

Immobilier ancien au 1^{er} semestre 2010 : **Ressorts du marché** **et perception de la conjoncture dans les agences**



Conférence de Presse

René PALLINCOURT, Président Fédéral

Jeudi 8 juillet 2010

Bourse de Paris, Palais Brongniart

SOUS EMBARGO

JUSQU'AU JEUDI 8 JUILLET 2010 11h00

Sommaire

1 Les prix de l'ancien à mi-2010 : stabilité, sans choc brutal

2 L'activité : pas de véritable regain d'optimisme

3 L'offre et la demande : des déséquilibres persistants

4 La clientèle : une faible représentation des primo-accédants

5 Les critères de choix : le développement durable en question

6 Les facteurs de résistance à la baisse des prix

7 Perspectives



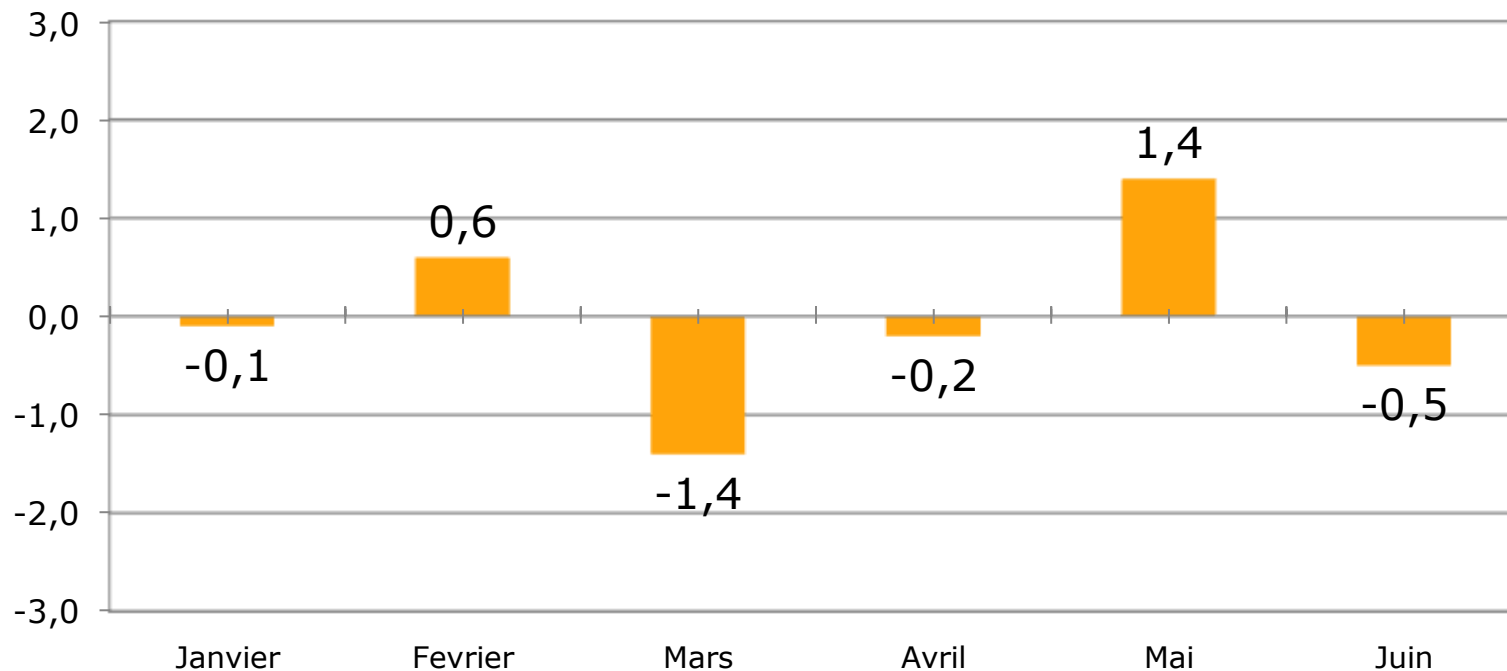
1

Les prix de l'ancien à mi-2010

Stabilité, pas de choc brutal

Indice mensuel des prix de l'ancien

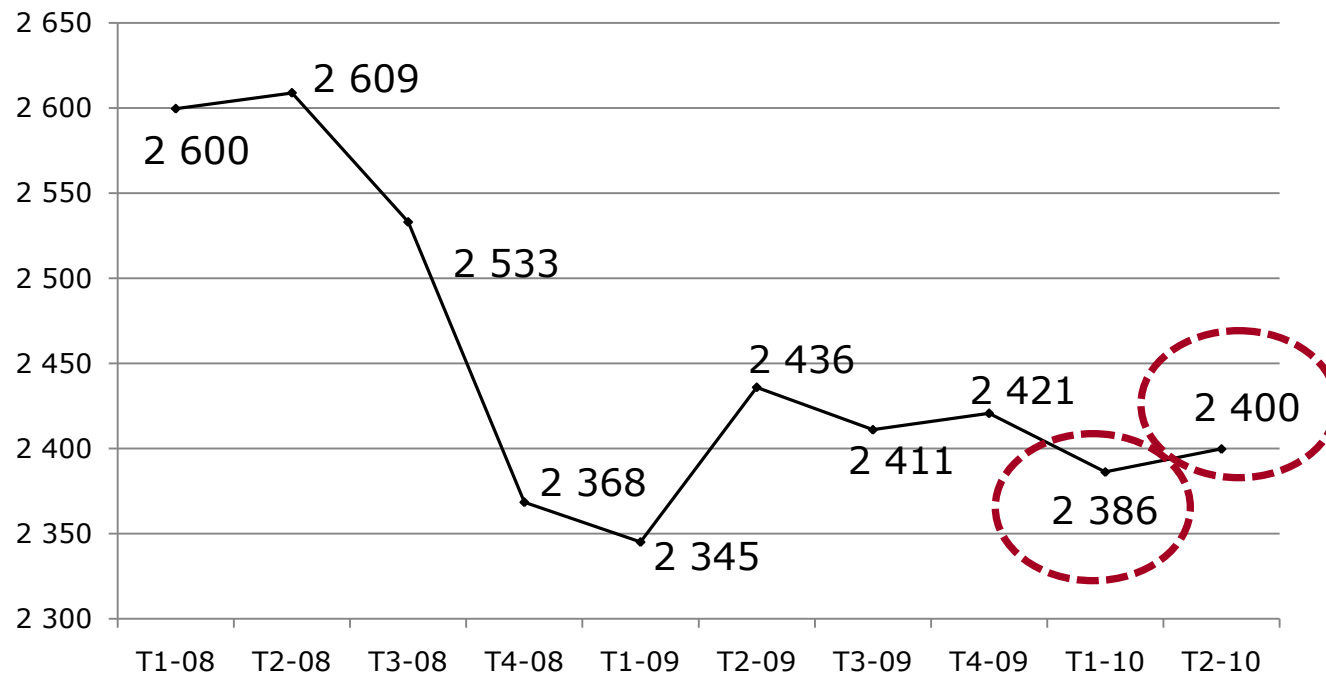
Les baisses et les hausses de prix alternées observées au mois le mois traduisent l'absence de spéculation, à la hausse ou à la baisse, et excluent tout mouvement brutal des prix



La stabilité des prix se confirme, avec une légère hausse de +0.6 % de trimestre à trimestre

(2^{ème} trim. 2010 / 1^{er} trim. 2010)

Moyennes trimestrielles des prix des logements anciens
(€/m² - France entière)

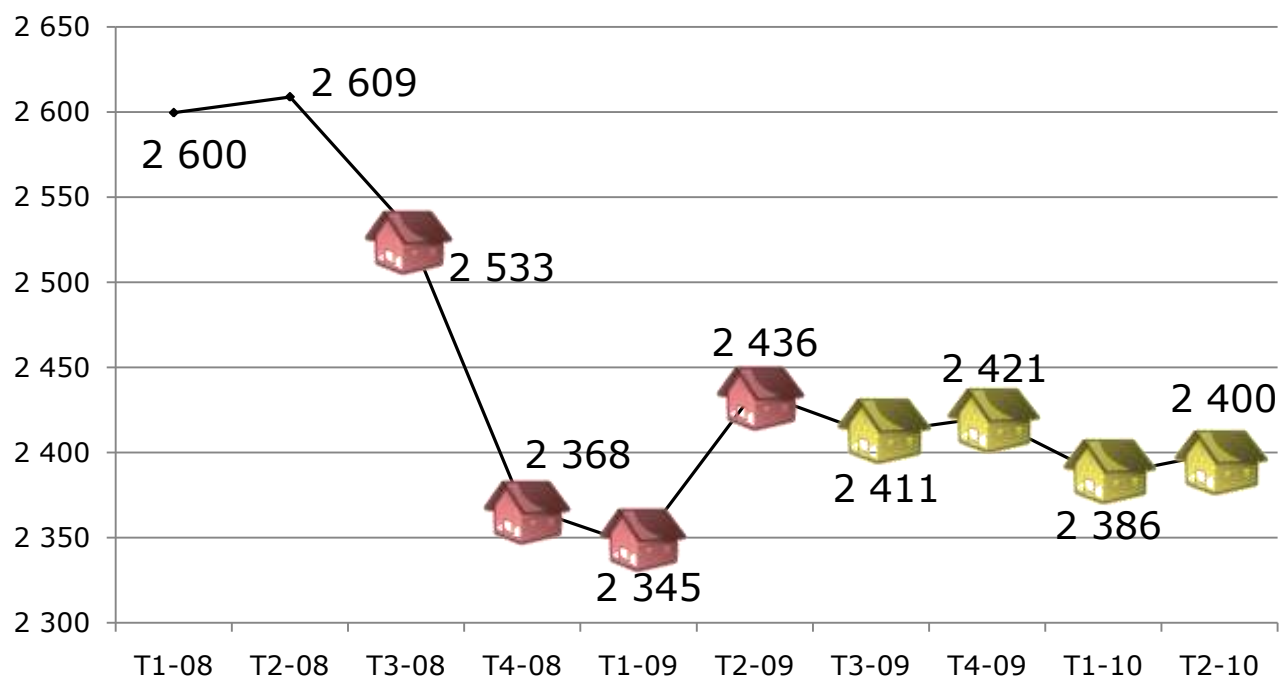


Source FNAIM - Juillet 2010

**Au 2^{ème} trimestre 2010,
la variation annuelle moyenne des prix s'établit à :**

-0.7%

(12 derniers mois / 12 mois précédents)



Source FNAIM - Juillet 2010

A noter : 2^{ème} trim. 2010 / 2^{ème} trim. 2009 : -0.6%
(glissement trimestriel annuel)

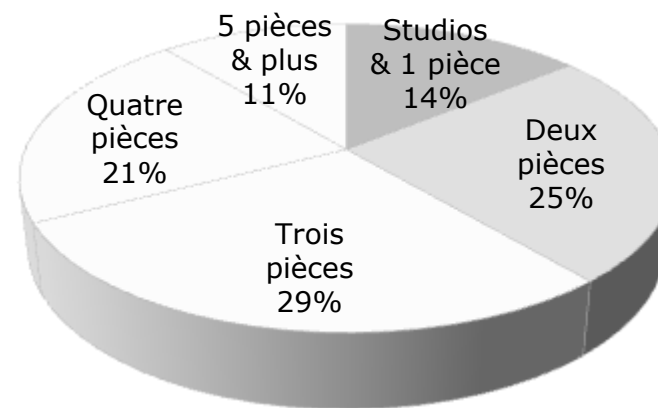
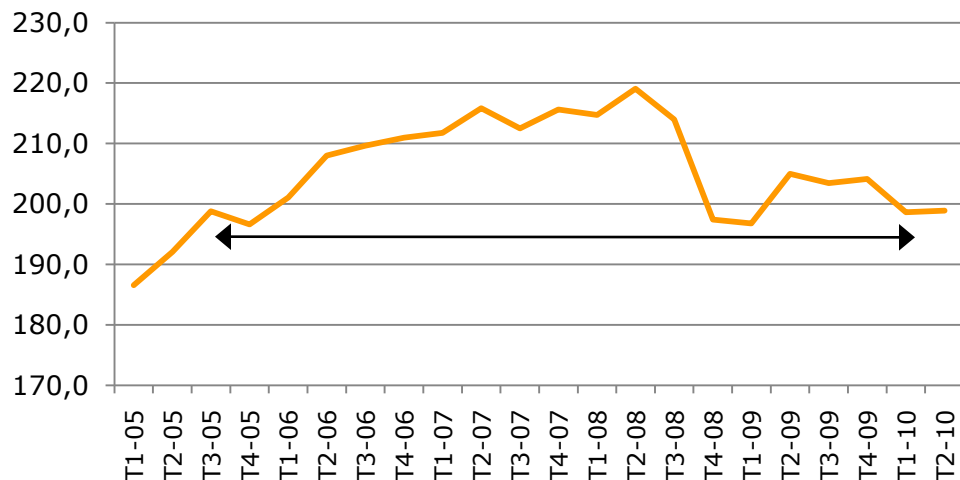
Synthèse :

