



Résultats d'étude

**L'ACCESSION INTERMEDIAIRE par in'li**

**Quelle perception des salariés des classes moyennes franciliennes pour les modèles proposés par in'li :  
LOAI, Indivision, Acquisition progressive**



**Groupe ActionLogement**

14/09/2020

# Contexte et objectifs du projet





## Contexte et objectifs

Vous envisagez de commercialiser une nouvelle offre, la LOAI  
Vous avez également envisagé 2 autres concepts : L'Indivision et  
l'Acquisition Progressive.

**La première tranche du projet (entretiens quali + étude quanti)  
avait pour objectifs :**

- Définir le potentiel des offres
- Tester, enrichir les offres
- Détecter les leviers de communication :
- Apporter des éléments de perception d'In'Li



# Dispositif Qualitatif – Tranche 1

Entretiens à Paris / RP. Particuliers ayant un projet d'achat et rencontrant des difficultés pour le faire ou devant faire des concessions. 27 à 40 ans, mix de structures familiales. Revenus : tranches LI.

1

12 entretiens en face à face de 50 mn

2

**En itératif : Bulletin Board**

3

**Avec les mêmes participants, bilan à froid 1 semaine après avoir réfléchi à la proposition**



# Etude en ligne sur panel auprès des locataires et demandeurs éligibles

**Collecte de données sur la base des locataires éligibles et à potentiel d'éligibilité à 2/5 ans**

**Questionnaire de 10 à 12 minutes, administré en ligne**

- Questions fermées (simples, multiples, hiérarchisation)
- Intégration graphique si nécessaire (tableau de simulation)
- Relance sur non-répondants et sur abandonnistes (à partir de la dernière question traitée)

# Principaux enseignements



# Des modèles innovants qui lèvent des blocages sur le marché de l'acquisition immobilière

## Un intérêt fort pour les modèles d'acquisition présentés sur un marché qui n'offre pas d'alternatives

Modèles facilitateurs **pour les répondants envisageant l'acquisition** (que 10% intéressés par aucun modèle).  
Et **déclencheurs pour ceux qui n'envisagent pas l'acquisition** (+souvent : raisons financières)

- Parmi eux, 68% se positionnent sur l'une des offres et 32% aucune
- **Le bénéfice des modèles vs le marché classique explique le fait de pouvoir se retrouver dans tous.**

## Le caractère peu segmentant des offres ne doit pas masquer la logique de gamme

- Le profil des répondants intéressés est assez homogène quel que soit le modèle considéré.
- Mais préférer un modèle tient à des variables structurantes et notamment l'échéance d'acquisition.
- **Chaque offre se positionne à un moment du parcours immobilier, un des clés d'entrée permettant à In'Li de positionner les offres entre elles, vs les attentes et caractéristiques des prospects.**

# Des insights et bénéfices sur lesquels communiquer

## L'acquisition : un acte très impliquant, les offres rassurent

- **La LOAI** : le modèle le plus choisi mais aussi le mieux compris.
    - **L'insight pour les moins matures** : le projet devient réalité, il s'inscrit dans un cadre précis tout en garantissant la liberté d'en sortir. **Bénéfices prioritaires** : test du logement et prix de marché bloqué.
  - **L'Indivision** : moins choisi mais aussi moins compris et le terme Indivision freine.
    - **L'insight pour les plus matures** : un coup de pouce qui facilite et accélère l'achat. **Bénéfices : prioritaires** : réduire l'emprunt, liberté, personnalisation.
  - **L'Acquisition Progressive** : modèle assez bien compris.
    - **Insight** : le modèle semble cibler des personnes pour qui le projet d'achat n'est pas encore un enjeu certain. L'AP est plus perçue comme un placement. **Bénéfices prioritaires** : souplesse, 7% acquis sans crédit accès à un logement neuf.
- **Pour les 3 offres, des précisions à apporter, pour favoriser projection et appropriation .**

# Le déploiement de nouveaux modèles d'acquisition correspond à un territoire de marque à préempter

## Une opportunité de positionnement concurrentiel

- Par rapport à l'achat, des freins liés à l'engagement et au sentiment de non retour.
- La notoriété et les valeurs de marque comprenant les engagements et garanties seront importants.

