



Le consommateur et les acteurs de l'immobilier

ÉTUDE EXCLUSIVE ERA IMMOBILIER / RESEARCH NOW

Avant-propos

Comme bon nombre de secteurs, l'immobilier est impacté par le digital.

Aujourd'hui, quand il est question de logement, le premier réflexe d'une majorité de Français consiste à visiter des sites en ligne spécialisés. Ce constat est indéniable.

Alors que nous assistons à une révolution numérique, ERA Immobilier a voulu savoir si Internet remplacerait, à terme, les professionnels installés et les agences immobilières ayant pignon sur rue.

L'étude de terrain menée par ERA Immobilier auprès d'un panel de 1002 personnes âgées de 25 à 65 ans, issus de toutes les classes sociales et de toutes les générations, démontre cependant que rien ne remplace le contact humain.

Une fois les premières recherches effectuées sur Internet et le projet défini, le particulier se tourne vers un professionnel de l'immobilier, surtout quand il est dans la position de vendeur.

Méthodologie

PÉRIODE DE RÉALISATION DE L'ENQUÊTE	Du 2 au 10 mai 2016
MODE DE RECUEIL	En ligne à partir de l'access panel de Research Now
ECHANTILLON INTERROGÉ	1002 Français, âgés de 25 à 65 ans et représentatifs de cette population

Profil de l'échantillon interrogé

SEXE	Hommes	50%
	Femmes	50%
AGE	25/34 ans	24%
	35/44 ans	26%
	45/55 ans	26%
	55/65 ans	24%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	Artisan, commerçant, chef d'entreprise	6%
	Cadre supérieur, profession libérale	13%
	Profession intermédiaire	21%
	Employé	22%
	Ouvrier	18%
	Inactif	20%
ÉTAT CIVIL	En couple	71%
	Célibataire	29%
PRÉSENCE D'ENFANTS DE MOINS DE 18 ANS	Au moins un dont...	46%
	<i>1 enfant</i>	22%
	<i>2 enfants</i>	17%
	<i>3 enfants et plus</i>	7%
	Aucun	54%
REVENUS DU FOYER	Moins de 2 500€	36%
	De 2 500€ à 4 499€	39%
	De 4 500€ à 5 999€	9%
	6 000€ et plus	7%
	Ne se prononcent pas	9%



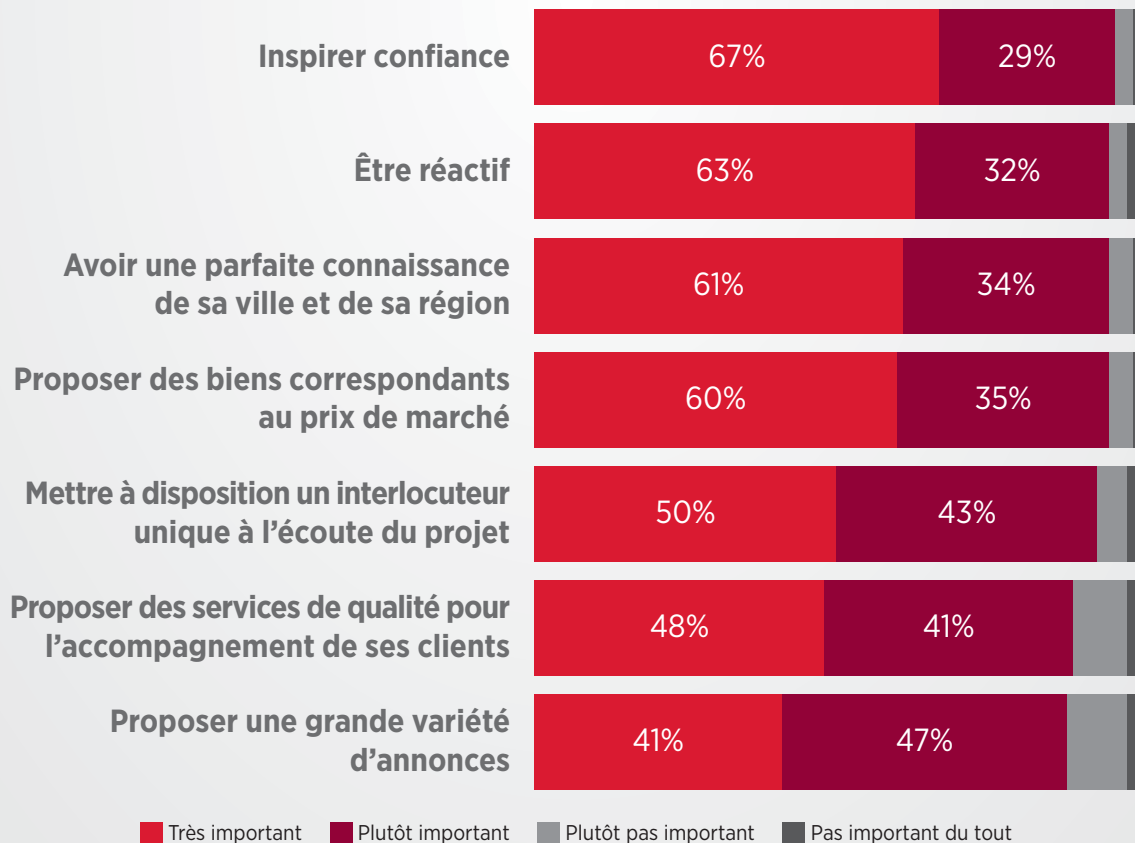
Les attentes à l'égard
de l'agent immobilier

Les attentes à l'égard d'un agent immobilier mettent en avant des éléments forts de proximité : **confiance** et **réactivité**. Les interlocuteurs doivent être à l'écoute de leur clientèle pour que s'établisse un bon dialogue.