Une stabilisation des prix plus précoce sur le marché des maisons

Indice FNAIM des prix des logements anciens	Appartements	Maisons	Ensemble
% variation mensuelle (juin 2010 / mai 2010)	-0,7	-0,4	-0,5
% variation trimestrielle (2ème trim. 2010 / 1er trim. 2009)	0,1	1,0	0,6
% variation semestrielle (6 derniers mois / 6 mois précédents)	-2,5	0,6	-0,9
% variation annuelle en glissement trimestriel (2ème trim. 2010 / 2ème trim. 2009)	-3,0	0,0	-1,5
% variation annuelle en glissement semestriel (1 ^{er} semestre 2010 / 1 ^{er} semestre 2009)	-1,1	+1,3	+0.1
% variation annuelle moyenne (12 derniers mois / 12 mois précédents)	-1,0	-0,3	-0,7

Source FNAIM – Juillet 2010

Indice FNAIM des prix de l'ancien Appartements



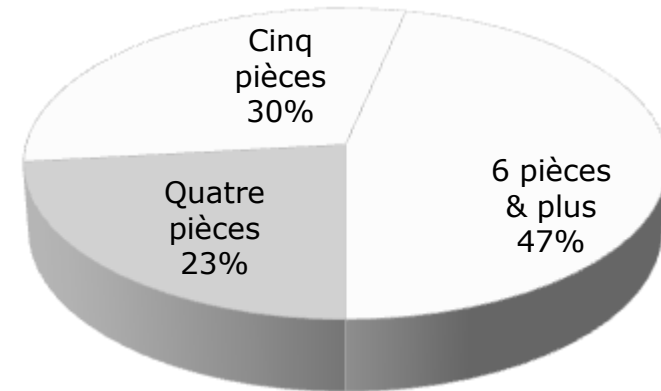
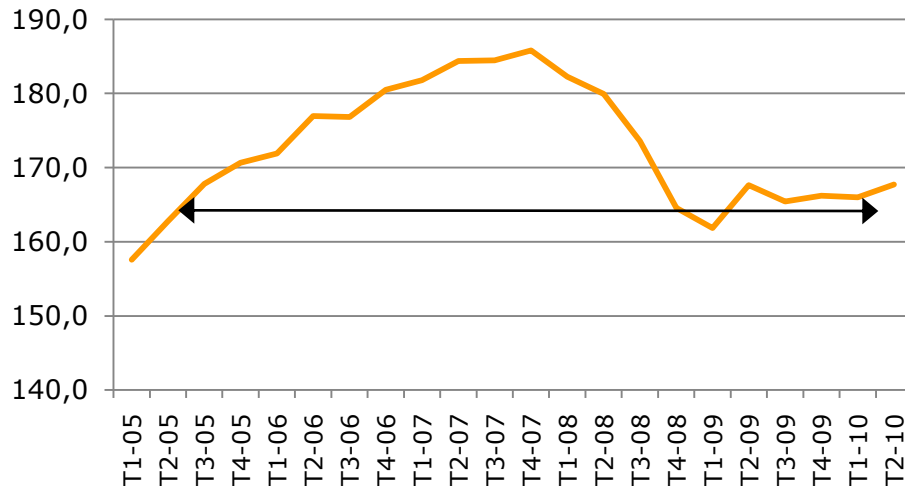
	Studios & 1 pièce	Deux pièces	Trois pièces	Quatre pièces	5 pièces & plus	Tous types
Taux de variation annuelle (en %) [1]						
	2009	-6,4	-5,3	-5,8	-6,7	-5,7
	2010	-3,0	-0,5	-2,5	2,1	-1,0
Taux de variation annuelle en glissement trimestriel (en %) [2]						
	2009	-9,1	-6,4	-9,1	-4,7	3,2
	2010	-3,5	0,7	-5,0	-4,0	-3,0

[1] 12 derniers mois / 12 mois précédents

[2] 2ème trim. de l'année considérée / 2ème trim. de l'année précédente

Source FNAIM – Juillet 2010

Indice FNAIM des prix de l'ancien Maisons



		Quatre pièces	Cinq pièces	6 pièces & plus	Tous types
Taux de variation annuelle (en %) [1]	2009	-7,9	-9,1	-9,2	-8,8
	2010	-4,0	-0,5	1,8	-0,3
Taux de variation annuelle en glissement trimestriel (en %) [2]	2009	-10,3	-8,6	-3,6	-6,8
	2010	-1,1	1,3	-0,2	0,0

[1] 12 derniers mois / 12 mois précédents

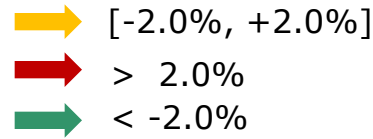
[2] 2ème trim. de l'année considérée / 2ème trim. de l'année précédente

Source FNAIM – Juillet 2010

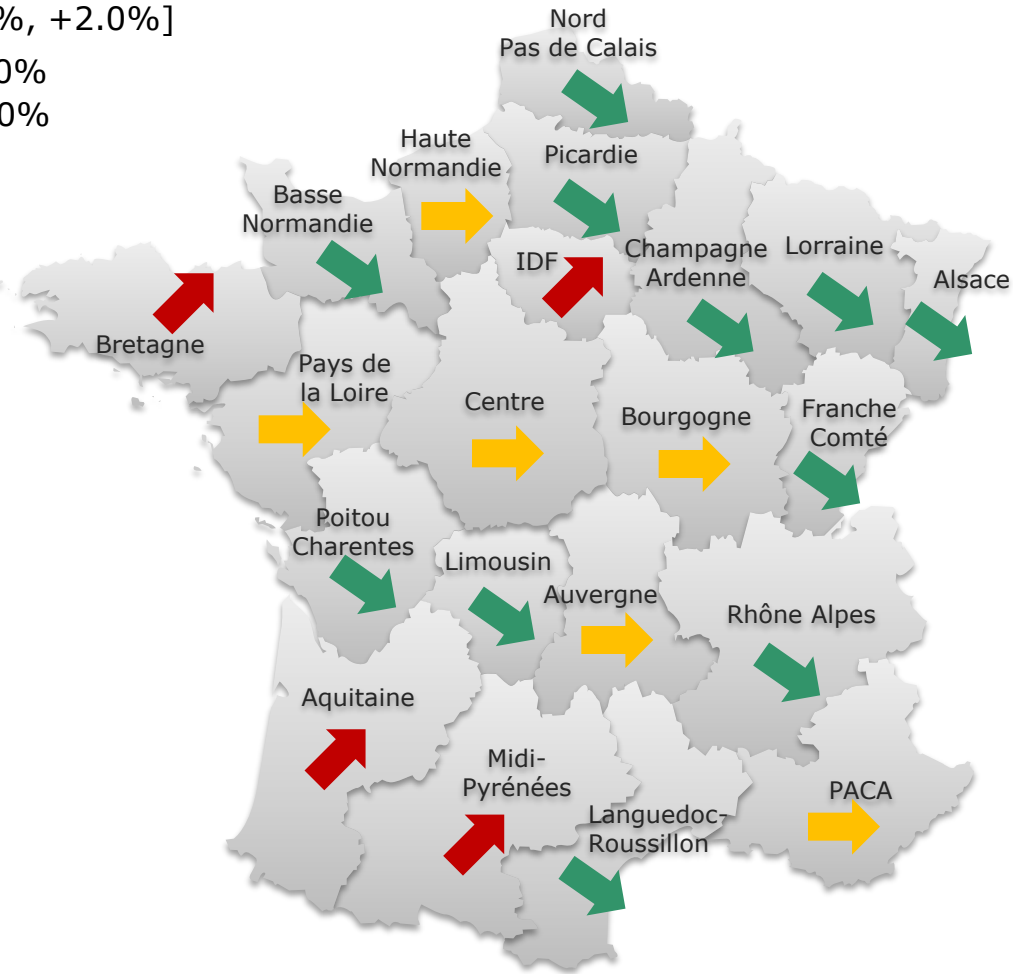
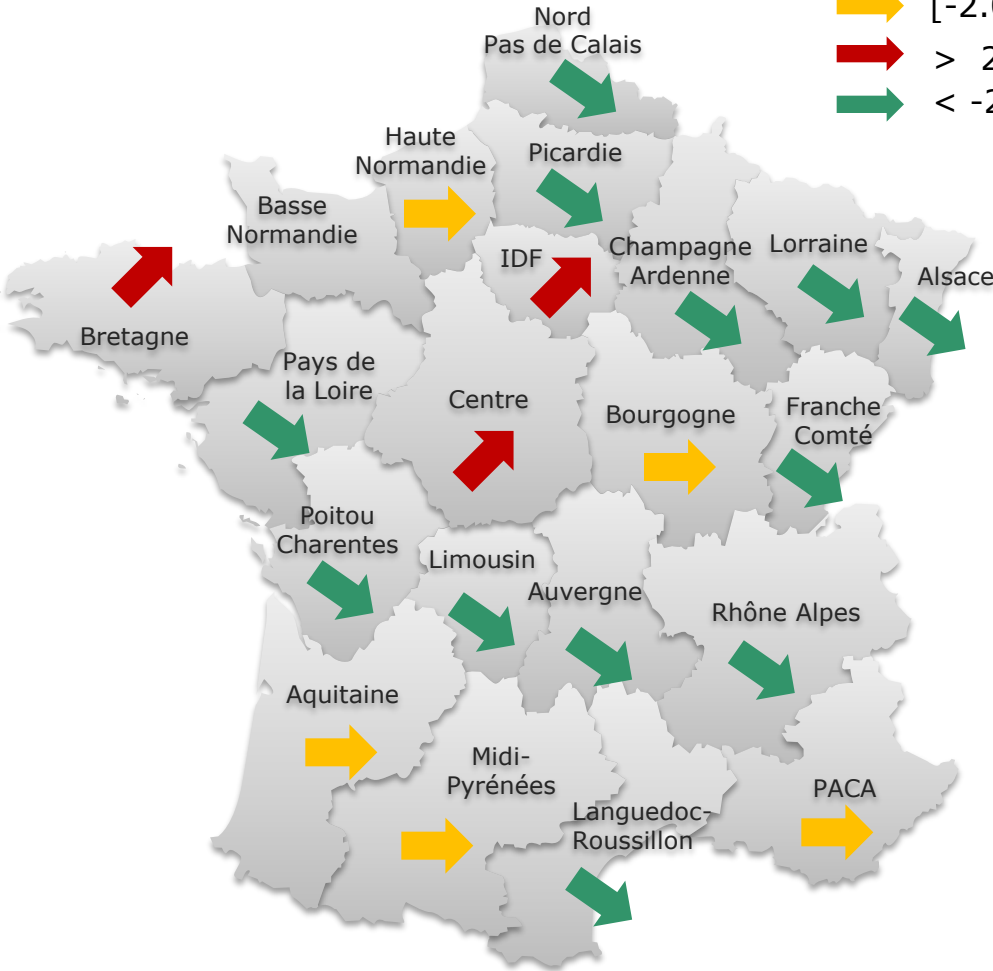
Les tendances des prix en région

Individuel - Appartements

Variations annuelles moyennes (en%)
(12 derniers mois / 12 mois précédents)



