

Enquête trimestrielle menée auprès des candidats à l'acquisition d'un logement dans les 12 prochains mois - Octobre 2012

Immobilier neuf : La baisse des prix de l'ancien et l'absence de refonte décisive des mesures de soutien pèsent sur le segment du neuf

Enquête trimestrielle menée auprès des candidats à l'acquisition d'un logement dans les 12 prochains mois - Octobre 2012

ETAT DU MARCHÉ :

Repli des intentions d'achat sur le segment du neuf

Sur les 2,5 millions de candidats à l'accession à la propriété, 13% orientent leur recherche sur le neuf en octobre 2012, à comparer à 17% un an plus tôt...

L'absence de refonte du dispositif du prêt à taux zéro et les incertitudes sur le dispositif Duflot laissent les acquéreurs perplexes à l'égard du neuf. Un glissement progressif des intentions d'achat vers l'ancien se profile peu à peu, accentué davantage chez les secundo-accédants qui ne bénéficient pas de mesure de soutien dans le neuf.

Concernant les 13% qui maintiennent leur projet d'achat dans le neuf, ils sont moins optimistes que ceux qui s'intéressent à l'ancien sur la question de l'évolution des prix : 47% d'entre eux s'attendent à une baisse des prix contre 54% de ceux qui ont un projet dans l'ancien. Cette attente d'une baisse des prix dans l'ancien semble expliquer le fait qu'un nombre croissant de secundo-accédants réorientent leur projet d'achat vers l'ancien. Les secundo-accédants ne représentent, en effet, plus que 36% des acheteurs potentiels dans le neuf contre 59% sur le segment de l'ancien.

MORAL DES ACQUÉREURS DU NEUF & OPPORTUNITÉ D'ACHETER :

Des achats motivés avant tout par les taux bas

56% des personnes qui maintiennent leur projet dans le neuf pensent que c'est le moment d'acheter un logement (contre 51% pour l'ensemble des acquéreurs). Ils n'attendent plus de changements favorables des mesures de soutien et souhaitent, en effet, pouvoir profiter de taux d'intérêt historiquement bas : 65% d'entre eux estiment que les taux sont attractifs, même si les conditions d'octroi de crédit restent difficiles (61%).

Ainsi, le secteur du neuf est le plus durement touché, il perd des acquéreurs potentiels tandis que ceux qui maintiennent leur projet dans le neuf considèrent que c'est le moment ou jamais d'acheter car ils ne prévoient pas d'embellies dans les mois à venir.

PROFIL DES ACQUÉREURS :

Rôle porteur du neuf pour les jeunes ménages aux revenus les plus modestes

Pourtant, le segment du neuf joue un rôle porteur dans l'accession à la propriété pour les jeunes ménages aux revenus plus modestes. 58% sont âgés de moins de 35 ans contre 48% sur l'ensemble des acquéreurs et 41% sont CSP- contre 34% sur l'ensemble. Seuls 29% sont propriétaires, à comparer à 47% dans l'ancien. Aussi, c'est le parcours résidentiel des ménages les plus modestes qui risque d'être compromis, d'autant plus que les conditions d'octroi de crédit restent difficiles pour ce profil d'acquéreurs et que le contexte économique futur ne va pas non plus faciliter leur investissement.



RÉACTION : « LE NEUF POURRAIT ÊTRE PÉNALISÉ »

Christian Louis-Victor, vous êtes Président National de l'UMF comment expliquez-vous que les futurs acquéreurs, notamment les secundo-accédants, soient tentés d'orienter leurs projets d'acquisition dans l'ancien et non dans le neuf ? Quel message adresseriez-vous au gouvernement pour permettre à cette typologie d'acheteurs de revenir sur le neuf, leur projet initial ?