L'autre dimension majeure attendue est celle d'une bonne appréhension du marché. Celle-ci se décline selon deux composantes : la **connaissance de la zone couverte** et la **maîtrise des prix du marché**.

Les clients attendent donc un réel **accompagnement personnalisé**. En effet, un français sur deux considère qu'il est très important d'avoir un interlocuteur unique dès le démarrage du projet.

Un agent immobilier doit...





La perception
des domaines de compétences
des acteurs de l'immobilier

Lorsque l'on se penche sur les domaines de compétence attribués aux différents acteurs du marché, on observe que, pour tous les services étudiés, **les agences membres d'un réseau émergent systématiquement en première position** rarement concurrencées par les autres acteurs.

Pour la majorité des Français interrogés, elles sont ainsi les plus compétentes pour :

- s'engager sur un délai de vente,
- assister dans les démarches administratives de type diagnostic technique ou aide au déménagement,
- sélectionner des biens adaptés au budget et au mode de vie du client.

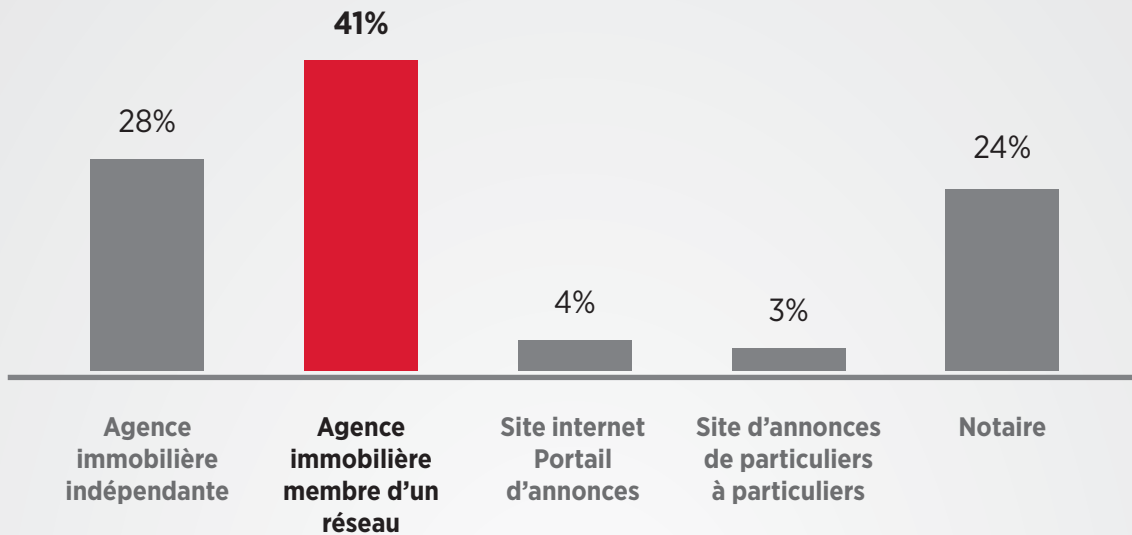
Mais elles sont challengées ...

- d'une part, **par le notaire**, sur l'estimation du prix du bien en cas de vente et, pour les informations d'ordre administratif et juridique liées au projet,
- d'autre part, **par les agences indépendantes** pour leur meilleure connaissance supposée du quartier ou de la région.

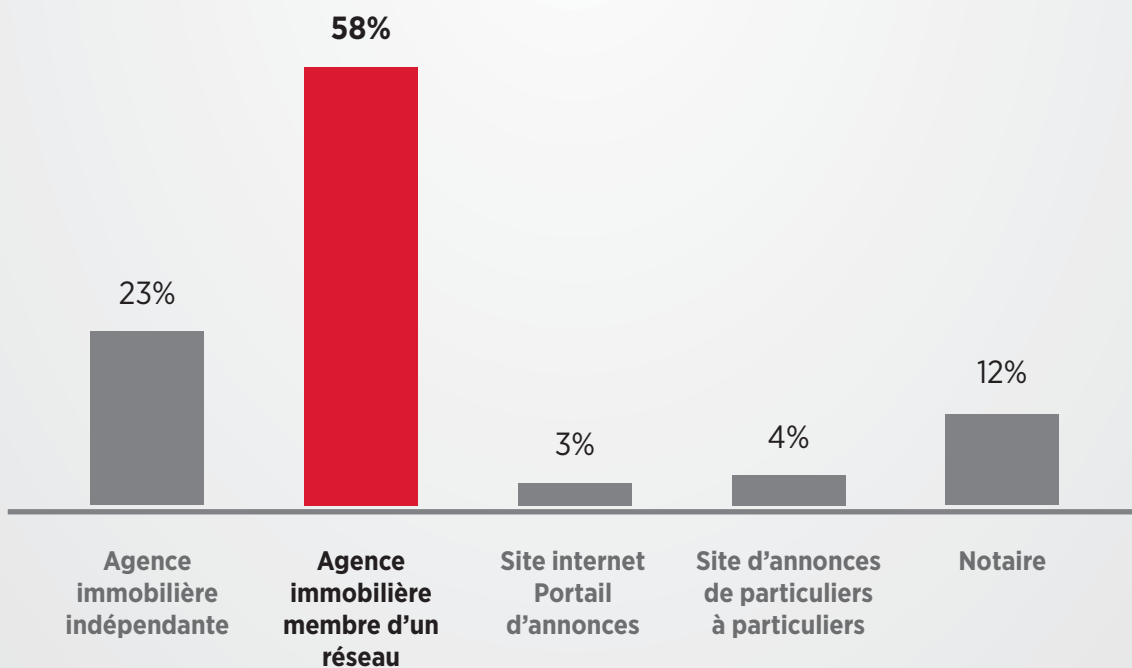
Toutefois, résultante de ces critères, **l'agence immobilière membre d'un réseau émerge comme l'acteur préféré par la majorité des Français** pour vendre leur bien, ainsi que pour en faire une estimation de prix.