Collectif - Maisons



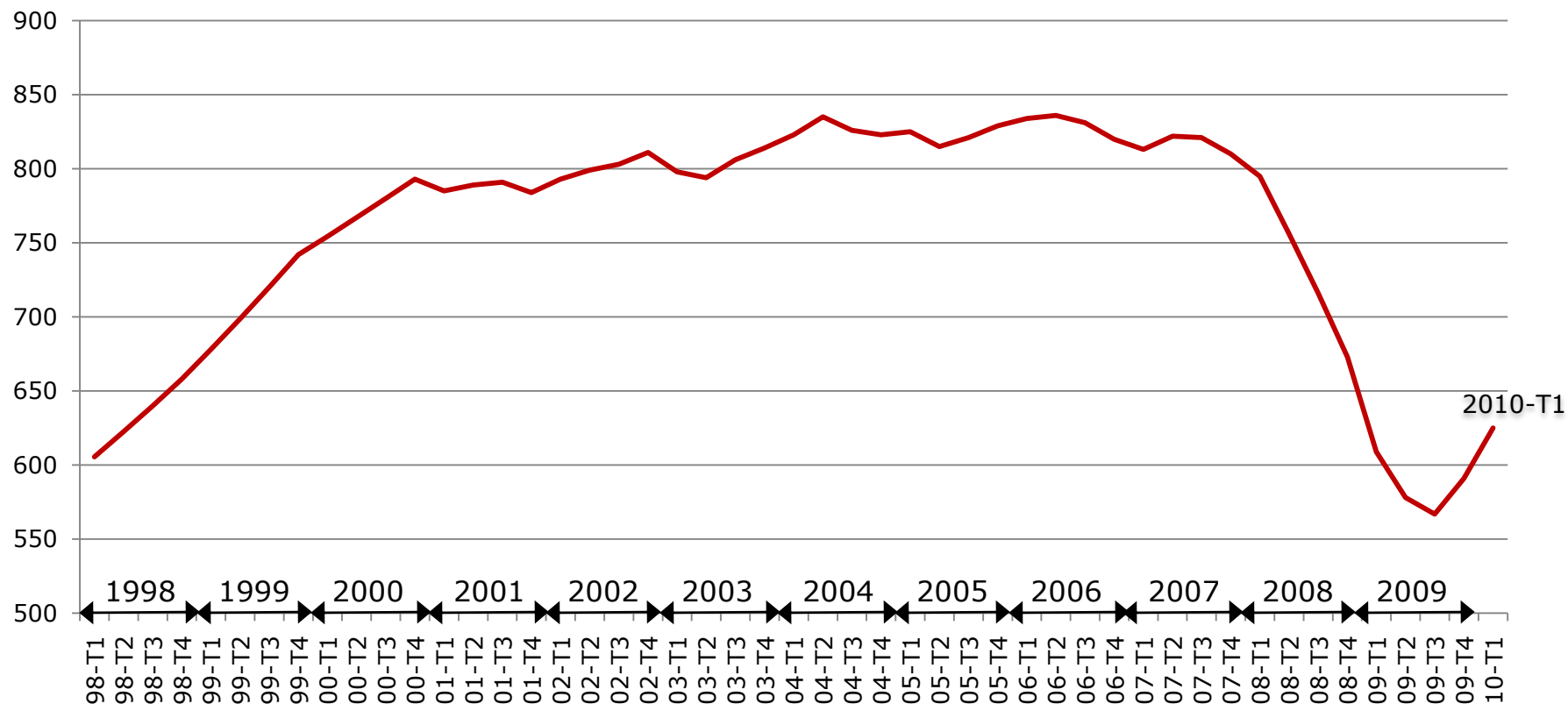
2

L'activité

Pas de véritable regain d'optimisme

L'activité

Après deux années de repli et en dépit d'un léger rebond observé depuis fin 2009, le volume d'activité s'établit toujours à un niveau inférieur de -25% par rapport à la dernière décennie.



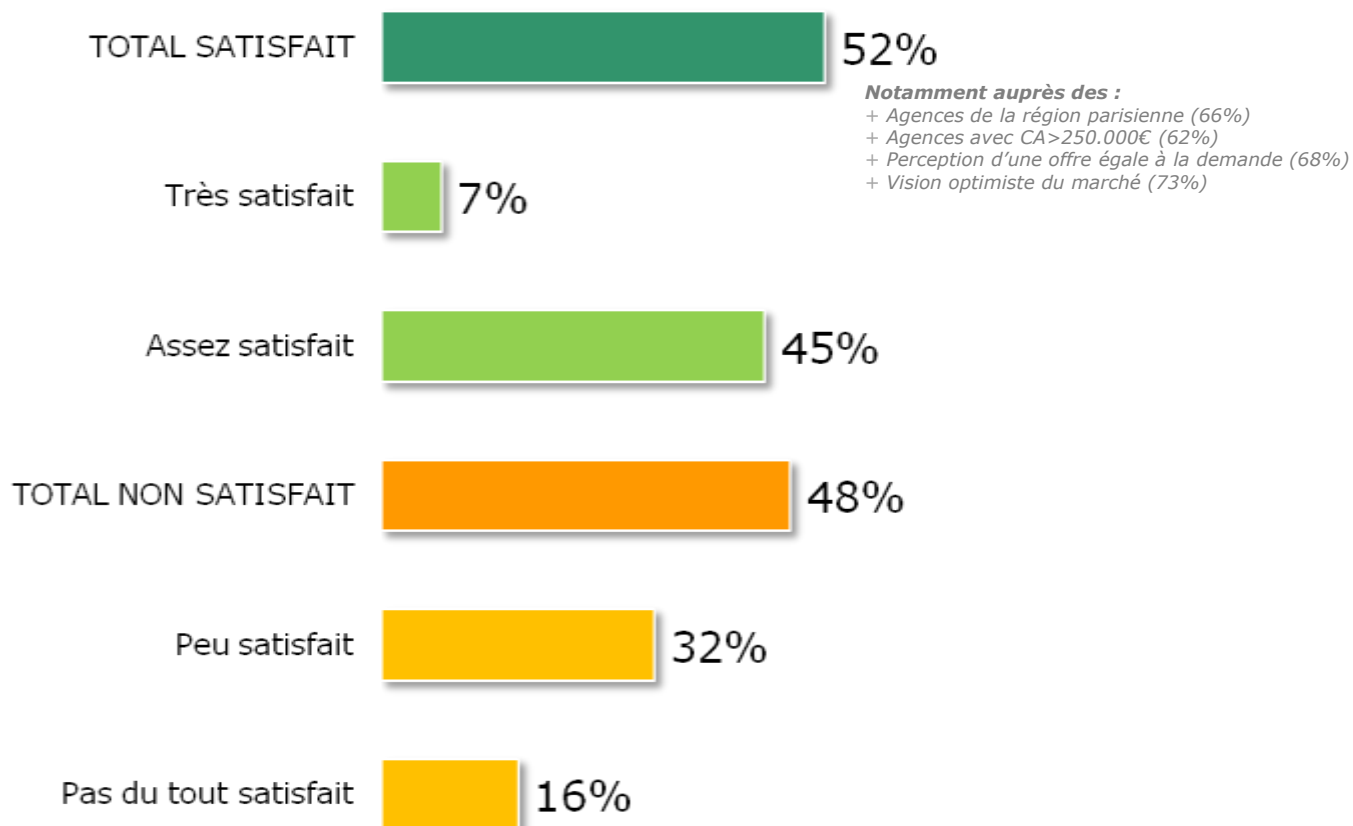
Source : CGEDD d'après DGFIP (MEDOC) et bases notariales



Un professionnel sur deux se déclare satisfait de l'activité

Q.1. Globalement, êtes-vous très, assez, peu ou pas du tout satisfait de l'activité du marché immobilier « vente » au 1er semestre 2010 ?

Base : ensemble





La clientèle, toujours pas au rendez-vous

Q2. Plus précisément, avez-vous le sentiment qu'au cours des 6 derniers mois... ?

- a) Le nombre de visites en agence
- b) Le nombre de contacts internet
- c) Le nombre de visites de logement qui vous est demandé
- d) Le nombre de produits dont vous disposez

Base : ensemble

■ A plutôt augmenté ■ A plutôt diminué ■ Est resté stable

Notamment auprès des :
 + Vision optimiste (37%)
 - Agences de la région Nord Est (16%), Sud Ouest (17%)

Notamment auprès des :
 + Perception d'un surplus d'offres (43%)
 - Agences de la région parisienne (20%)

Notamment auprès des :
 + Vision optimiste (42%)

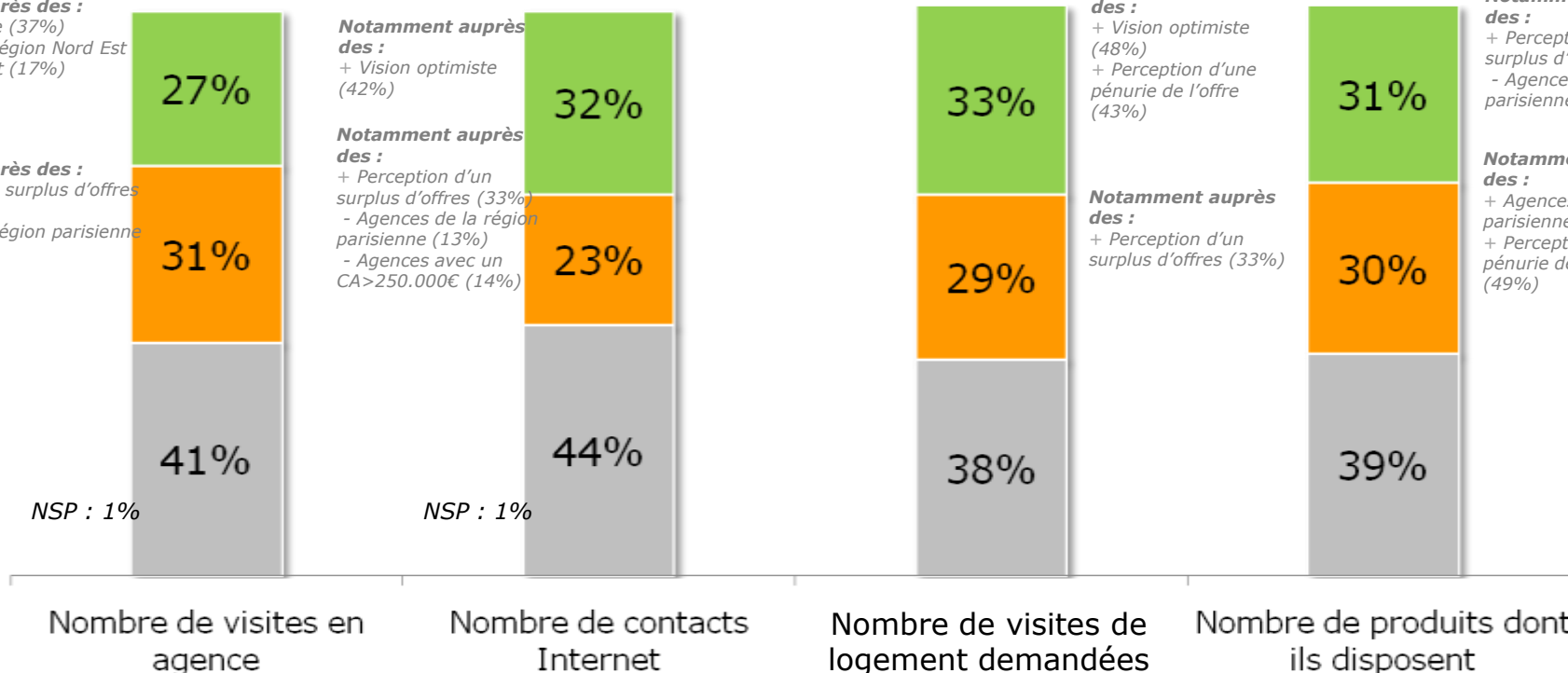
Notamment auprès des :
 + Perception d'un surplus d'offres (33%)
 - Agences de la région parisienne (13%)
 - Agences avec un CA > 250.000€ (14%)

Notamment auprès des :
 + Vision optimiste (48%)
 + Perception d'une pénurie de l'offre (43%)

Notamment auprès des :
 + Perception d'un surplus d'offres (33%)

Notamment auprès des :
 + Perception d'un surplus d'offres (50%)
 - Agences de la région parisienne (11%)

Notamment auprès des :
 + Agences de la région parisienne (52%)
 + Perception d'une pénurie de l'offre (49%)



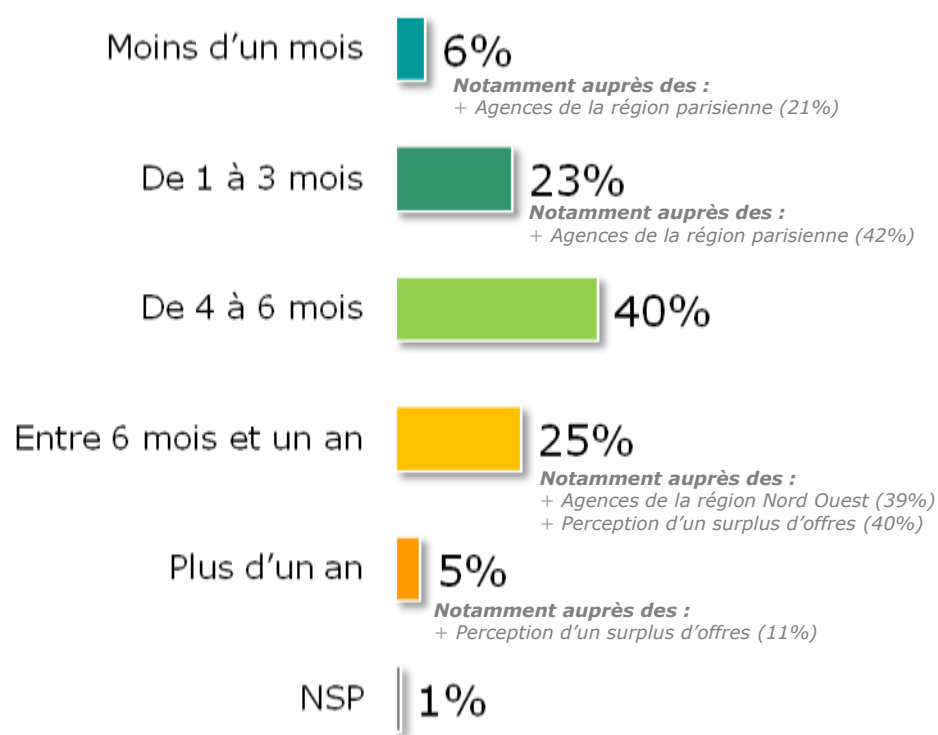


La réalisation d'une vente est perçue comme plus longue, excepté en région parisienne