« Dans l'éventualité d'une baisse des prix conséquente dans l'ancien, le neuf pourrait en effet être fortement pénalisé. Les coûts de construction continuent de s'élever au fur et à mesure de l'empilement des nouvelles normes. Certaines de ces normes sont nécessaires pour répondre aux défis énergétiques de notre pays et apportent une garantie de qualité des constructions. Toutefois, elles ont tendance à pénaliser le secteur du neuf dans un contexte où le prix, plus que jamais, est un critère élémentaire dans l'achat d'un logement. **Cette situation est inquiétante pour le secteur et le rôle du gouvernement doit être celui de rassurer avec de nouvelles mesures.** Je ne peux que rappeler, aujourd'hui, que la politique de relance de la construction la plus efficace consiste à actionner le levier accession sociale à la propriété en maison neuve, qui depuis 1975, représente plus de 50% des mises en chantier et des surfaces construites.

Il convient de rappeler également que le logement ancien, qui joue un rôle tout à fait important dans l'équilibre et la diversité de l'offre, ne répond que partiellement aux besoins des ménages à la recherche de logements familiaux confortables, spacieux et performants sur le plan énergétique. Ce sont ces critères auxquels le secteur neuf et spécifiquement la maison neuve répondent le mieux. **Une diminution de l'offre neuve ne pourra que renforcer l'inadéquation de l'offre avec les attentes des ménages**».

58% des futurs acheteurs dans le neuf sont âgés de moins de 35 ans et 41% d'entre eux sont CSP-. Selon vous quelles sont les mesures gouvernementales à adopter pour maintenir l'accession possible dans le neuf à cette clientèle de "Primo Accession sociale" ?

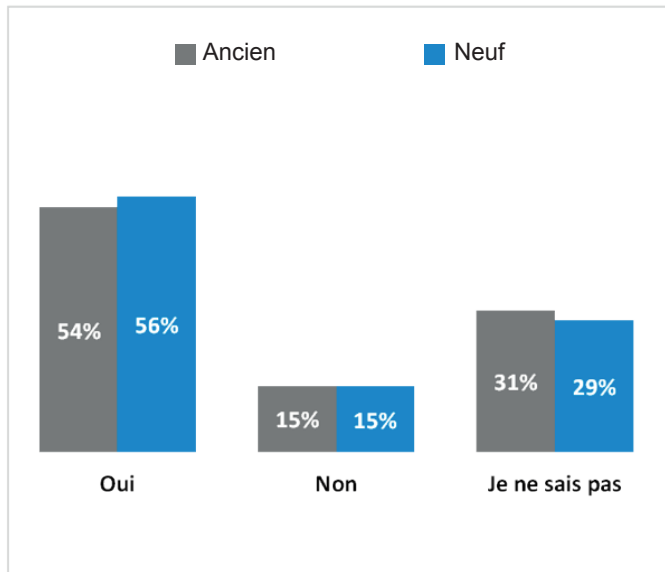
«En effet, jusqu'à maintenant accompagné de mesure de soutien spécifique, le secteur joue un rôle pivot dans le parcours résidentiel à l'accession pour les jeunes foyers à revenus plus modérés. En effet, 61% des acheteurs de maisons dans le neuf sont primo-accédants. **Dans le contexte économique actuel, il est plus que jamais important d'intensifier les mesures de soutien aux accédants les plus modestes.** Notons qu'à l'heure actuelle, les locataires d'un logement en HLM ne représentent que 9% des futurs acquéreurs de maisons dans le neuf, c'est un peu plus que la moyenne du marché mais cela reste très insuffisant. Sans mesures décisives, la baisse de l'accession sociale à la propriété risque, à terme, d'entraîner un encombrement plus grand du marché locatif et gripper davantage le parcours résidentiel.

La nouvelle configuration du PTZ pour 2013, telle que présentée dans le projet de loi de finances rectificative, même si elle va dans le bon sens au niveau de l'approche sociale reste notoirement insuffisante pour créer un véritable choc salutaire en faveur de l'accession sociale».