Achat très impliquant



- Ceci est d'autant plus important que les modèles sont innovants
- « *J'aime bien quand même avoir le recul, pas essayer les plâtres* »

Innovation



- In'Li apparaît comme innovant, bon moment de construire une image différenciante par rapport à une concurrence qui pourrait arriver et dans un contexte de changement du modèle de commercialisation

Marché



# Détail des résultats

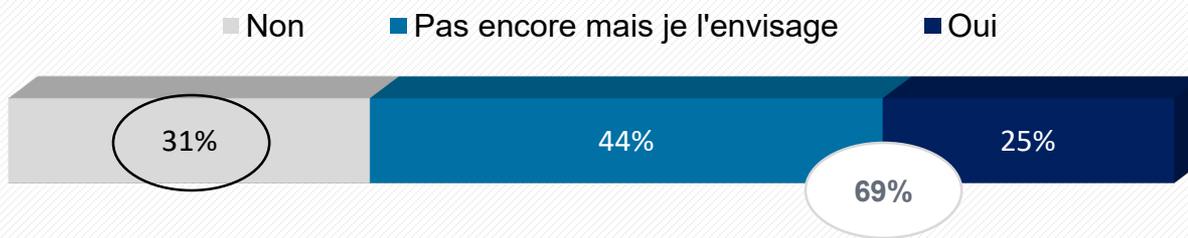


# 01 Position par rapport à l'acquisition et profils des cibles



# 69% des répondants envisagent devenir propriétaires

Envisagez-vous de devenir propriétaire de votre résidence principale ? (Avant présentation des offres)



## **Données de marché comparatives.**

### **Chiffres issus de l'étude annuelle menée par Opinion Way pour Artemis Courtage (2020) :**

- 90% des français considèrent que c'est « essentiel ou important » d'être propriétaire de son logement, dont 48% qui considèrent que c'est essentiel.
- Et si 74% estiment que le niveau de revenu est un frein à l'acquisition, 51% considèrent qu'il est facile de devenir propriétaire d'un bien immobilier dans sa commune.

### **La Chambre des Notaires observe de son côté (Harris 2020) :**

- « L'achat immobilier est, pour plus de 70 % d'entre eux, l'objectif d'une vie ».
- Cependant, parmi les non propriétaires, « 48 % déclarent avoir fait le choix d'être locataire ».

# Une attractivité forte pour l'acquisition immobilière freinée par les moyens financiers et sans solutions alternatives sur le marché

69%

## **Forte appétence pour l'acquisition immobilière**

- 69% envisagent d'acquérir une résidence principale dont :
  - 50% dans 2 ans ou moins
  - 50% dans 2 ans ou plus

74%

## **Mais des possibilités parfois limitées**

- 74% des répondants qui n'envisagent pas d'acquisition (soit 31%), citent des raisons financières : 48% « pas les moyens », 26% « pas d'apport »

21%

## **Une faible connaissance d'offres alternatives**

- 21% des répondants déclarent connaître des solutions d'accession hors crédit bancaire (héritage, legs, viager...)
- 65% considèrent qu'un crédit bancaire est indispensable
- 51% qu'un apport personnel est indispensable

# 31% n'envisagent pas d'acquérir pour des raisons financières

48%

**Estiment ne pas avoir les moyens.**

26%

**Ne disposent pas d'apport** (surreprésentés vs la moyenne)

- Ne pensent pas pouvoir en avoir d'ici 5 ans, 54% vs 27% en moyenne
- Pensent que l'apport est indispensable (61% vs 51% en moyenne)
- Salaire : + souvent un fixe seulement (76% vs 61% en moyenne)
- Pas d'évolution prévue de leur rémunération (64% vs 38% en moyenne)

63%

**Locataires plus anciens** (63% vs 46% en moyenne occupant depuis plus de 5 ans)

- Surreprésentés dans le logement social (30% vs 23% en moyenne).
- Plus âgés que la moyenne, moins célibataires (34% vs 41% en moyenne)
- Pas d'évolution de structure familiale à 2/3 ans (83% vs 64% en moyenne)

# Synthèse profil des cibles (zones de surreprésentation significatives)

Les cibles à plus fort potentiel se positionnent plus dans l'acquisition

## Envisagez-vous de devenir propriétaire de votre résidence principale ?

	Non 31%	Je l'envisage 44%	Oui 25%
<b>APPORT existant ou potentiel</b>	non	envisagé	existant
<b>Type (fixe/variable) de REMUNERATION</b>	fixe	fixe & variable	
<b>Potentiel d'évolution de la REMUNERATION</b>	faible	significatif et attendu	
<b>Evolution attendue SITUATION FAMILIALE</b>	non	oui (enfant)	
<b>Ancienneté OCCUPATION</b>	5 ans et plus	moins de 5 ans	
<b>Type de LOGEMENT</b>	social	marché libre	
<b>AGE</b>	40 et plus	25 à 35 ans	

# L'acquisition dans le neuf est privilégiée

35%

Préfèrent acheter dans le neuf vs l'ancien.