Parallèlement, on notera que les sites internet ne sont légitimes pour aucun des services étudiés ; même s'ils sont utilisés en amont pour une recherche d'information, toute mise en oeuvre concrète d'un projet nécessitera la présence physique d'un spécialiste.

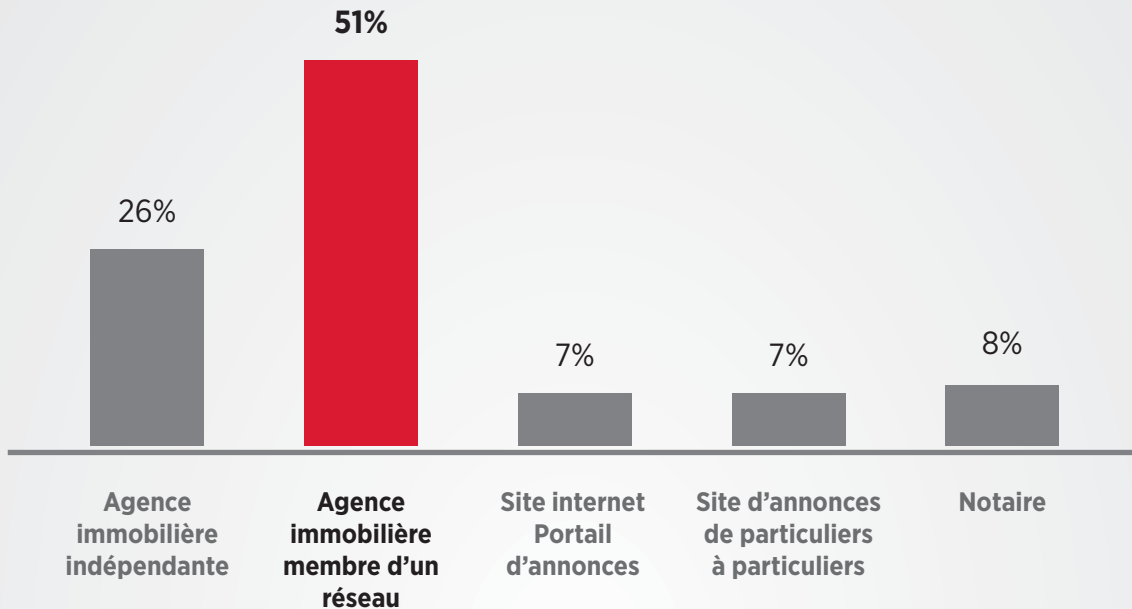
Meilleure compétence pour estimer le prix de vente d'un bien



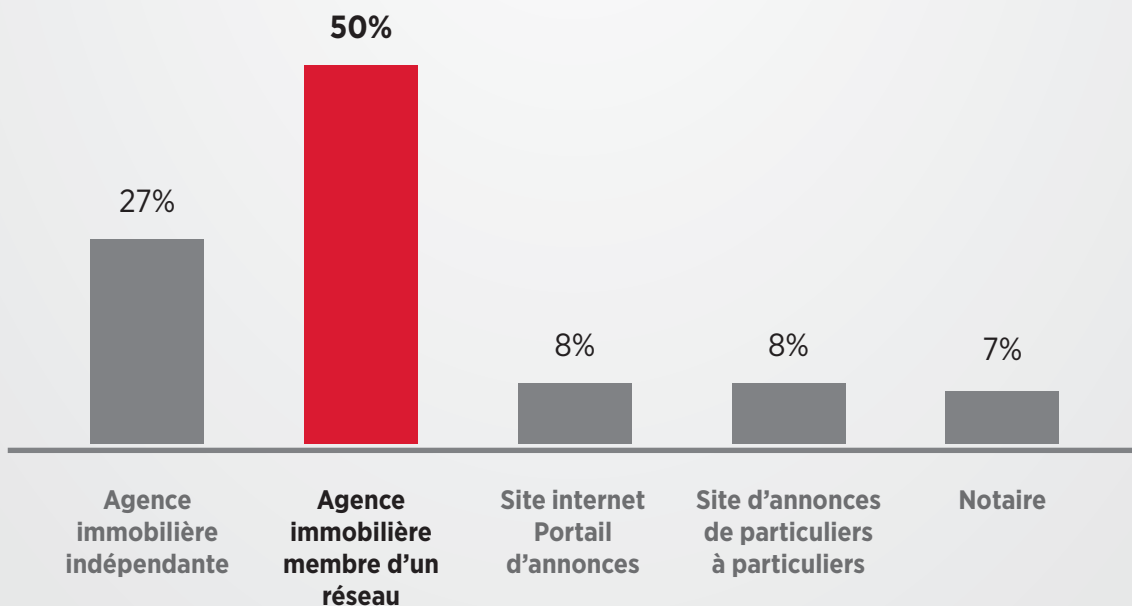
Meilleure compétence pour s'engager sur un délai de vente