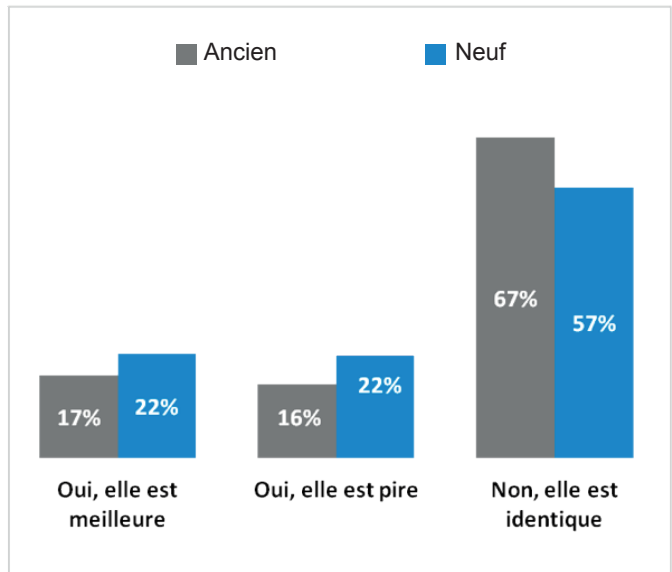
RÉSULTATS DÉTAILLÉS DE L'ENQUÊTE

Perception du marché par les acheteurs potentiels sur les segments du neuf et de l'ancien :

Selon vous, est-ce le bon moment pour acheter une maison ou un appartement ?

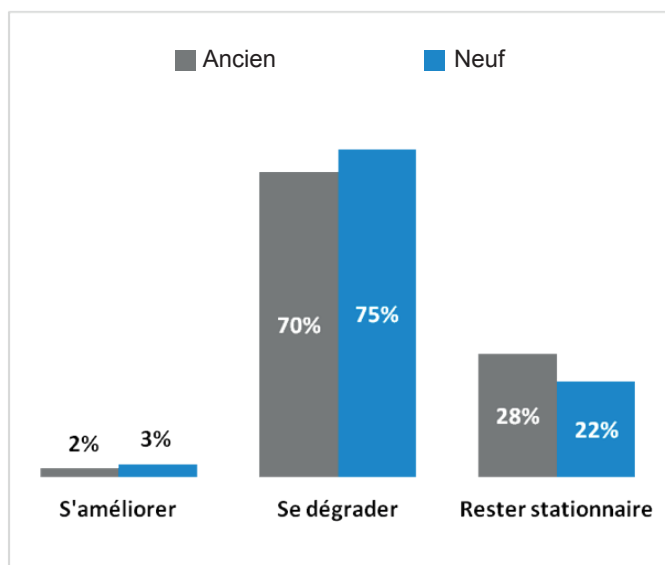


Au cours des 6 derniers mois, la situation financière de votre foyer a-t-elle changé ?

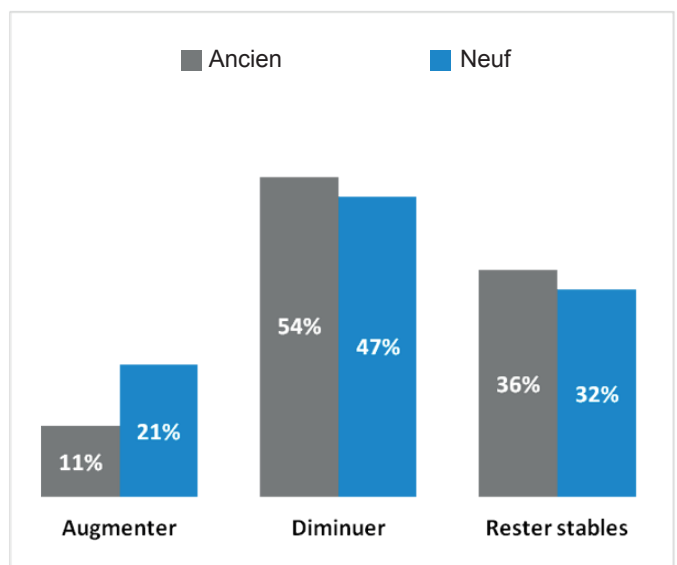


Copyright © Logic-Immo.com, 2012

À votre avis, au cours des 6 prochains mois, le niveau de vie en France, dans l'ensemble, va...