71%

Sont prêts à acheter sur plan.

- 21% : « oui » et « oui, sans doute » : 50%

## Mais parfois des inquiétudes sur la qualité

- Le neuf fait rêver et offre du clé en main « *Quand je vois sur les plans, je rêve, mais c'est pas cher* »  
« *Moi je bricole pas alors je veux rien avoir à faire* »
- **Mais parfois des différences entre plan et réalité** « *Des amis ont acheté, la lumière, les pièces ça donnait pas pareil* » **et sur la qualité** « *3 ans après ça peut vite être dégradé* »

# 3 leviers prioritaires dans la volonté d'acquérir

## Leviers à l'acquisition

**Leviers économiques** : ne pas perdre d'argent en loyers, avoir de la sécurité « *Le loyer c'est une perte d'argent et en même temps il faut réussir à trouver et c'est très cher chez nous* » « *C'est nul de perdre un loyer* » « *Faire une plu value* »

**Leviers sociaux** : image de réussite sociale, aménager librement, sentiment d'être chez soi : **transformer le logement** « *C'est un rêve, être chez soi, ne pas finir en HLM, c'est une réussite* »

**Patrimoniaux** : investissement, patrimoine à transmettre aux enfants. « *La propriété c'est aussi pour les enfants, c'est très important pour moi de leur léguer quelque chose* »

# Le projet est mis en sommeil si les concessions sont perçues trop pénalisantes et risquées

## Freins à l'acquisition

**Limite financière** : s'il s'agit d'un sacrifice sur le pouvoir d'achat « *On a pas assez de côté, d'ici 5 ans on va regarder, je veux pas faire de concession surtout pour les enfants ni acheter peu qualitatif* »

**Volonté de préserver la qualité de vie, du quartier et du logement** « *Si c'est pour aller à Champigny et devoir mettre les enfants dans le privé non* »

**Représentations de l'achat** : perçu sans retour et risque de mauvaise décision : quartier, voisins

**En mineur, quelques limites liées à l'attachement au quartier** (+ familles avec enfants) et fin de cycle de scolarité dans un établissement