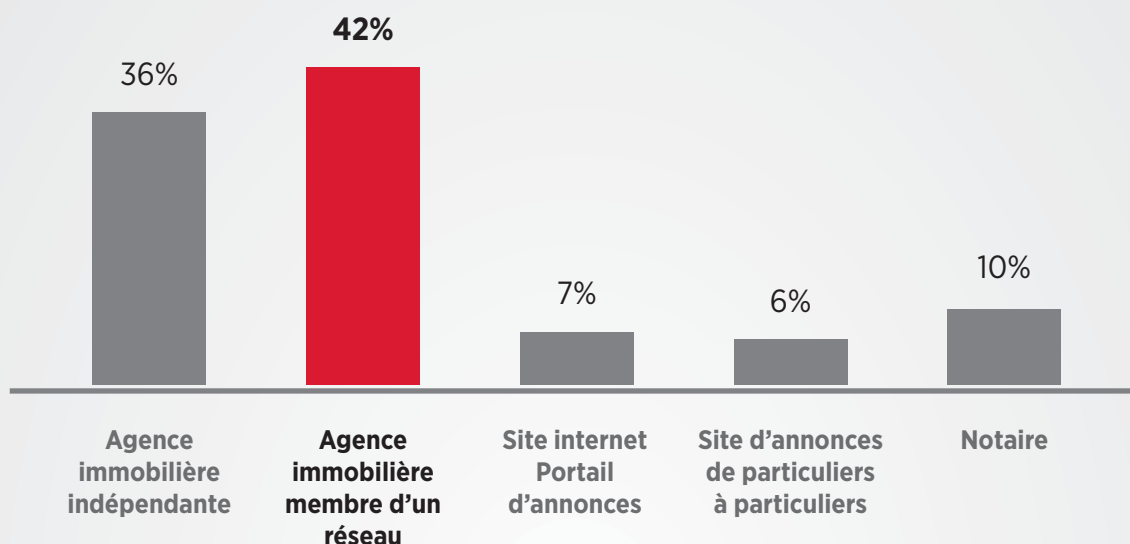
Meilleure compétence pour sélectionner des biens adaptés au budget



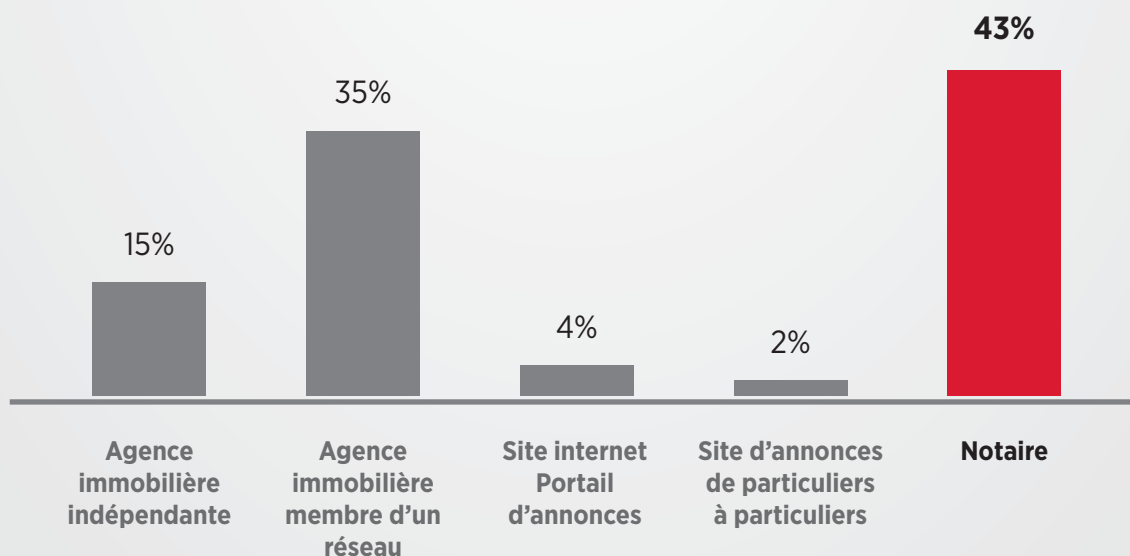
Meilleure compétence pour sélectionner des biens adaptés au mode de vie



