUES



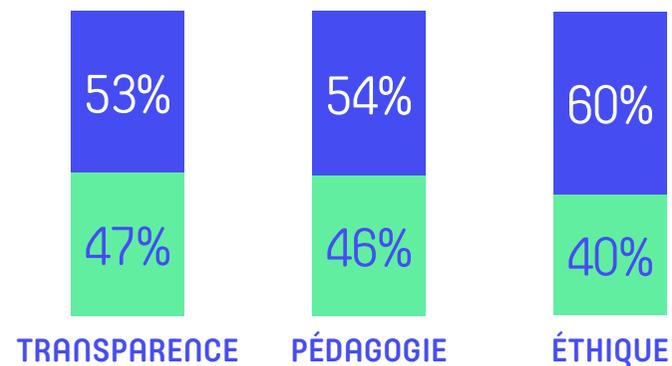
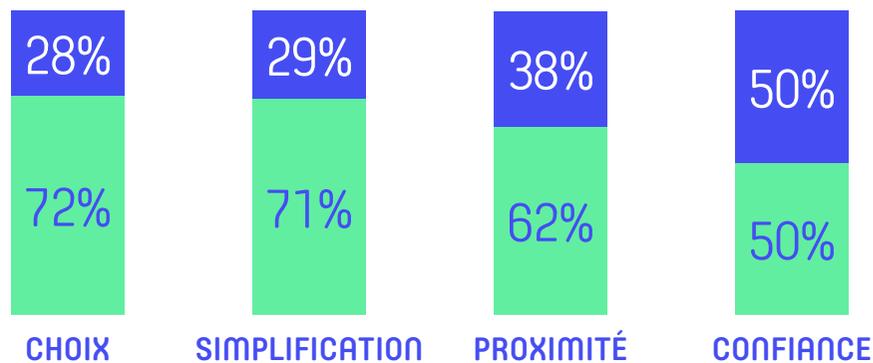
M'ONT PERMIS D'IDENTIFIER DES
INTERLOCUTEURS DE CONFIANCE



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.

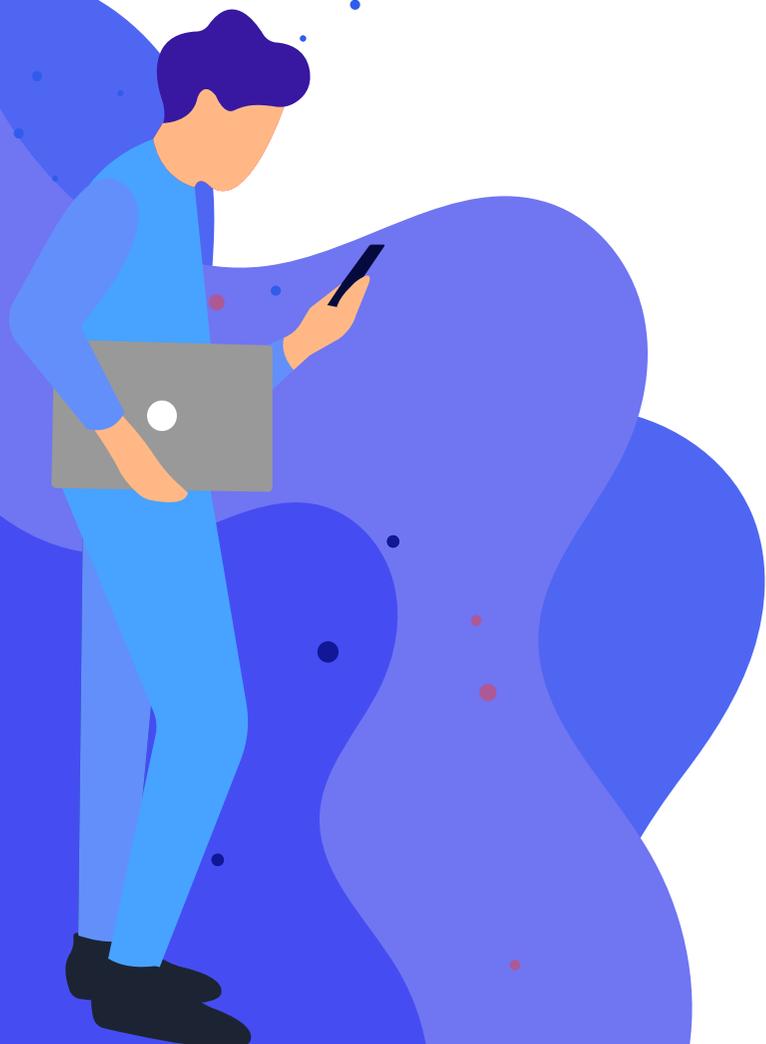
LES 18-30 ANS SONT ATTACHÉS À LA VALEUR PIERRE

- 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