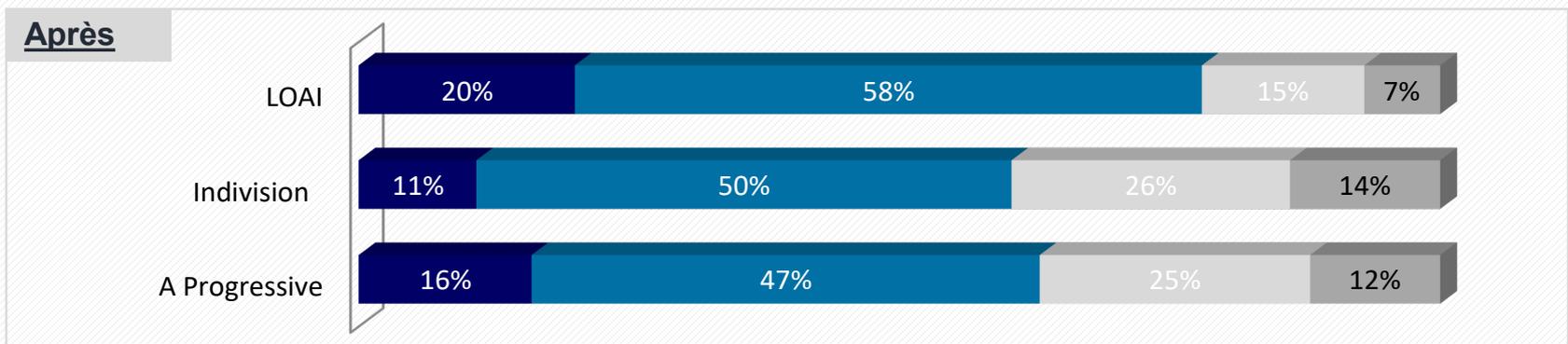
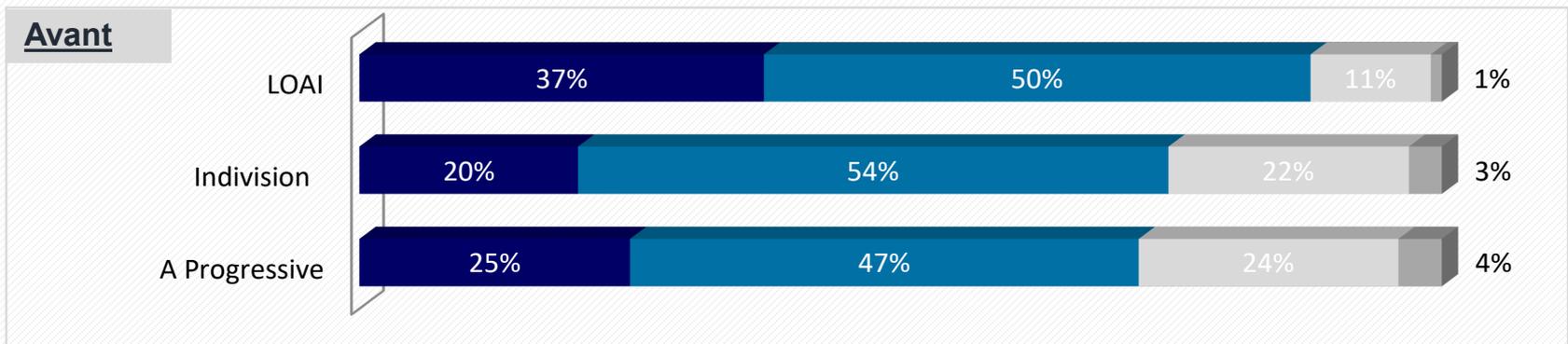
# 02 Perception globale et impact des offres In'li



# Entre les 3 modèles, la LOAI recueille plus d'intérêt, les deux autres modèles sont plus segmentant

## Intérêt pour les offres

■ Très intéressé ■ Plutôt intéressé ■ Plutôt pas intéressé ■ Pas du tout intéressé