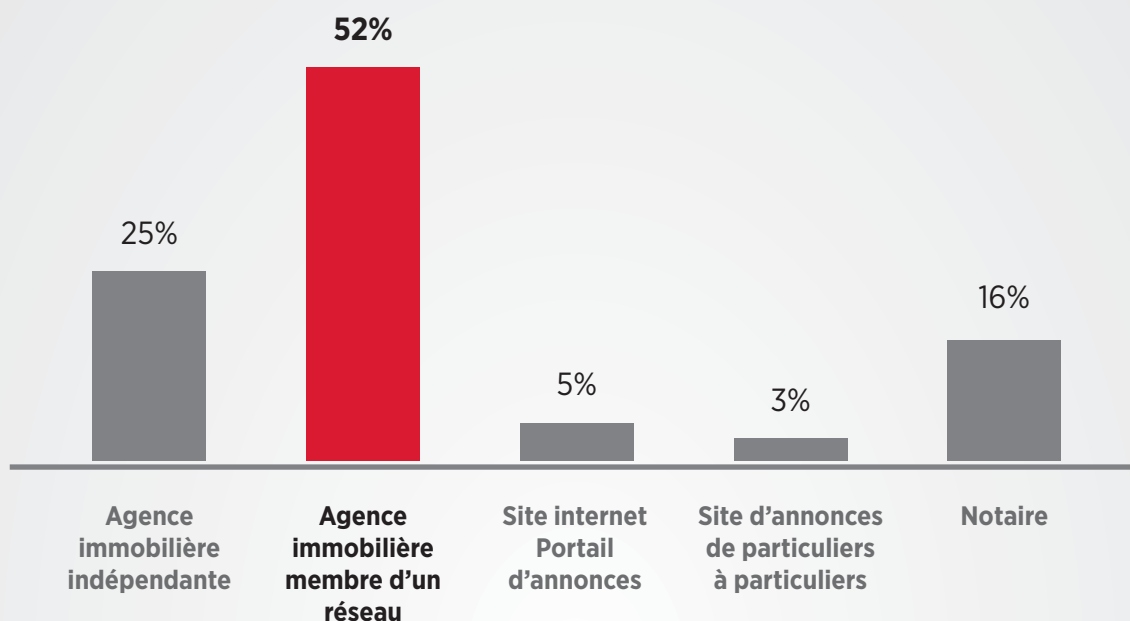
Meilleure compétence pour informer sur l'environnement du quartier



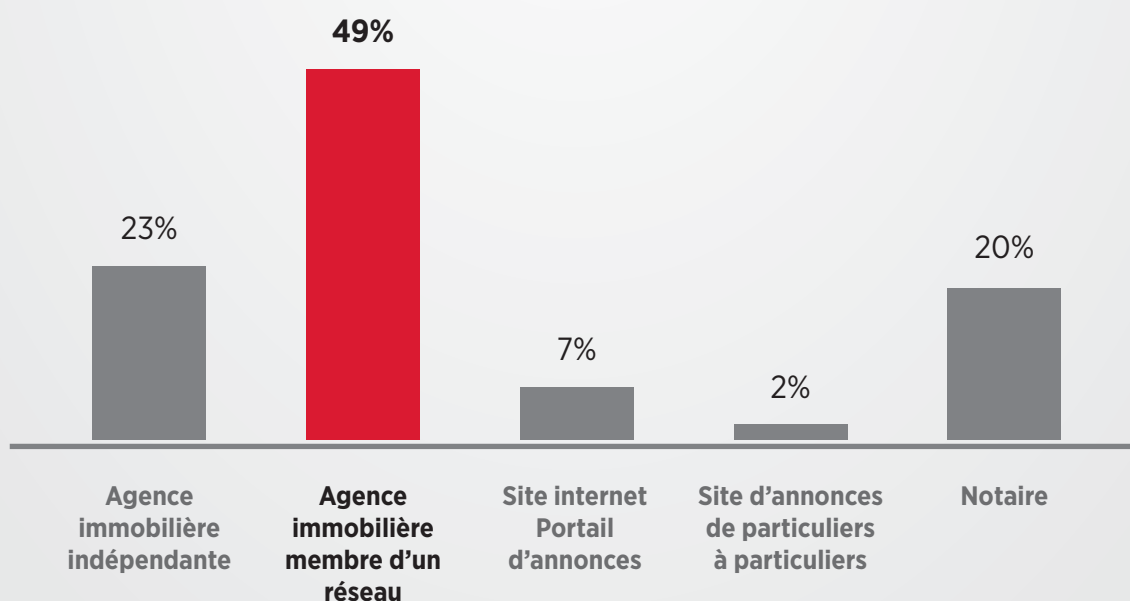
Meilleure compétence pour délivrer des informations juridiques et administratives