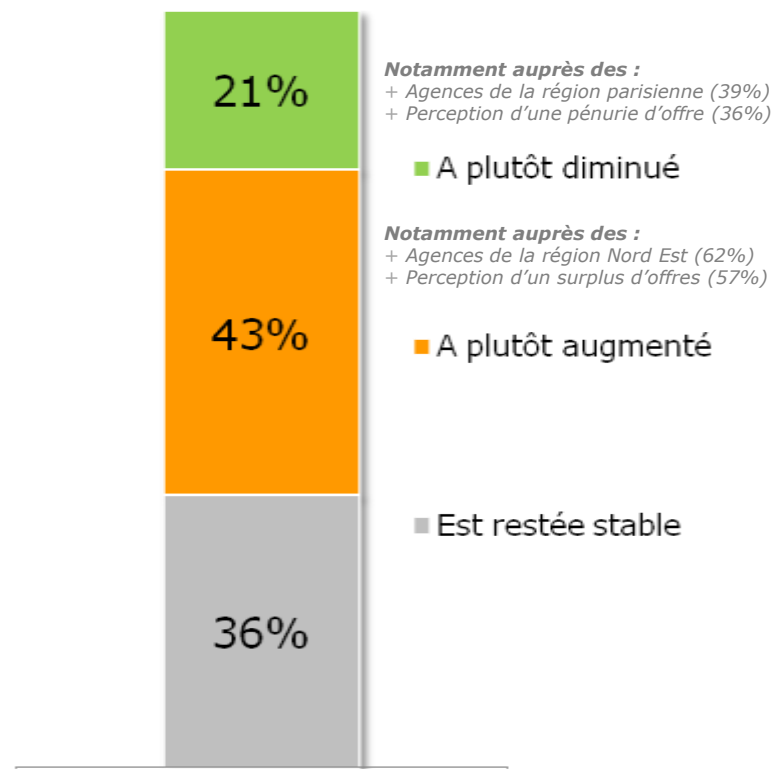
Q.9. Approximativement, quelle est la durée moyenne de réalisation d'une vente, c'est-à-dire de la prise du mandat à la signature du compromis ?

Q.10. Diriez-vous qu'au cours des 6 derniers mois, la durée moyenne de réalisation d'une vente...? Base : ensemble

Durée moyenne de réalisation d'une vente



Evolution de la durée moyenne de réalisation d'une vente



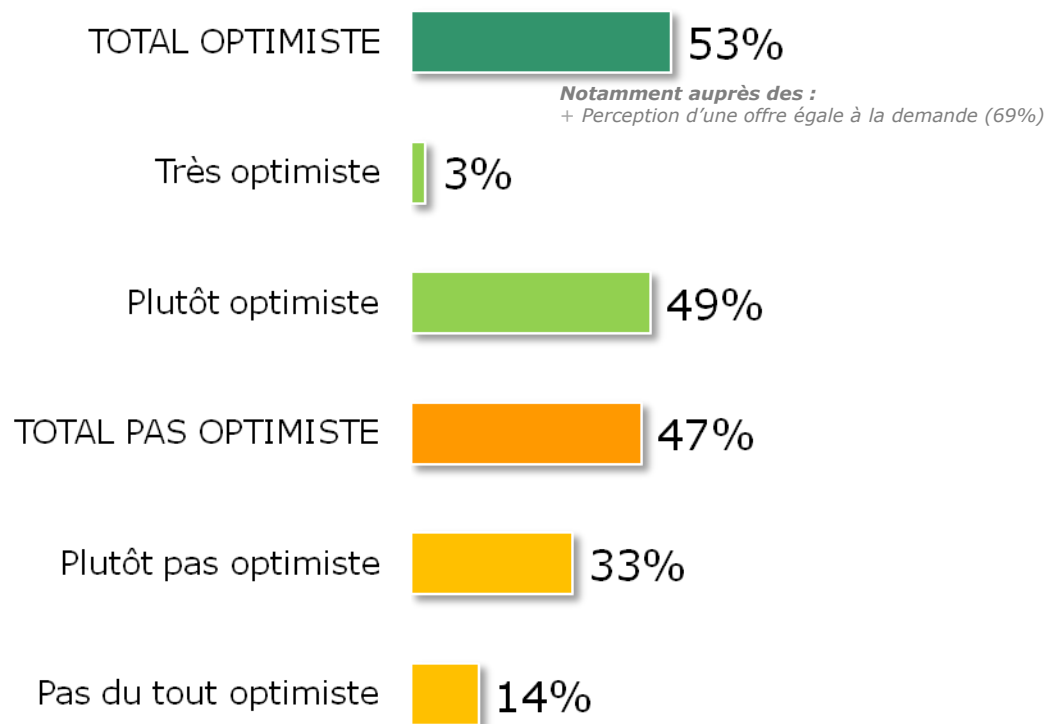


Des perspectives à fin 2010 peu enthousiastes d'après les professionnels

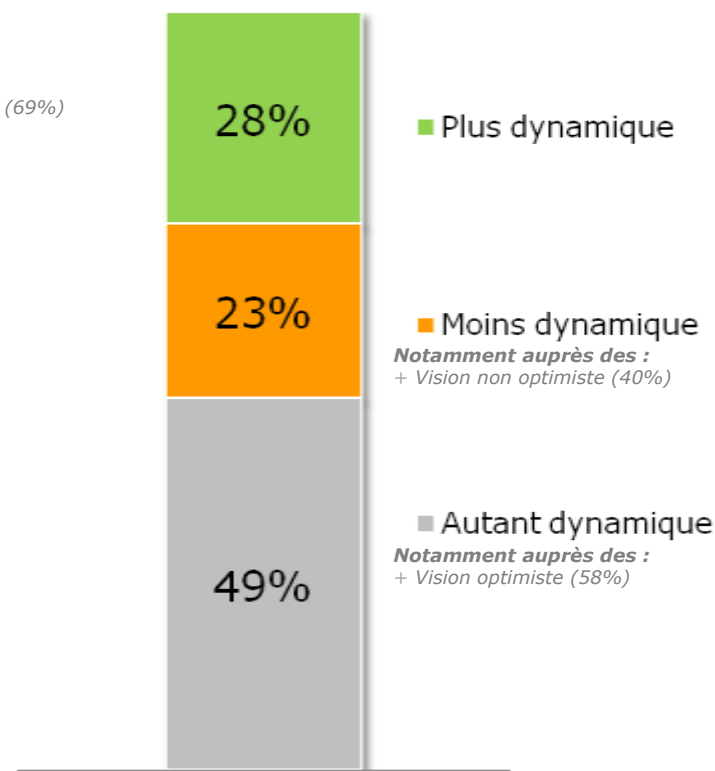
- Q.11. Êtes-vous très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout optimiste concernant votre volume d'activité à fin 2010-début 2011?
 Q.12. Diriez-vous que le marché immobilier devrait être fin 2010-début 2011...

Base : ensemble

Optimisme quant au volume d'activité à venir



Dynamisme du marché immobilier



3

L'offre et la demande

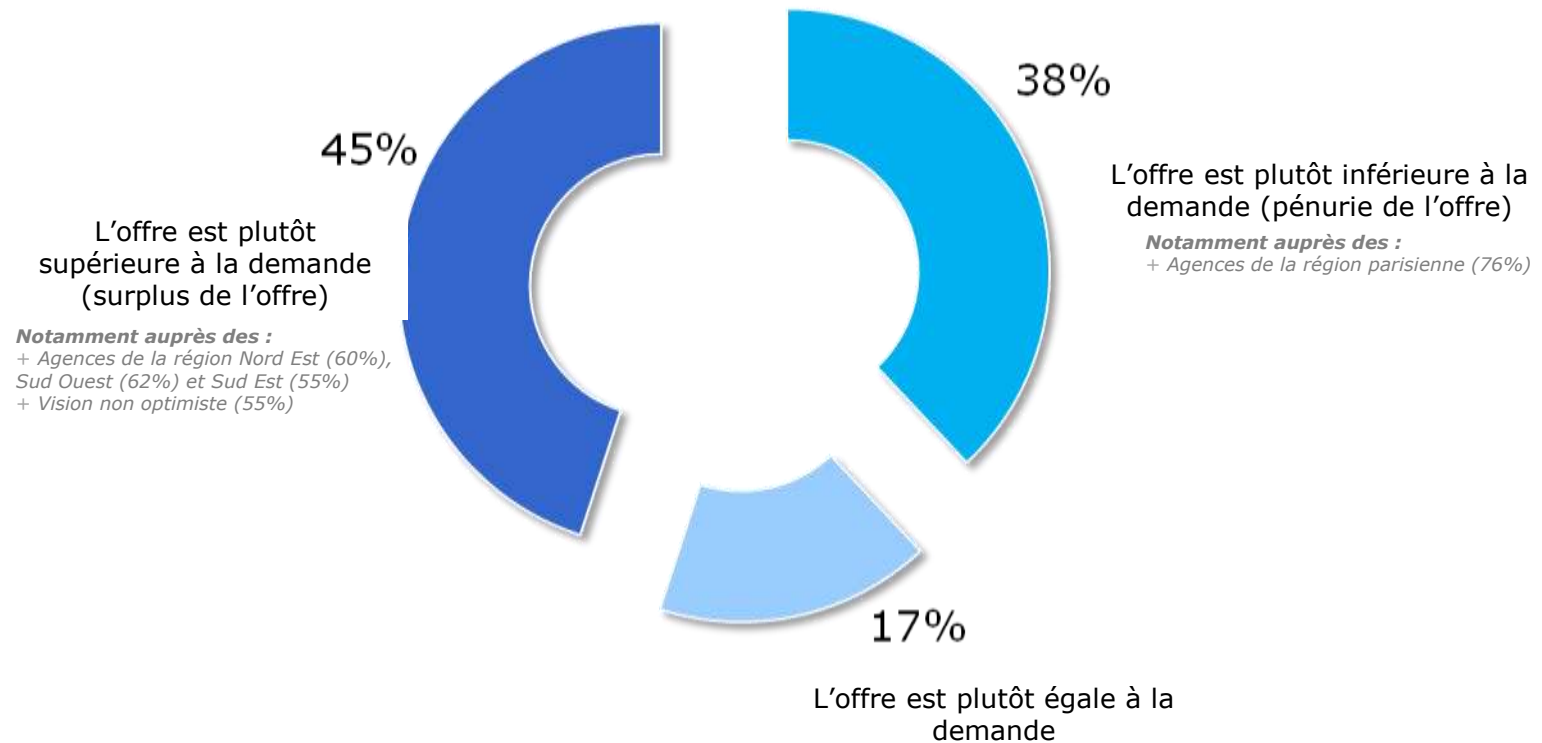
Des déséquilibres persistants



Offre versus demande : des perceptions divergentes selon les régions

Q.4. D'une manière générale, estimez-vous qu'actuellement dans votre périmètre géographique...?

Base : ensemble





Offre versus demande : des perceptions divergentes selon les régions

Q.4. D'une manière générale, estimez-vous qu'actuellement dans votre périmètre géographique...?