# Un intérêt fort pour les modèles car ils contribuent à faciliter et/ou débloquer l'acquisition

**Rappel : avant présentation des offres 31% n'envisagent pas d'acquérir** (*manque moyens, pas d'apport...*)

**A la présentation des offres : quel système vous convient le mieux ?**



**Après présentation des offres : seuls 17% considèrent qu'aucun modèle ne correspond à ses besoins**

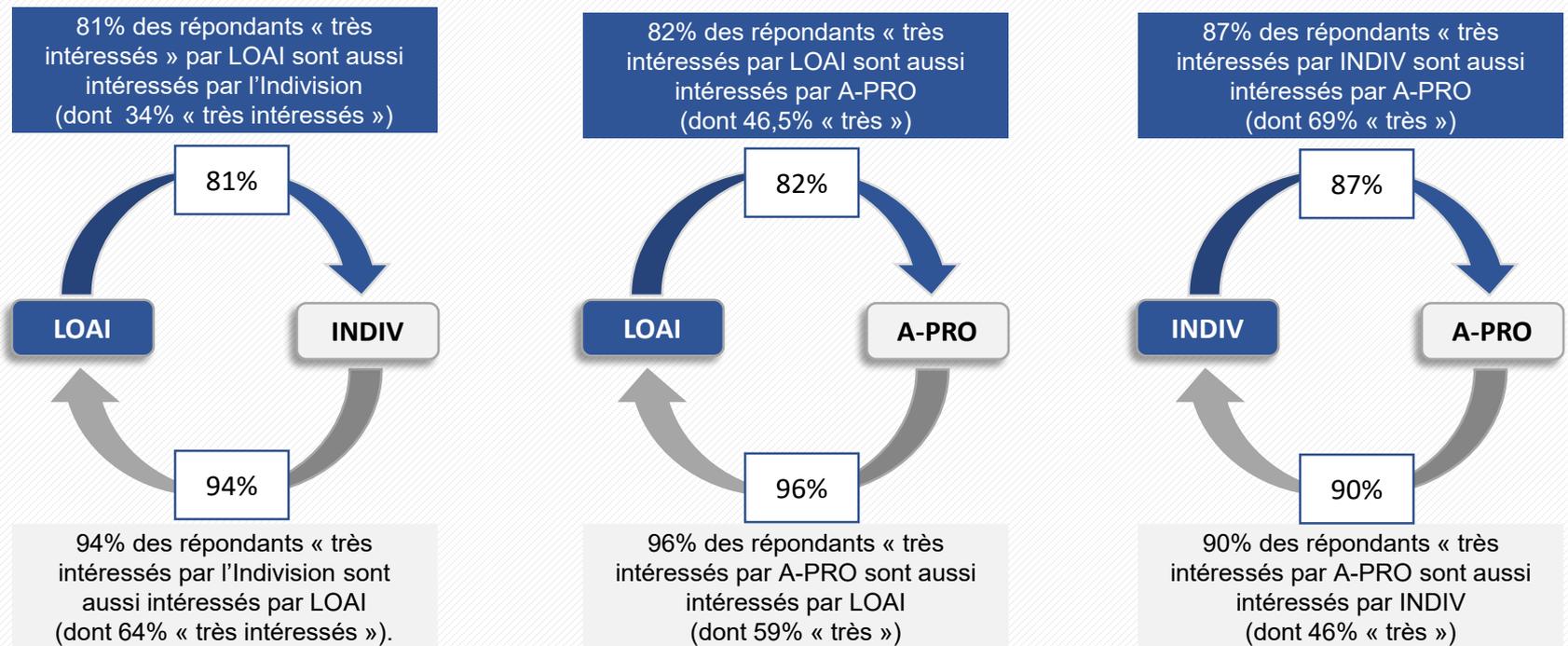
**Effet de levier des modèles présentés**

<b>Avant présentation des offres</b>	155 répondants n'envisagent pas d'acquérir (soit 31% des répondants)
<b>Après présentation, choix d'une offre</b>	105 répondants parmi les 155 choisissent l'une des 3 offres (soit 68% des 155)
	50 répondants parmi les 155 ne choisissent aucune offre (32% des 155)

*A contrario 10% des répondants qui envisagent l'acquisition ne sont pas intéressés (à noter qu'ils disposent plus souvent d'un apport que la moyenne)*

# L'intérêt pour le principe d'acquisition s'exprime aussi par le niveau élevé de substituabilité des différentes offres

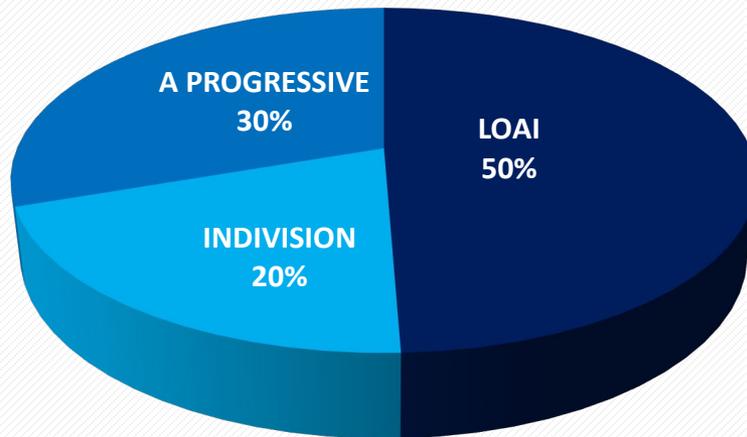
Les « très intéressés » ou « intéressés » par une offre sont aussi très souvent intéressés par les autres offres : l'intérêt pour le principe des nouveaux modèles explique aussi l'intérêt spécifique pour chacune des offres.



# L'intérêt observé pour LOAI est conforté au moment du choix entre les 3 modèles

Quel système vous conviendrait le mieux ?