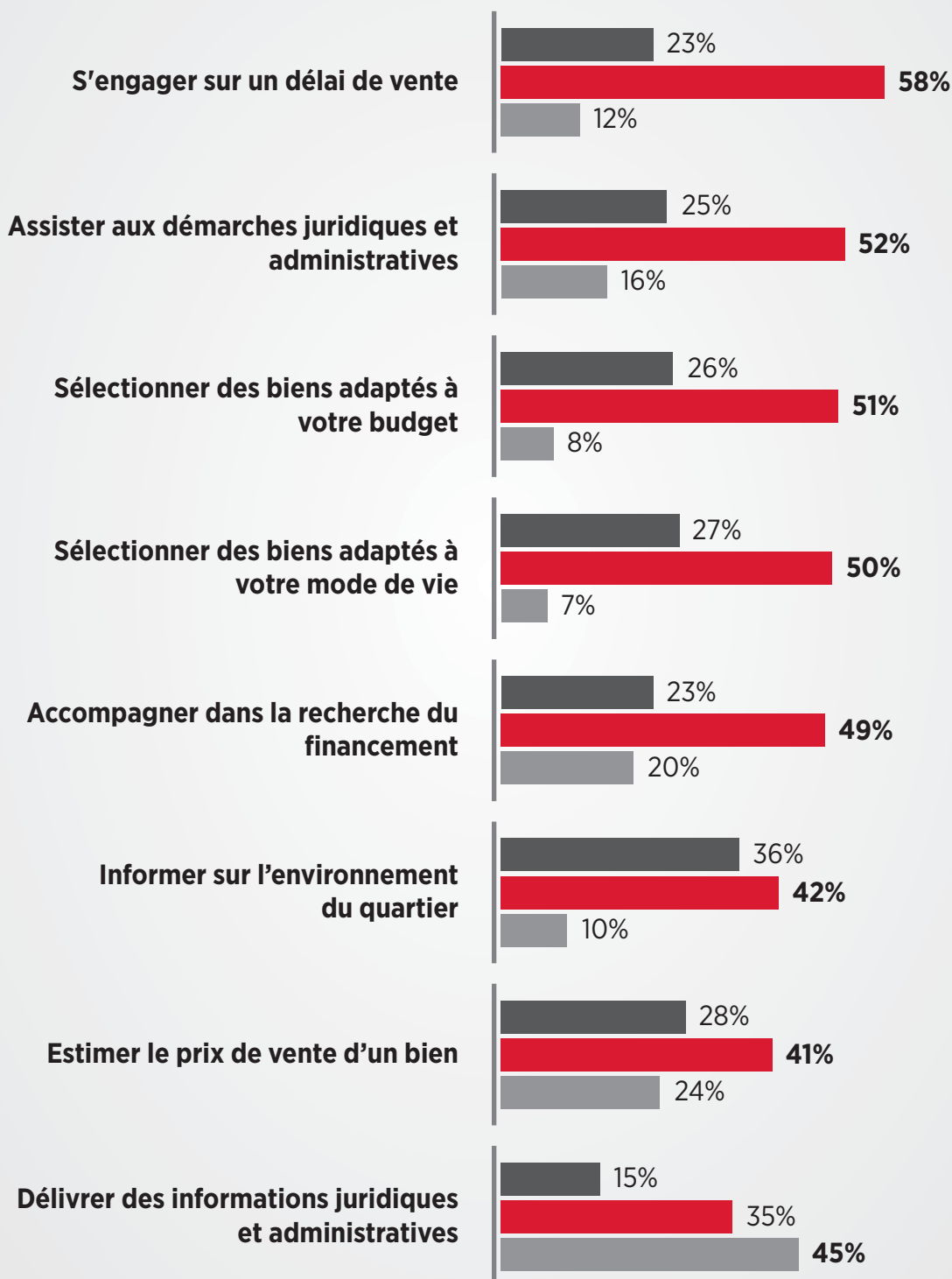
Meilleure compétence pour assister aux démarches juridiques et administratives



Meilleure compétence pour accompagner dans la recherche du financement



Synthèse des domaines de compétences perçus pour les trois principaux acteurs



■ Agence indépendante ■ Agence membre d'un réseau ■ Notaire



Les projets immobiliers

Les projets immobiliers émanent des populations les plus jeunes et les plus aisés :

- 25/34 ans (46%)
- Professions libérales, et cadres supérieurs (48%)
- Pour ces catégories, il s'agit le plus souvent d'un projet d'achat.

Les 55/65 ans et les retraités auraient, quant à eux, un double projet de vente et d'achat. C'est également auprès de ces populations que l'on observe le plus fort taux de propriétaires.

16% des personnes interrogées déclarent avoir un projet à concrétiser dans les 3 prochains mois.

Pour la réalisation d'un projet immobilier, **les agences membres d'un réseau bénéficient du plus grand capital confiance**, devançant largement les agences indépendantes et les notaires.

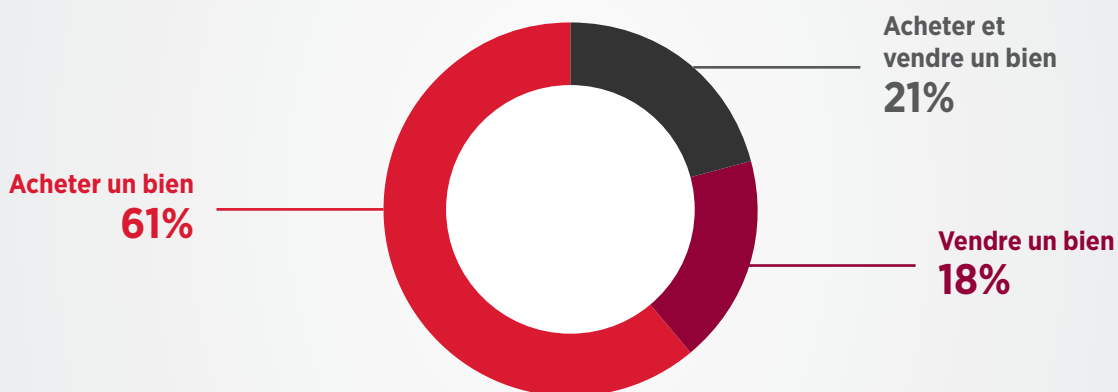
En cas de projet, les clients potentiels se tourneraient le plus volontiers vers ces agences membres d'un réseau, pour estimer, vendre ou acquérir un bien immobilier.