Base : ensemble



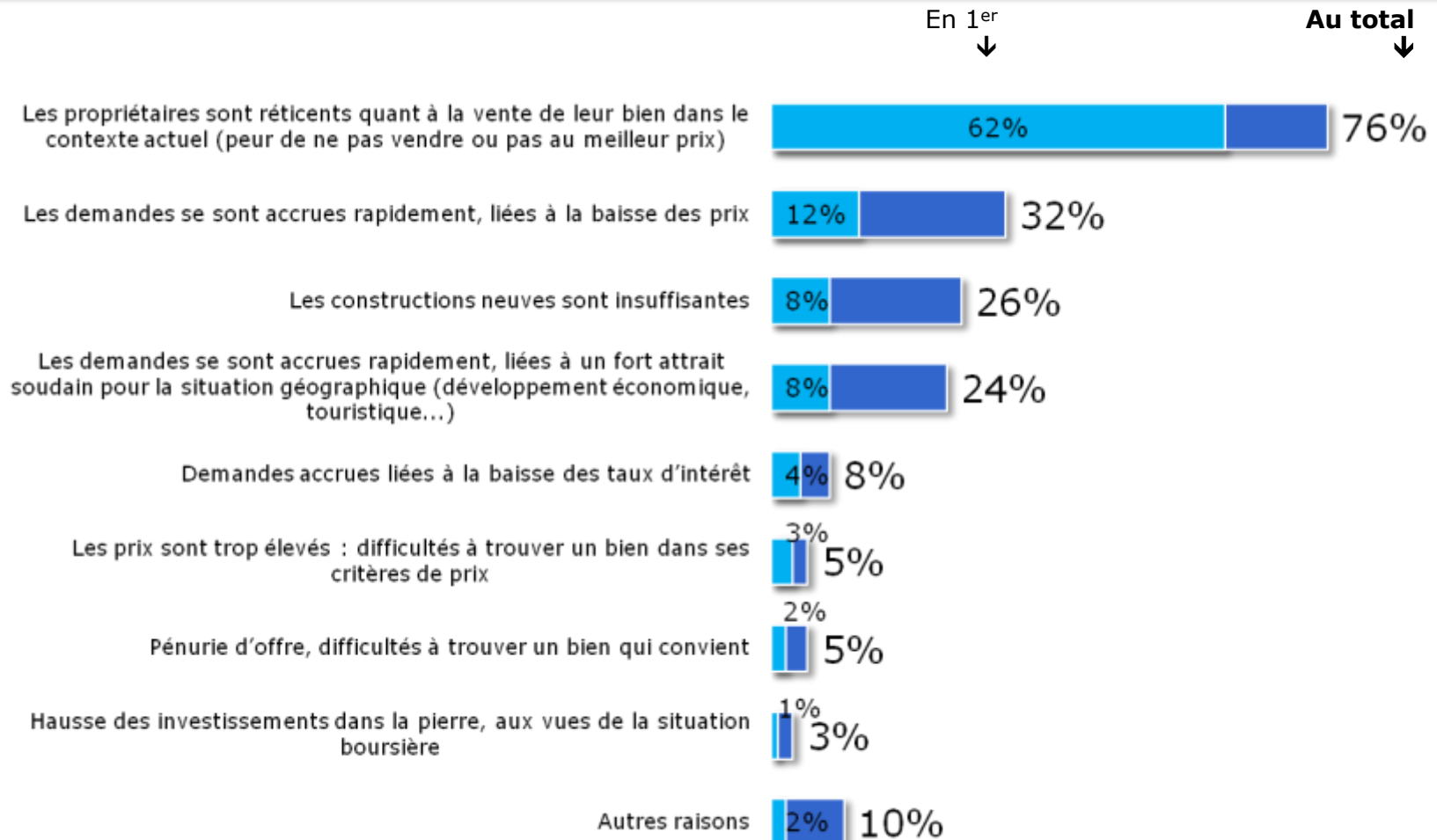
	Total	Région parisienne	Nord Est	Nord Ouest	Sud Ouest	Sud Est
<i>bases</i>	401	104	60	61	60	116
L'offre est plutôt inférieure à la demande (pénurie de l'offre)	38	76 ▲	23 ▼	23 ▼	20 ▼	28 ▼
L'offre est plutôt égale à la demande	17	14	16	20	18	16
L'offre est plutôt supérieure à la demande (surplus de l'offre)	45	10 ▼	60 ▲	55	62 ▲	55 ▲



Le manque d'offre est lié avant tout à la réticence de mettre son bien en vente avec la crainte de ne pouvoir en tirer le prix attendu

Q.5. Globalement, diriez-vous que l'offre est actuellement inférieure à la demande parce que... ? En premier ? Et ensuite ?

Base : répondants déclarant que l'offre est inférieure à la demande = 152

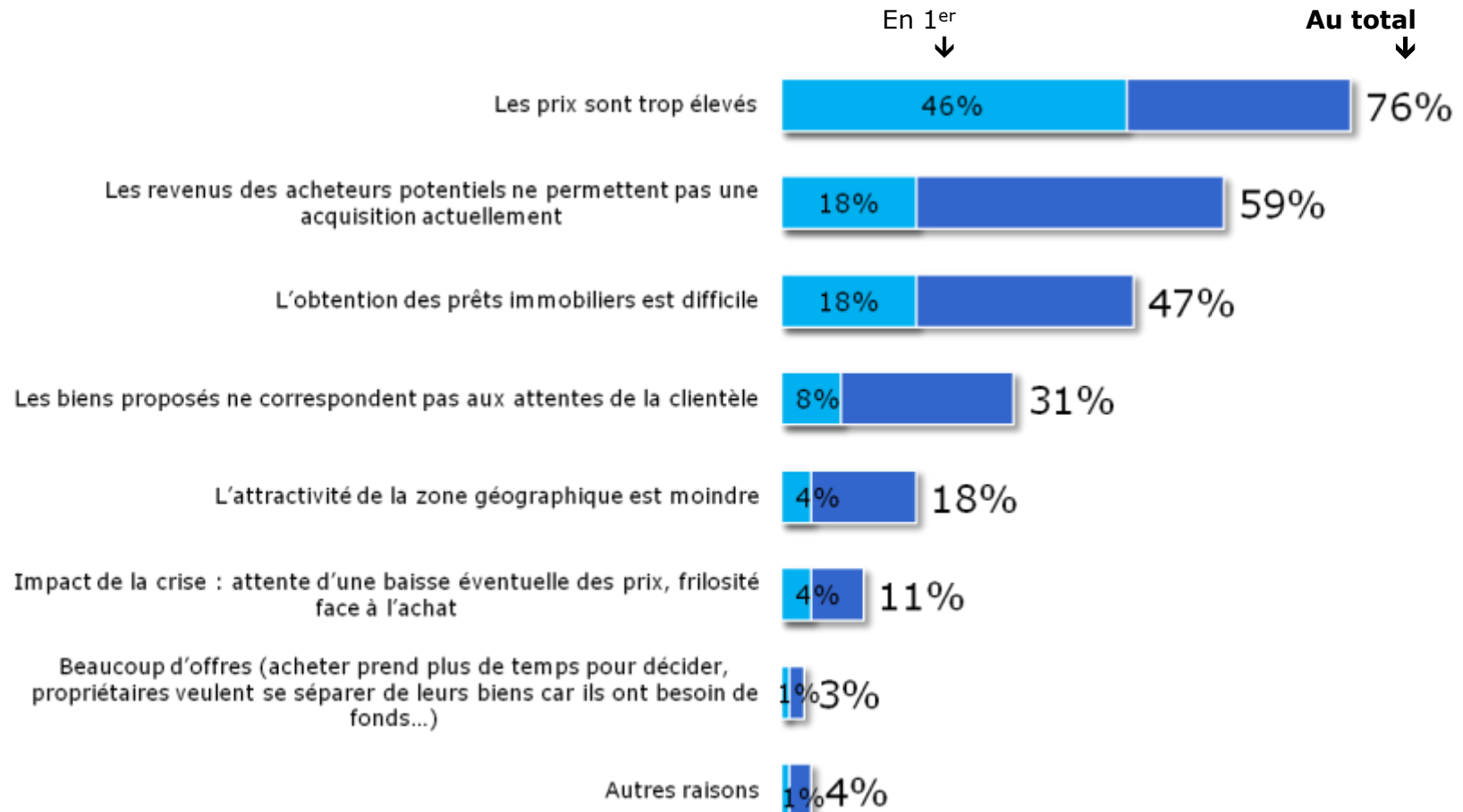




Le niveau de prix des biens et la situation financière actuelle des Français paraissent être les principaux freins de la demande

Q.6. Globalement, diriez-vous que l'offre est actuellement supérieure à la demande parce que... ? En premier ? Et ensuite ?

Base : répondants déclarant que l'offre est supérieure à la demande = 181



4

Les caractéristiques de la clientèle



Les clients se présentant en agence sont de réels acheteurs potentiels

Q.13. Le plus souvent, à quelle échéance vos clients envisagent-ils d'acheter un bien immobilier ?

Base : ensemble

Ils ont l'intention d'acheter un bien immobilier dans les 12 prochains mois



88%

Notamment auprès des :
+ Agences avec un CA > 250.000€ (95%)

Ils ont l'intention d'acheter un bien immobilier dans les 3 ans à venir (mais pas dans l'année)



5%

Ils ne souhaitent pas acheter de bien immobilier dans les 3 ans à venir



6%

NSP : 1%

**93%
d'intentionnistes
parmi la clientèle**

Notamment auprès des :
+ Agences avec un CA > 250.000€ (98%)

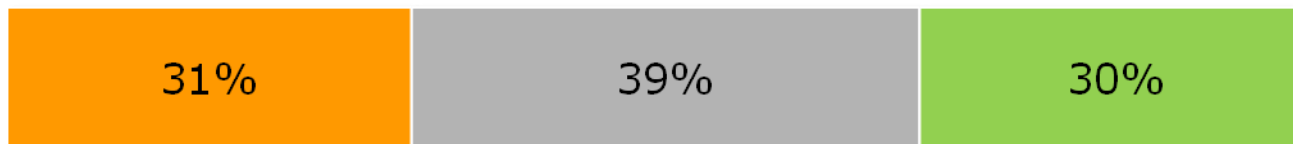


Une détermination de la clientèle qui diffère selon les régions

Q.3. Et diriez-vous que les acheteurs potentiels, c'est-à-dire les personnes se rendant en agence, sont plus, autant ou moins déterminés qu'avant à acquérir un bien immobilier ?

Base : ensemble

■ Moins déterminés qu'avant ■ Autant déterminés qu'avant ■ Plus déterminés qu'avant



Notamment auprès des :

+ Agences de la région Sud Ouest (48%),
Nord Est (49%)
+ Perception d'un surplus de l'offre (49%)

Notamment auprès des :

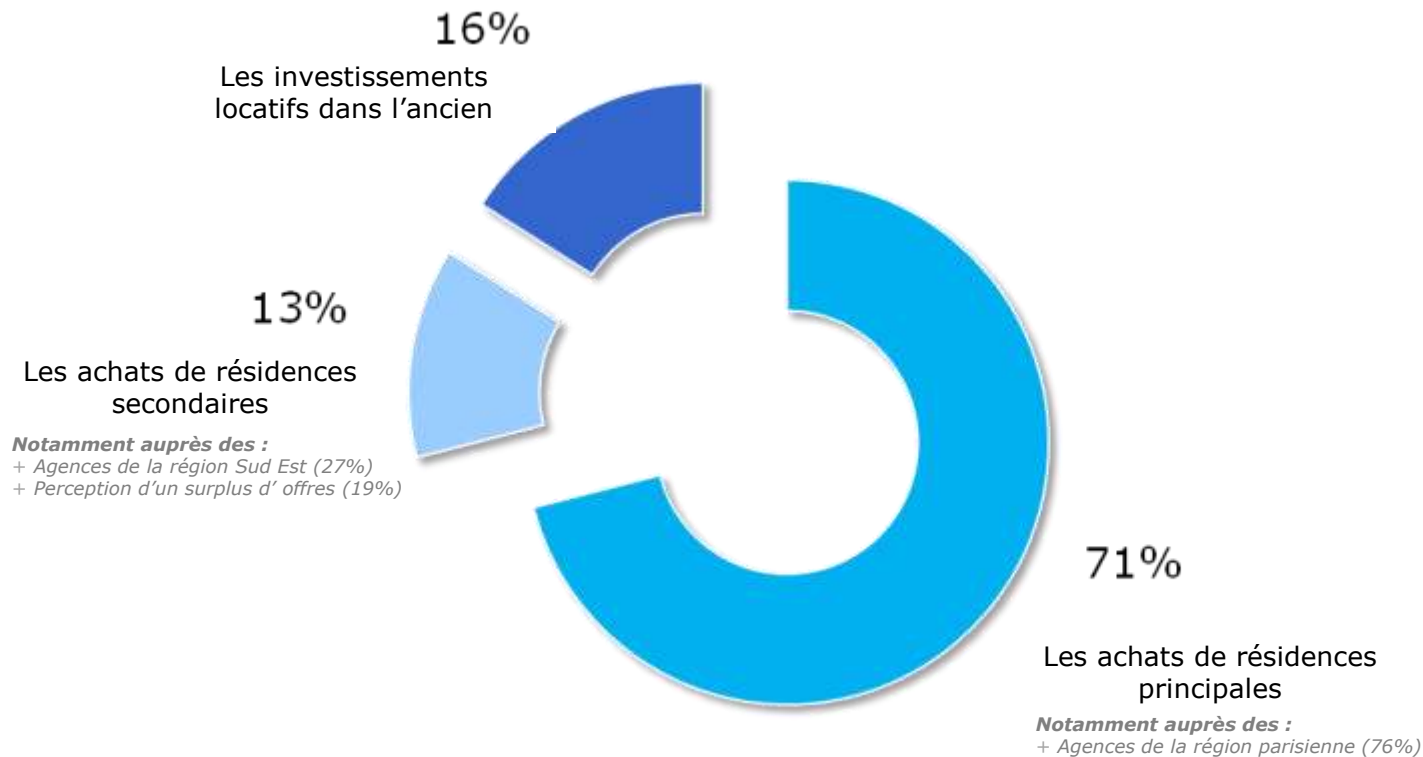
+ Agences de la région parisienne (42%)
+ Vision optimiste (39%)



7 transactions sur 10 concernent des projets d'accession

Q.14. Quelle est la répartition de vos ventes entre résidences principales, secondaires et investissements locatifs dans l'ancien ?