*(hors réponses "aucun" / 17%)*



*Confirmation des freins levés par les modèles : rappel : 17% répondent qu'aucun système ne leur convient vs 31% qui n'envisageaient pas d'acquisition en « entrée » de questionnaire)*

L'intérêt pour la LOAI est aussi aidé par une plus grande facilité à comprendre le principe et la sémantique

### La compréhension

La LOAI est mieux comprise mais attention, les cibles pensent parfois comprendre tout en ne donnant pas les bons éléments de fonctionnement de l'offre (voir détail LOAI)

### Le référentiel

La LOAI évoque des modèles existant : exemple du leasing automobile « *C'est comme du leasing, c'est très intéressant* » ou même la location accession même si le fonctionnement n'est pas très connu « *Il y a des groupes de HLM qui font ça* » « *J'ai entendu des modèles comme ça, on devient propriétaire au bout de X années* »

### Le vocabulaire

Plus sécurisant pour la LOAI vs Indivision : « *Oulala Indivision* » « *Ca me fait penser à des histoires d'héritage et ça se passe toujours mal* » « *C'est des termes très notariat* »

# 03 Leviers transversaux de comparaison des offres



# Les cibles se positionnent sur une offre en priorité en comparant 3 variables présentes dans les 3 modèles

**Hors attributs spécifiques liés à chaque offre**, il existe des dimensions transversales aux offres.

Ces dimensions sont utilisées pour comparer les modèles et faire un choix.

La consolidation du choix se fait ensuite sur des attributs spécifiques à chaque offre.

1 - Échéance	Court terme	Ind			LOAI	AP	Long terme	
2 - Souplesse	Faible		Ind		LOAI	AP	Forte	
3 - Statut	Locataire	LOAI		AP		Ind	Propriétaire	
Clarté/réassurance (pas 1 variable mais impactant)	Forte	LOAI			AP		Ind	Faible

# L'échéance envisagée pour acquérir est le facteur prioritaire de positionnement sur une offre, c'est la clé d'entrée dans l'offre

## LOAI

- 20% en moyenne estiment la LOAI « très intéressante »;
- **Ils sont 26% parmi ceux qui envisagent d'acheter à MT**
- (soit 30% de plus que la moyenne)

## Indivision

- 50% en moyenne trouvent l'offre Indivision « plutôt intéressante »;
- **Ils sont 58% parmi ceux qui veulent acheter à CT**
- (soit 16% de plus que la moyenne)

## Acquisition progressive

- 16% en moyenne trouvent l'offre AP « très intéressante ».
- **Ils sont 22% parmi ceux qui envisagent d'acheter à MT**
- (soit 37% de plus que la moyenne)
- 47% en moyenne trouvent l'offre « plutôt intéressante ».
- **Ils sont 56% parmi ceux qui veulent acheter à CT**
- (soit 19% de plus que la moyenne)

L'échéance visée permet de définir 3 cibles :

- **Les non matures** par rapport au projet : échéance LT et préférence pour la LOAI, voire AP
- **Les matures**, échéance court terme et préférence pour l'Indivision
- **Les « bloqués »** : ont laissé passé trop de temps pour acheter, préférence pour l'Indivision voire LOAI

# Une logique de gamme : chaque cible se projette dans une offre selon le levier spécifique activé parmi les 3 variables

<b>Non matures</b> « La LOAI, la propriété devient vraiment 1 projet en sécurité »	<b>Matures</b> « L'Indivision, coup de pouce qui facilite et accélère l'acquisition»	<b>Bloqués</b> « LOAI Indivision longtemps attendus, main tendue du bailleur »
<p><b>La LOAI donne un cadre</b> « La LOAI, l'optique de devenir propriétaire : c'est possible » « Faciliter l'accès si on a peur » « se cadrer pour épargner »</p> <p><b>Cadre est assez souple pour rassurer</b> « Si on est pas sur, si on a peur, si ça plait pas, on sort » « 5 ans ça laisse le temps. Moins bien car on est locataire mais prix de la liberté »</p> <p><b>Acceptent d'être locataires, léger bénéfice de la copropriété</b></p>	<p><b>L'Indivision facilite et améliore le projet</b> « Je prends un crédit de 150 000. Jamais j'aurais un crédit de 380 000, ça permet d'avoir un meilleur logement » « Acheter des parts ça accélère »</p> <p><b>Tout en étant plus souple et moins engageant vs le marché classique</b></p> <p><b>Correspond à la volonté d'être propriétaires</b> « On est pas locataire, moi je veux être propriétaire à la fin de l'année »</p>	<p><b>Ont « raté » le bon moment, leur besoins se sont accrus</b> « 3 enfants, on aimerait acheter à Saint Maur, trop cher. On pense acheter à 300 000, on refait et revend 4 fois plus cher »</p> <p><b>Avec In'li une possibilité</b> « Une famille qui ne peut plus acheter, la LOAI ouvre la porte, se faire plaisir dans la vie » « L'Indivision c'est une opportunité que le bailleur donne »</p> <p><b>Préférence pour être propriétaire sans blocage vs être locataire</b></p>