Enfin **l'exclusivité donnée à une agence pour la vente de son bien n'est pas un débat tranché** : les réponses se répartissant entre les pour et les contre à l'agence unique. Les opposants (52%) déclarent préférer utiliser les services de plusieurs agences, sans doute dans l'espoir d'augmenter la probabilité de vendre leur bien rapidement et dans les meilleures conditions financières possibles.

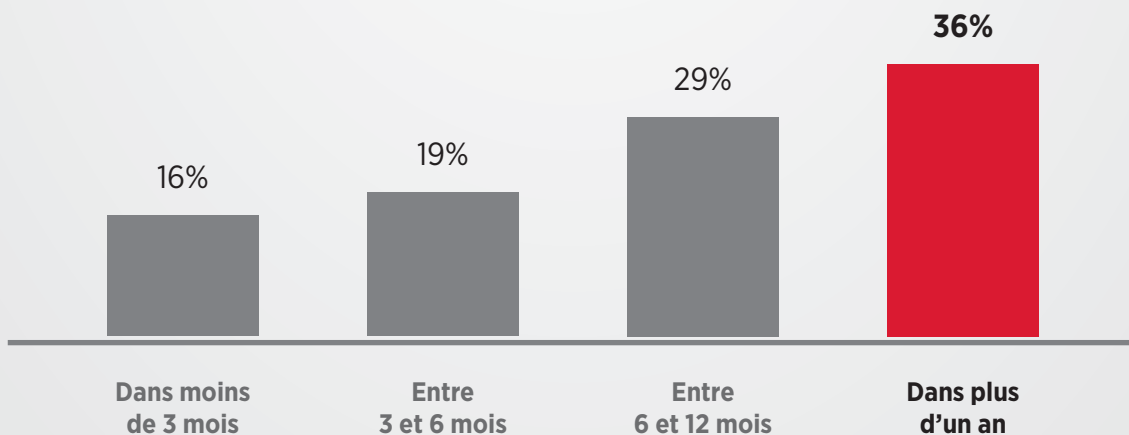
Projet immobilier dans les deux prochaines années