Base : ensemble



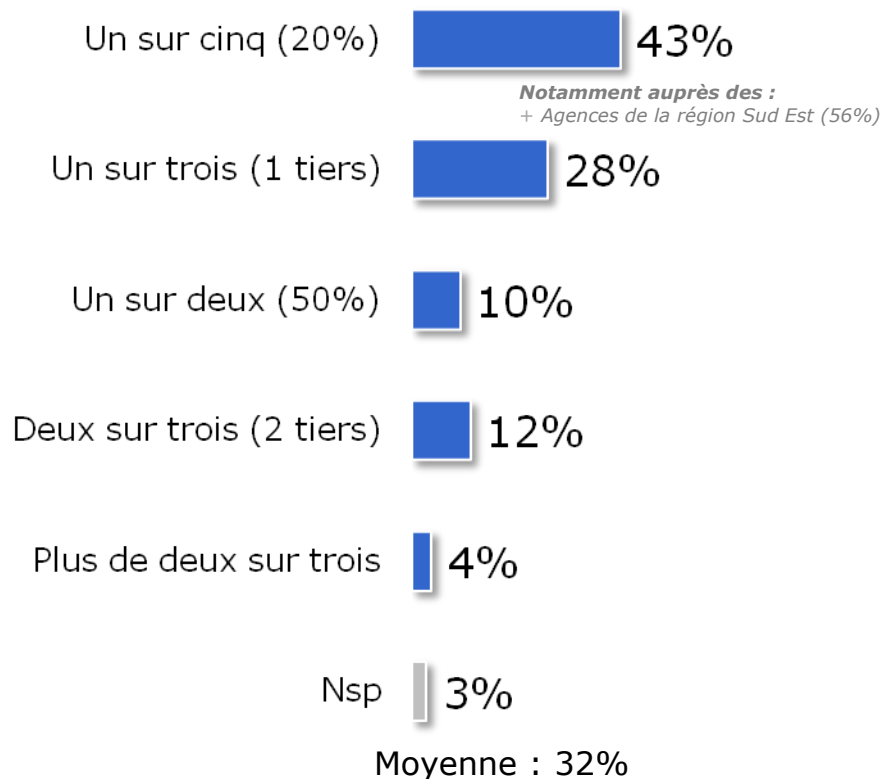


Environ 1 client sur 3 serait primo-accédant, les 2/3 des acheteurs sont âgés de 35 à 45 ans

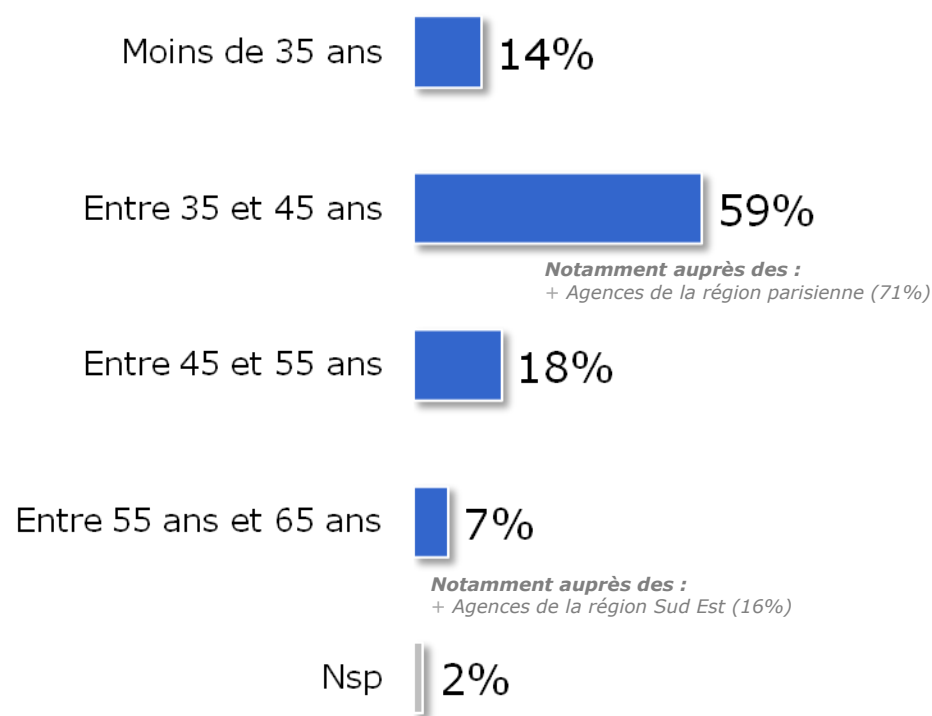
- Q.15. Quelle est la part de vos clients primo-accédants ?
 Q.16. Quel est l'âge moyen des acheteurs que vous rencontrez ?

Base : ensemble

Part des primo-accédants dans la clientèle



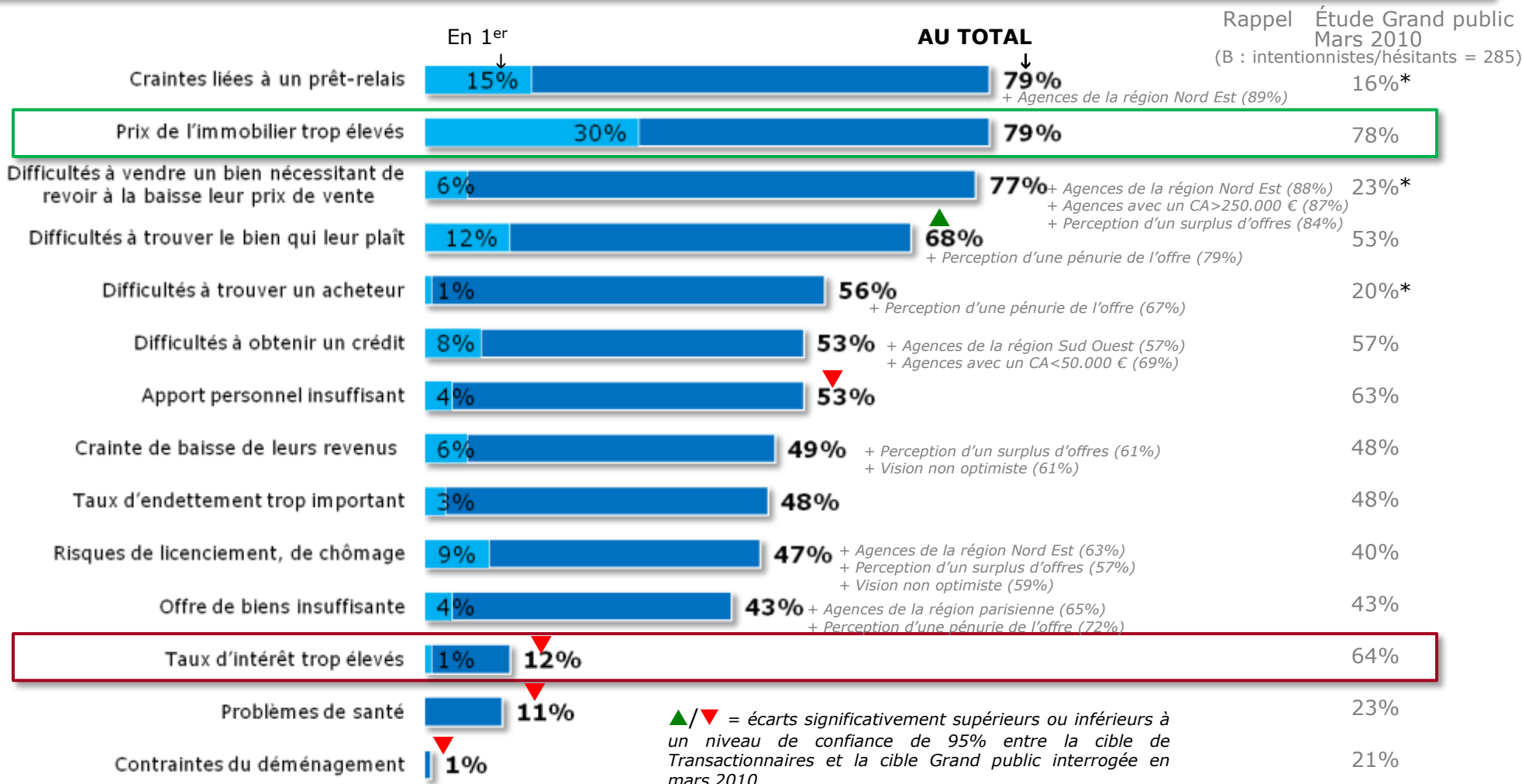
Age moyen des acheteurs rencontrés





Si les professionnels estiment, comme les Français que les prix trop élevés constituent le principal frein à l'achat, ils ne les rejoignent pas sur le niveau trop élevé des taux d'intérêts

Q.18. Globalement, quels sont selon vous les principaux freins à l'achat d'un bien immobilier pour vos clients ? En premier ? Et ensuite ?
Base : ensemble



*items posés uniquement aux propriétaires lors de la vague Grand public – pas de comparaison

Ifop pour FNAIM - Les Français et l'immobilier - Juin 2010 - 23758



5

Les critères de choix



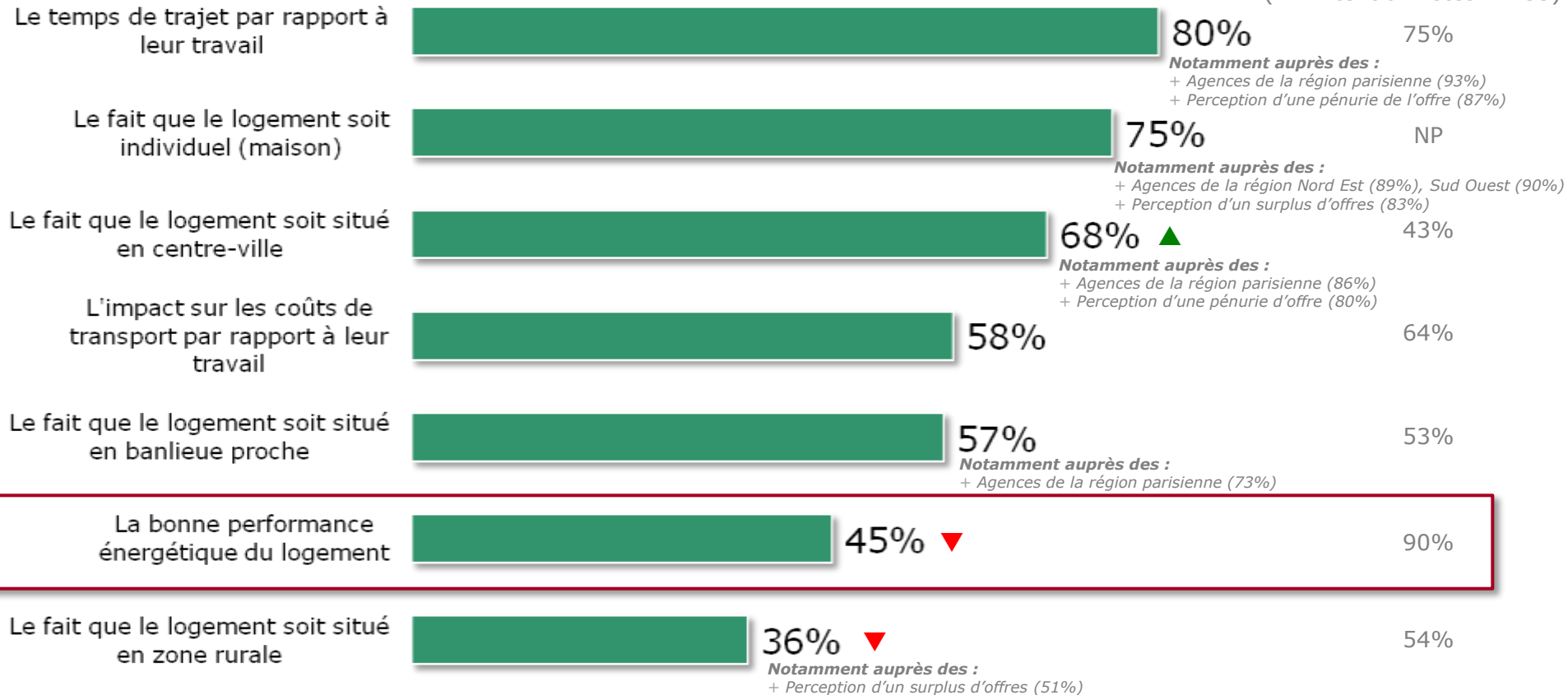
L'importance de la performance énergétique ne semble pas évoquée de manière capitale par les professionnels

Q.17. Pour chacun des critères suivants, veuillez indiquer si selon vous, il s'agit d'un critère de choix très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, dans le cadre du projet d'achat immobilier de vos clients ?

Base : ensemble

Rappel Étude Grand public
Mars 2010
(B : intentionnistes = 133)

TOTAL IMPORTANT



▲/▼ = écarts significativement supérieurs ou inférieurs à un niveau de confiance de 95% entre la cible de Transactionnaires et la cible Grand public interrogée en mars 2010.





L'importance accordée à la performance énergétique d'un logement entre l'opinion déclarée des Français et la perception des professionnels de l'immobilier est en décalage

Q13bis. Face à l'importance grandissante accordée à la performance énergétique, laquelle des 3 propositions suivantes correspond, selon vous, le mieux aux clients que vous rencontrez ?