# 04

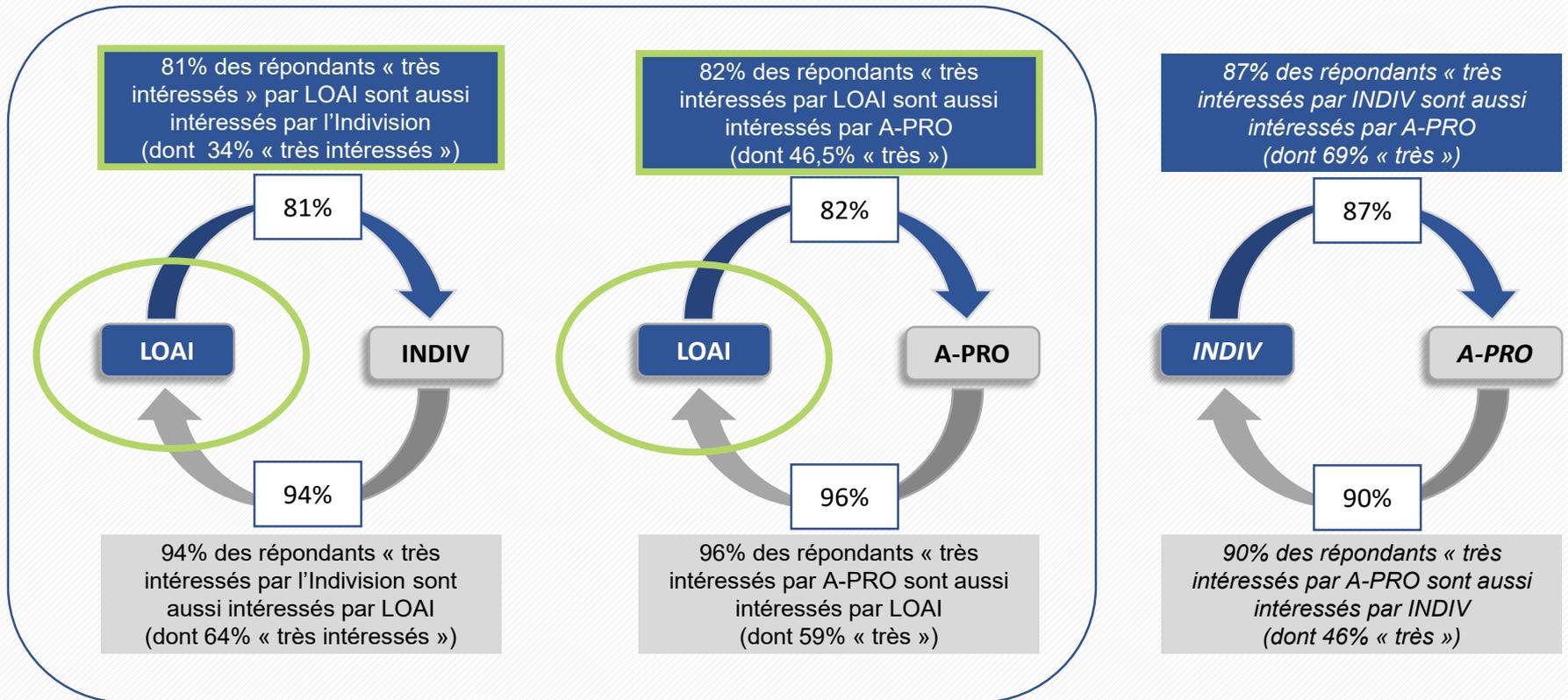
Détail de la valeur des attributs  
des 3 offres **1 - La LOAI**