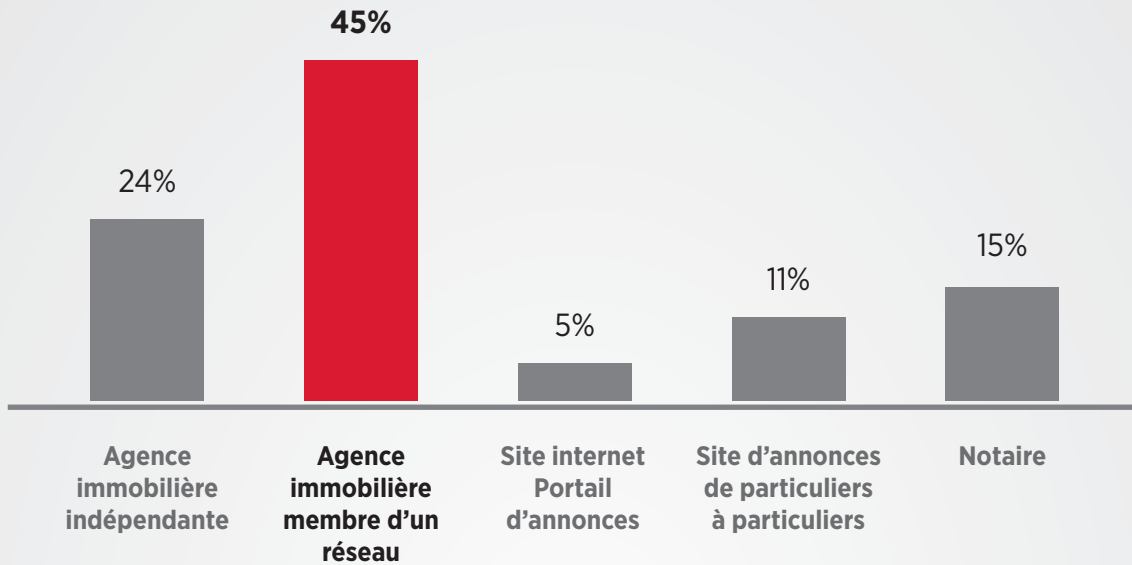
Type de projet envisagé



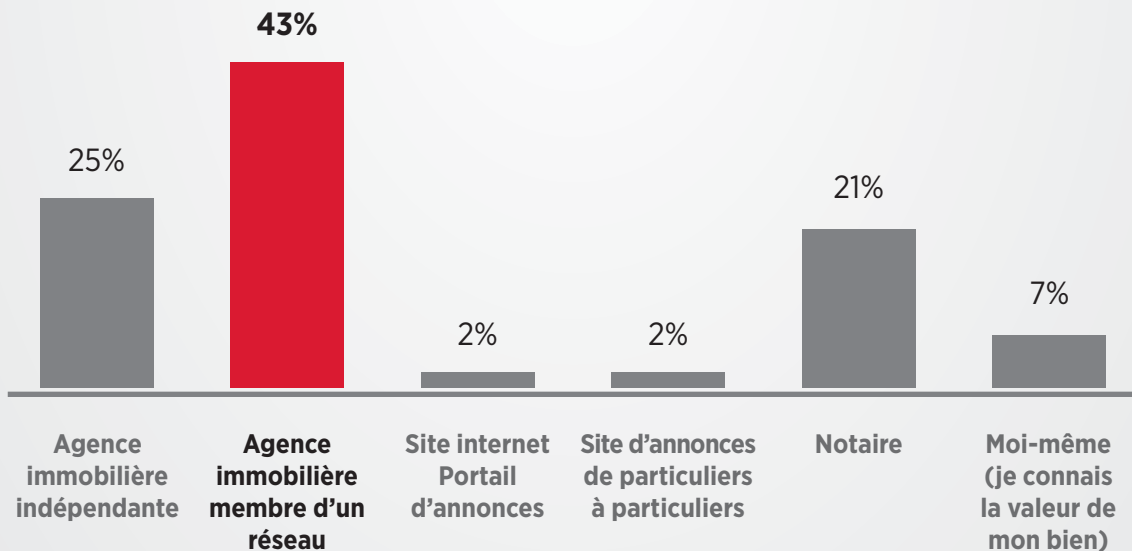
Délai de réalisation du projet



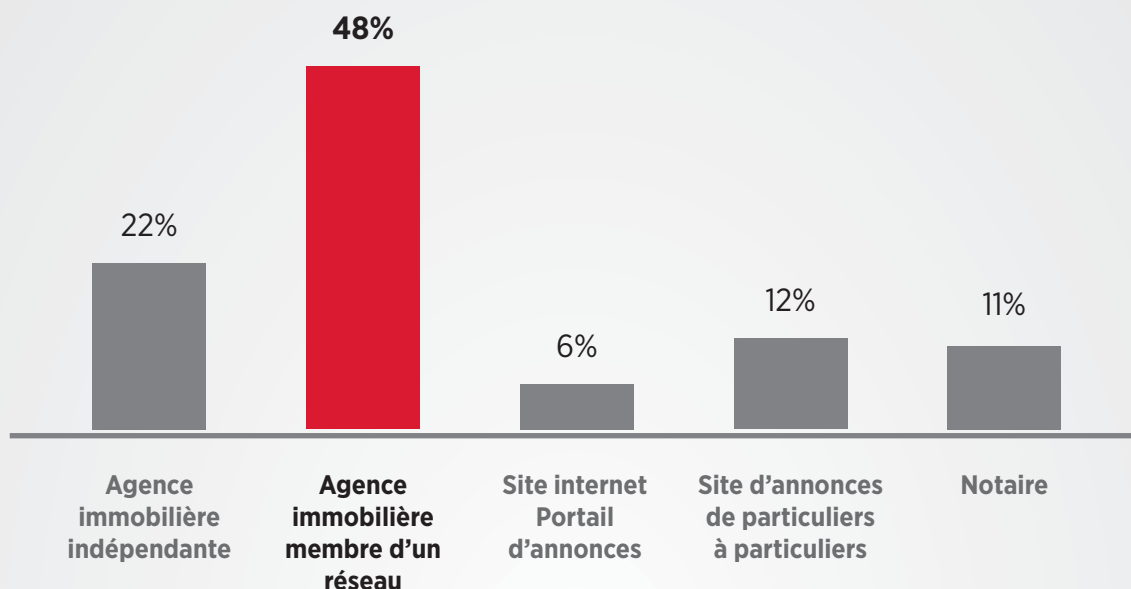
Acteur préféré pour l'achat d'un bien immobilier



Acteur préféré pour l'estimation d'un bien immobilier



Acteur préféré pour la vente d'un bien immobilier



Accepteriez-vous de confier **en exclusivité** la vente de votre bien à une agence immobilière ?



ERA dans le monde

En Europe

(www.eraeurope.com)

-  ERA Allemagne
-  ERA Autriche
-  ERA Belgique
-  ERA Bulgarie
-  ERA Chypre
-  ERA France
-  ERA Luxembourg
-  ERA Pays-Bas
-  ERA Portugal
-  ERA Rép. Tchèque
-  ERA Roumanie
-  ERA Suède
-  ERA Suisse
-  ERA Turquie

En Asie

-  ERA Chine
-  ERA Corée du Sud
-  ERA Indonésie
-  ERA Japon
-  ERA Malaisie
-  ERA Singapour
-  ERA Taïwan
-  ERA Thaïlande

Contact presse

Galivel & Associés

21-23, rue Klock
92110 Clichy

Tél. : 01 41 05 02 02
galivel@galivel.com

En Amérique

(www.era.com)

-  ERA Etats-Unis






Aux Caraïbes

(www.eracaribbean.com)

-  ERA Aruba
-  ERA Bahamas
-  ERA Guadeloupe
-  ERA Grenade
-  ERA Sainte Lucie
-  ERA Turks & Caïcos

Au Moyen-Orient

(www.era-me.com)

-  ERA Arabie Saoudite
-  ERA Egypte
-  ERA Émirats Arabes Unis
-  ERA Koweït
-  ERA Oman

En Afrique

-  ERA Afrique du Sud



www.erafrance.com