Rappel
Etude Grand public
Mars 2010
(Base : intentionnistes = 133)

Transactionnaires
Juin 2010
(Base : ensemble = 401)

Prêt à investir davantage pour bénéficier d'un bien présentant une bonne performance énergétique (quitte à réaliser des travaux pour l'améliorer)

46%

Pas prêt à investir davantage pour bénéficier d'un bien présentant une bonne performance énergétique mais **acceptation du retard de l'achat** pour trouver le bien correspondant à ce critère

30%

Pas prêt à retarder l'achat ni à investir davantage pour bénéficier d'un bien présentant une bonne performance énergétique

24%

19% ▼

13% ▼

68% ▲

▲/▼ = écarts significativement supérieurs ou inférieurs à un niveau de confiance de 95% entre la cible de Transactionnaires et la cible Grand public interrogée en mars 2010.

Ifop pour FNAIM - Les Français et l'immobilier - Juin 2010 - 23758



6

Les facteurs de blocage de la baisse des prix

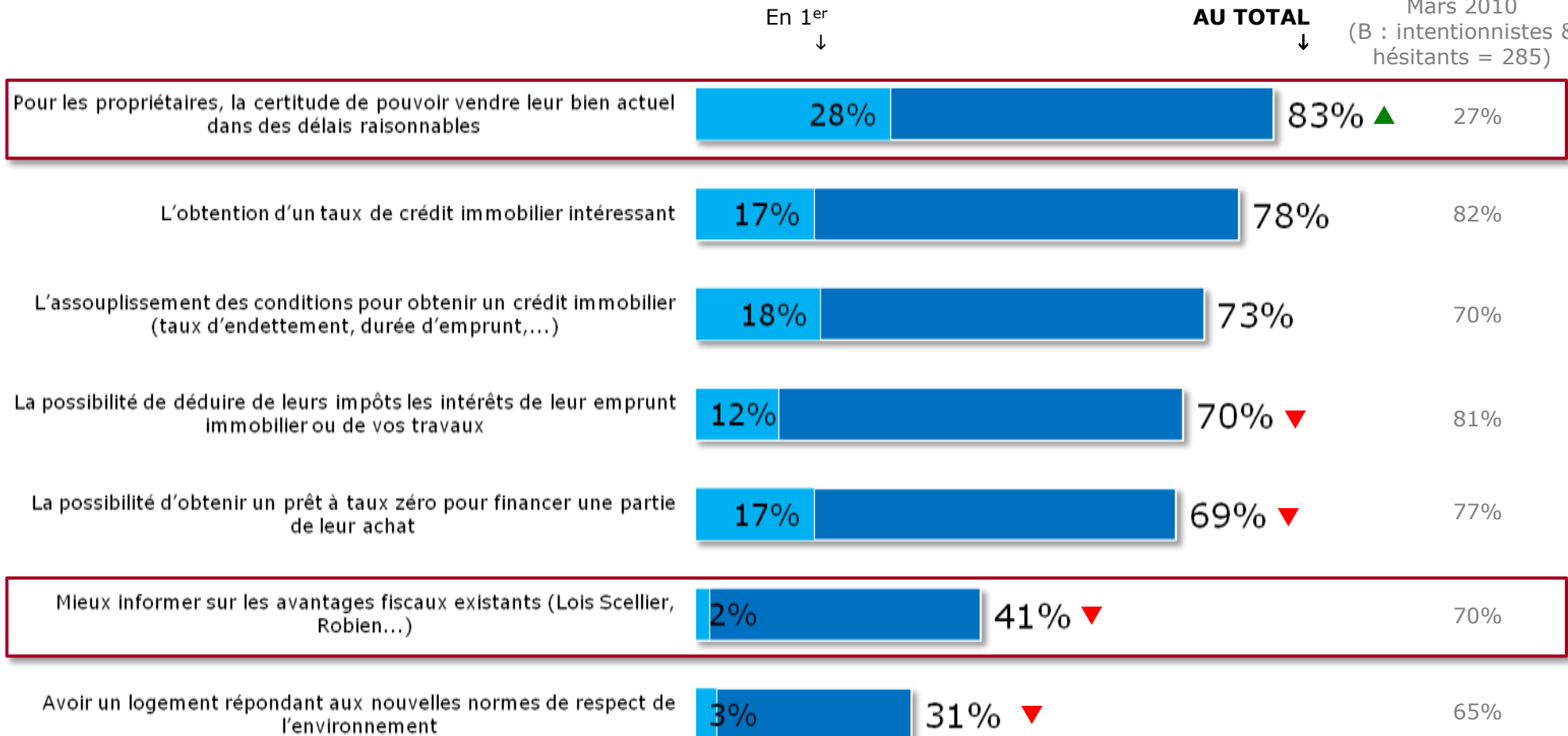


Les attentes des Français pour concrétiser plus rapidement leurs achats différent de la perception des professionnels

Q.20. Et parmi les raisons suivantes, quelles sont toutes celles qui, selon vous, inciteraient vos clients à concrétiser leur achat immobilier plus rapidement ? En premier ? Et ensuite ?

Base : ensemble

Rappel Étude Grand public
Mars 2010
(B : intentionnistes & hésitants = 285)



NSP : 3%

▲/▼ = écarts significativement supérieurs ou inférieurs à un niveau de confiance de 95% **entre la cible de Transactionnaires et la cible Grand public interrogée en mars 2010.**



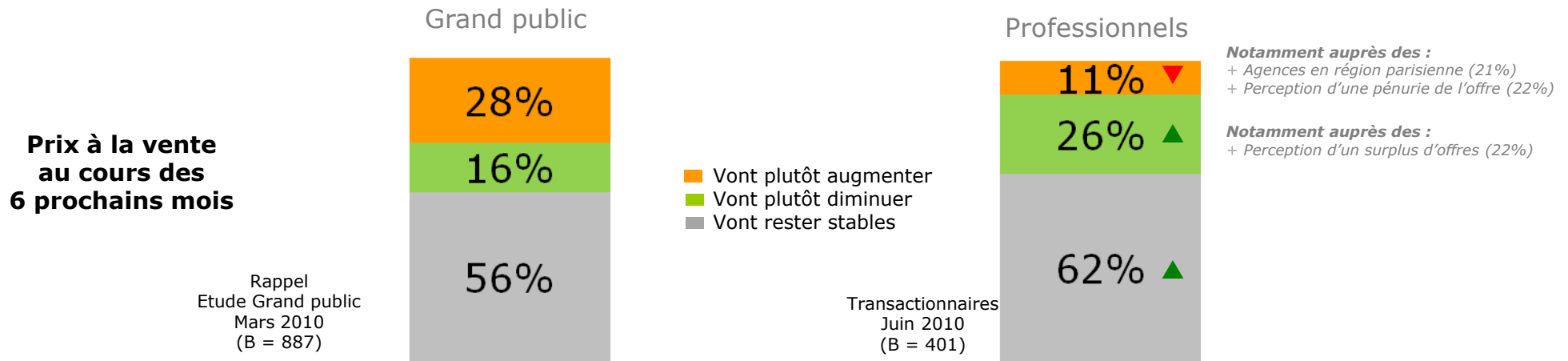


Le marché n'est pas spéculatif

Avez-vous le sentiment qu'au cours des 6 prochains mois, les prix à la vente ...?

Base : ensemble

Indice prix perspective



Indice prix évolution

▲/▼ = écarts significativement supérieurs ou inférieurs à un niveau de confiance de 95% entre la cible de Transactionnaires et la cible Grand public interrogée en mars 2010.



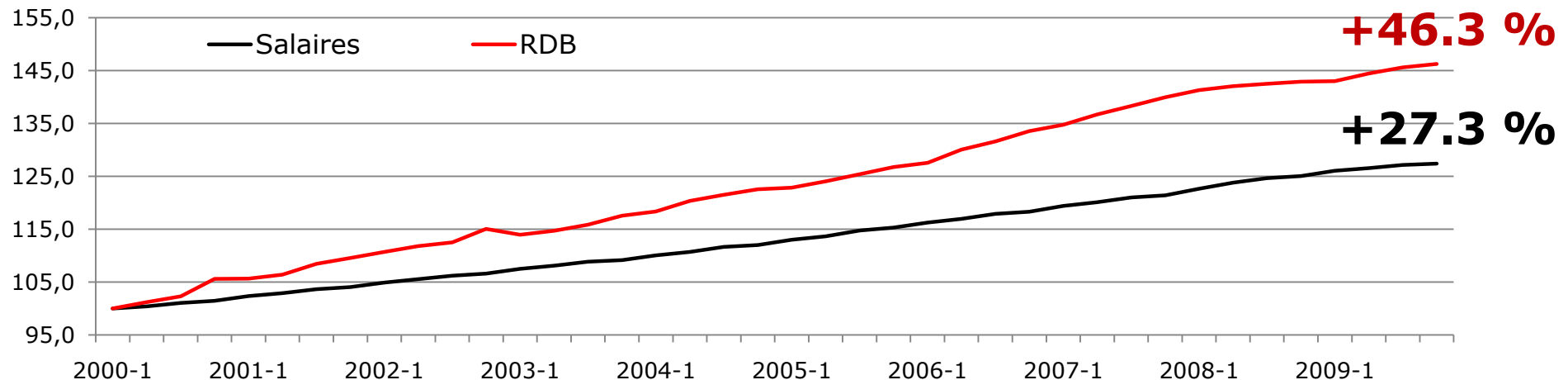
Pourquoi les prix résistent-ils à la baisse ?

Des conditions de crédits toujours extrêmement favorables et des taux historiquement bas, puissants facteurs de soutien de la solvabilité de la demande

	Prix trimestriel (en €/m ²)	Montant opération 70 m ²	Taux d'intérêt (en %)	Durée (en années)	Mensualité (en €)
T1-2000	1 319	92 330	6,50	13,5	858
T2-2010	2 400	168 000	4,00	17,5	1114
Variation	82%	82	- 2,5 points	4 ans	30%

Salaires et revenus des ménages

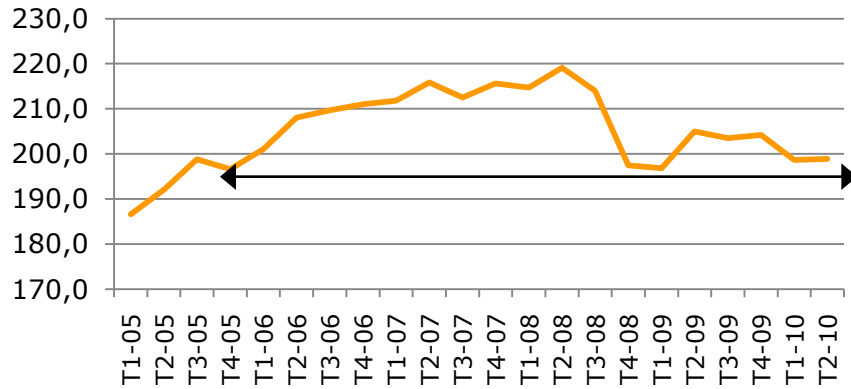
Source : INSEE, Bulletin mensuel des statistiques du travail, DARES
Décembre 2009.



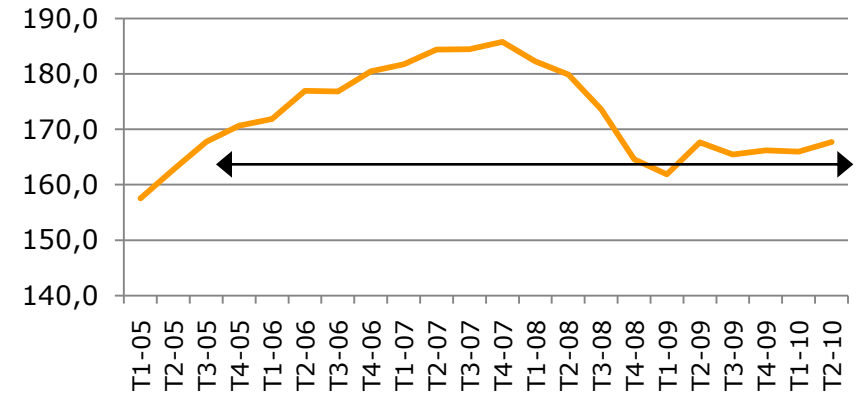
Revenu Disponible Brut RDB = salaires et revenus d'activité + revenus financiers net - impôts directs

Pourquoi les prix résistent-ils à la baisse ?