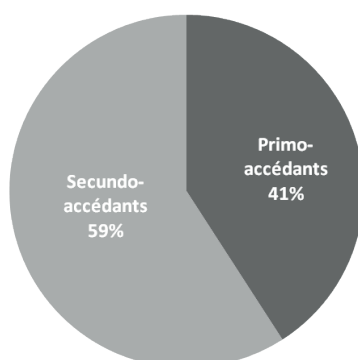
Selon vous, dans les 6 prochains mois, les prix des maisons et appartements vont :



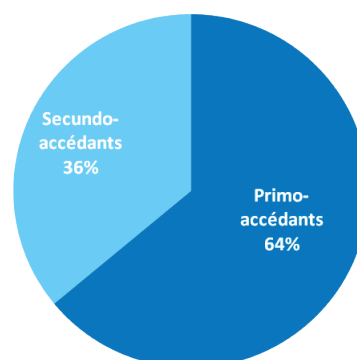
Copyright © Logic-Immo.com, 2012

Part des acheteurs potentiels primo-accédants et secundo-accédants sur les segments du neuf et de l'ancien :

Segment de l'ancien



Segment du neuf



À propos Logic-Immo.com :

Premier magazine gratuit d'annonces immobilières, créé en 1995, Logic-Immo.com couvre l'ensemble du territoire français à travers 34 éditions magazines locales, diffusées à 22 millions d'exemplaires¹ par an dans 17 300 points de distribution. Lancée en 2002, sa version web, Logic-Immo.com, compte aujourd'hui 1 million d'annonces en ligne² sur son site Internet et atteint 8,5 millions de visiteurs et 88 millions de pages vues par mois grâce à ses supports web et mobiles³. Logic-immo.com bénéficie aussi d'un volet prestige avec lux-residence.com, un bimestriel et un site internet proposant plus de 36 000 biens haut de gamme en France et à l'international.

Logic-immo.com et lux-residence.com, des marques éditées par Concept Multimédia, une filiale du groupe Spir Communication.

Chiffre d'affaires CMM cumulé 9 mois 2012 en hausse de 12,6%

sources : 1 : OJD 2012 - 2 : données Octobre 2012 - 3 : AT Internet / Xiti, septembre 2012

À propos du groupe Spir Communication :

Le groupe Spir Communication est détenu à 66,4 % par la société Sofiouest SA (Ouest-France), à 31,1 % par un actionariat public et à 2,5 % en auto contrôle.

Acteur global de la communication de proximité, Spir Communication structure son offre autour de nombreux supports et services de communication :

Médias Généralistes (TOP, Topannonces.fr, Les-bonnes-promos.com), Médias Thématiques Immobilier (Logic-Immo.com, Lux-residence.com), Médias Thématiques Automobile (Caradisiac.com, Lacentrale.fr), Imprimerie (Imprimeries IPS) et Distribution d'Imprimés Publicitaires (Adrexo)

Le groupe emploie près de 3 000 collaborateurs et près de 24 000 distributeurs pour un chiffre d'affaires annuel 2011 de 542,6 M€.

Spir Communication détient également une participation de 25 % au capital de 20 Minutes France SAS, société éditrice du journal de presse gratuite d'information 20 Minutes présent dans 40 agglomérations françaises, et du site 20Minutes.fr, une participation de 40 % au capital de Média Courtage SAS, société éditrice du site AcommeAssure.com, comparateur et courtier conseil en assurance, ainsi qu'une participation de 22 % dans la société Prixing SAS, éditrice d'une application mobile, comparateur de prix qui facilite les courses de tous les jours des consommateurs.

www.spir.fr

CONTACT PRESSE :
Séverine Amate
06.08.03.63.13
samate@spir.fr