Indice des prix des appartements

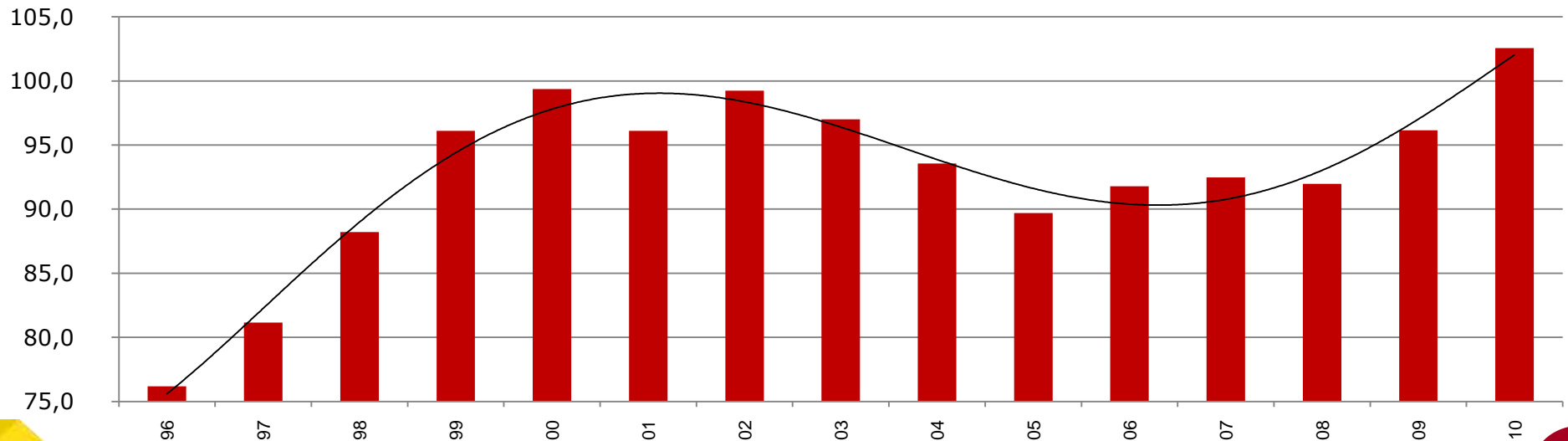


Indice des prix des maisons



C'est le moment d'emprunter !

Indice de solvabilité des ménages



Pourquoi les prix résistent-ils à la baisse ?

Les « pluri-accédants » tirent désormais profit des hausses de prix acquises.

	Prix (en €/m ²)	Opération 70 m ² (en €)	Taux (en %)	Durée (en année)	Annuité (en €)	Capital restant dû (en €)
2000	1 367	95 675	6,7	13,6	10 967	-
2009	2 400	168 000				42174

125 826 €

7

Perspectives

Perspectives

A mi-année 2010, le redémarrage attendu de l'activité semble céder la place au renforcement de **déséquilibres structurels** : la primo-accession recule et de **nouvelles hausses des prix apparaissent sur les zones tendues, entretenues par une demande excédentaire** (et non par des comportements spéculatifs).

Dans ce contexte, il est certain que **le marché de l'ancien ne retrouvera pas plus de fluidité avant plusieurs mois**. Au préalable, **les ménages devront retrouver confiance dans la pierre et prendre conscience qu'il leur est possible de réaliser un projet immobilier**, à l'image des 150 000 accédants qui ont bénéficié d'un prêt à taux zéro dans l'ancien l'an passé !

Perspectives

Dans un contexte économique toujours dégradé (taux de croissance faible, pression du chômage, gonflement du poids des déficits publics, faible progression anticipée du pouvoir d'achat, nouvelle rechute des marchés boursiers), **l'immobilier, valeur refuge, peut retrouver ses lettres de noblesse.**

Et cela, plus tôt qu'espéré, **grâce à un nouveau coup de pouce des pouvoirs publics**, comme ce fut le cas en 1998 avec la baisse des droits de mutation qui a accompagné le redémarrage de l'activité, ou encore en 2007, avec la déduction des intérêts d'emprunts qui a redonné confiance au marché, alors que beaucoup s'accordaient à dire qu'il était à l'aube d'un retournement brutal...

Réforme des aides à l'accession

A l'appui du débat d'orientation budgétaire qui s'ouvre à l'Assemblée Nationale, le rapporteur général de la Commission des Finances, Gilles CARREZ, dans son rapport d'information sur l'application des mesures fiscales contenues dans les Lois de Finances, revient sur le dispositif du crédit d'impôt TEPA sur les intérêts d'emprunts et sur le prêt à taux zéro.

Dans un contexte de rigueur budgétaire, il propose de fusionner ces deux avantages en un dispositif unique réservé exclusivement à l'accession de logements BBC dans le neuf !

Si cette idée devait être retenue, quelle réponse le Gouvernement apportera-t-il aux ménages qui souhaitent accéder à la propriété dans l'ancien ?

Il faut rappeler que le prêt à taux zéro dans l'ancien participe à l'objectif d'une France de propriétaires, grâce au développement des parcours d'accession sociale. En 2009, ce sont 150 000 ménages modestes qui ont bénéficié d'un Prêt à Taux Zéro dans l'ancien, et notamment dans les zones tendues avec 80% des prêts distribués en zone A.

Plus généralement, tant que le problème de l'insuffisance de l'offre foncière ne sera pas résolu, orienter l'aide à l'accession sur le neuf et restreindre le choix de la localisation du lieu de résidence des ménages, serait une grave erreur. Dans les zones les plus tendues, où la production neuve ne satisfait pas la demande, il est plus que jamais nécessaire de privilégier l'ancien.

La FNAIM compte vivement sur le soutien de Benoist APPARU pour l'aider à convaincre les parlementaires de cette nécessité. Car elle ne pourra pas accepter que l'ancien soit, une fois de plus, le parent pauvre d'une nouvelle réforme.

8

Annexes

La formation des prix des logements anciens

Les apports de la théorie des prix hédoniques

par Nicolas Thouvenin

Comment déterminer le prix d'un logement ancien? D'un point de vue consumériste, c'est l'éternel débat entre le vendeur qui veut vendre au plus cher et l'acheteur qui veut acheter au plus bas... un bien d'exception idéalement situé. Au quotidien, c'est le rôle du professionnel de l'immobilier qui doit concilier les intérêts des vendeurs et des acheteurs pour garantir la réalisation des transactions.

En pratique, devant la multiplicité des sources et des méthodologies disponibles, c'est une œuvre de pédagogie qui s'impose pour rendre compte de la réalité des marchés. C'est l'objectif assigné à cet ouvrage : présenter une analyse de l'évolution des principaux résultats de la théorie des prix hédoniques appliquée à la formation des prix des logements anciens afin d'ouvrir les débats qu'elle suscite sur les déterminants des prix des logements, les questions relatives à la segmentation des marchés, la représentation des méthodes d'estimation ou encore les problèmes que la collecte des données pose dans sa mise en œuvre. Cet ouvrage permet de souligner les limites de ces résultats et de remettre en cause, entre autres, l'intérêt des indices de prix hédoniques. En s'appuyant sur les données de la Fédération Nationale de l'Immobilier (FNAIM), il fournit également aux acteurs de l'immobilier les bases du développement d'outils d'aide à la décision utiles à la lecture statistique et économique du marché.

Nicolas Thouvenin, Docteur en Sciences Économiques, titulaire d'un Master de modélisation appliquée à l'économie et à la gestion.

Prix de vente : 18,90 €



9 782810 611232

ISBN : 9782810611232

BOD
Books on Demand

La formation des prix des logements anciens
Les apports de la théorie des prix hédoniques

Nicolas Thouvenin

La formation des prix des logements anciens

Les apports de la théorie des prix hédoniques

Préface de René Pallincourt,
Président de la FNAIM

par Nicolas Thouvenin

Au cours des dix dernières années, l'essor des nouvelles technologies et la baisse des coûts liés à l'informatisation des processus auront permis de développer des bases de données immobilières très riches et très utiles pour parfaire la transparence du marché au travers de la connaissance des prix. Toutefois, dans la multiplicité des sources disponibles et face à la profusion des indicateurs, le ménage profane peut s'y perdre ! Cas d'école en phase de retournement du marché : une baisse des prix des transactions enregistrée à la signature des compromis ne peut pas être observée par les portails d'annonces et ne le sera que quelques mois plus tard à la signature de l'acte. Plus encore, la seule connaissance du prix au mètre carré qui caractérise un quartier est insuffisante, car elle ne permet pas d'expliquer les différences de prix observées pour des biens a priori comparables. Une œuvre de pédagogie doit donc précéder l'analyse.

C'est justement l'objet de cet ouvrage qui a pour objectif la recherche d'une modélisation opérationnelle des prix des logements anciens. Dans une démarche logique et pédagogique, il propose de parcourir l'ensemble de la littérature consacrée à la théorie des prix hédoniques, véritable pilier de la recherche économique appliquée à l'étude des prix des biens hétérogènes, et dont le logement constitue une sorte d'archétype. Considérant que les biens ne sont pas désirés pour eux-mêmes mais pour les services qu'ils rendent, la théorie des prix hédoniques propose, en effet, d'estimer le prix d'un bien à partir de ses caractéristiques et d'en inférer les comportements des ménages.

En découvrant les méthodes économétriques et les modèles mathématiques adossés à la théorie des prix hédoniques, les lecteurs initiés, économiste, statisticien ou informaticien, seront encouragés à tirer profit des bases méthodologiques et des principes rigoureux d'expertise des bases de données présentés. Ils pourront ainsi transposer les modèles théoriques et mettre en œuvre, par exemple, au service des acteurs de l'immobilier, l'approche retenue pour conseiller la clientèle qui se présente en agence à la recherche d'un logement et positionner les offres de prix lors des prises de mandat par les professionnels. Le lecteur non initié, quant à lui, privilégiera sans aucun doute les apports empiriques et les conclusions opérationnelles de cet ouvrage. Entre abstraction et réalité, il appréciera, entre autres, ce qui se cache derrière les méthodes de construction des indices de prix et trouvera une justification du bien-fondé des estimations.

Au delà, les développements de cet ouvrage conduits dans le prisme de la théorie des prix hédoniques s'avèreront utiles aux investisseurs, bien sûr, mais aussi aux décideurs, dès lors qu'ils permettront de définir une lecture économique et statistique du marché dépassant les difficultés à maîtriser complètement l'hétérogénéité des marchés et des territoires. Toutefois, si les techniques d'évaluation sur lesquelles repose la théorie des prix hédoniques comportent intrinsèquement une valeur incertaine, à l'échelle de l'estimation de la valeur d'un logement donné, les professionnels de l'immobilier se doivent d'en évoquer les limites : les statistiques de prix ne sauront jamais remplacer leur propre connaissance du marché, telle celle qu'ils appréhendent, chaque jour, pour concilier les intérêts des vendeurs et des acheteurs. La statistique est un métier ; l'immobilier aussi, il ne faut pas oublier !



Objectifs et indicateurs de suivi de l'étude

- ☉ **Mesurer la perception des professionnels à l'égard du marché immobilier à partir d'un ensemble d'indicateurs :**
 - ↳ satisfaction de l'activité du marché « vente »
 - ↳ évolution du nombre de contacts et de leur détermination
 - ↳ perception de l'offre par rapport à la demande
 - ↳ évolution des prix au cours des 6 derniers mois et des perspectives de leur évolution au cours des 6 prochains mois
 - ↳ état des lieux et évolution de la durée moyenne de réalisation d'une vente
 - ↳ optimisme quant au volume et au dynamisme de l'activité pour les mois à venir

- ☉ **Apprécier les éléments déterminants dans la décision d'acte d'achat et les caractéristiques de la clientèle :**
 - ↳ intentions et objectifs d'achat à plus ou moins long terme
 - ↳ profil des acheteurs rencontrés
 - ↳ critères de choix d'un bien immobilier, notamment l'impact de la performance énergétique du bien immobilier
 - ↳ motifs d'achats
 - ↳ freins à l'achat et solutions pour déclencher la réalisation de projets.



Méthodologie



Pour cette étude, un **échantillon 401 Transactionnaires FNAIM** a été interrogé, à partir d'un fichier FNAIM. La représentativité de l'échantillon a été assurée sur les critères de la région d'appartenance et du volume de chiffre d'affaires réalisé.



Mode de recueil : Les interviews ont eu lieu par **téléphone**, via le terrain téléphone de l'Ifop



Dates du terrain : du **11 au 16 juin 2010**

Notes de lecture

▲ / ▼ = *écarts significativement supérieurs ou inférieurs à un niveau de confiance de 95% **entre la cible de Transactionnaires et la cible Grand public interrogée en mars 2010.***

En d'autres termes, il y a 95% de chances que l'écart constaté ne soit pas dû au hasard mais à une réelle différence d'attitude ou de comportement.



* *Attention, base faible*

Indication Base faible < 50 interviews

Pour plus d'informations :

Nicolas THOUVENIN, Directeur Général
01 44 20 77 50 – nthouvenin@fnaim.fr

Contacts presse :

Sylvie TIMMERMAN, Directeur du Marketing et de la Communication,
01 44 20 77 25 - stimmerman@fnaim.fr

Document réalisé par le service des études économiques de la FNAIM

Directeur de la publication : René PALLINCOURT, Président Fédéral

Tous droits de reproduction interdits, sauf accord de la FNAIM

Fédération Nationale de l'immobilier

129 rue du Faubourg Saint-Honoré

75407 Paris Cedex 08

Tel. : 01 44 20 77 00 – Fax : 01 42 25 80 84

www.fnaim.fr