## Points clés issus de la phase quantitative :

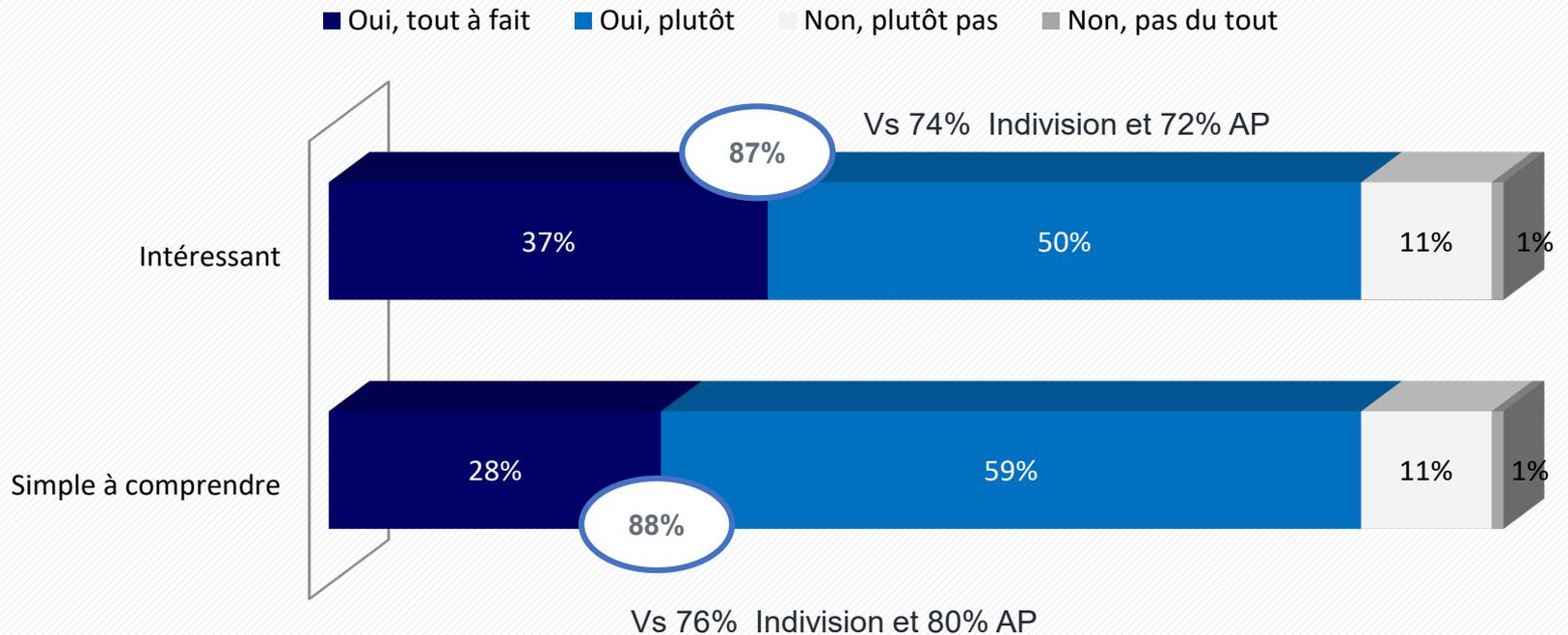
- 1. LOAI participe fortement à l'intérêt des répondants pour de nouvelles propositions permettant l'acquisition de la résidence principale.** Chacune des 3 offres étudiées correspond à une attente de marché significative, contribuant à faciliter ou à « débloquer » l'acquisition. Cet intérêt global (« de principe ») est conforté par la substituabilité des offres.
- 2. LOAI est l'offre majoritairement choisie par les répondants (à 41%),** lorsqu'il s'agit d'arbitrer entre les différentes offres. L'analyse montre un potentiel d'intérêt réel d'environ 36% des répondants, là encore largement devant les offres concurrentes.
- 3. LOAI est l'offre la mieux perçue et la plus facile à comprendre.** Parmi ses attributs la « combinaison » loyer intermédiaire et quote part acquisitive ainsi que le coût d'acquisition à N-5 sont les plus contributeurs à la bonne perception. LOAI s'adresse aux répondants qui ont projet d'achat et qui se situent plus souvent parmi les répondants plutôt jeunes, dont la situation personnelle et/ou professionnelle va évoluer, dont les revenus sont composés d'un fixe et d'un variable, qui pensent à des évolutions de carrière et disposent –ou pensent disposer– d'un apport).

# Rappel : l'intérêt pour les différentes offres s'exprime aussi par leur forte substituabilité



# Rappel : la LOAI, une offre bien perçue et bien comprise

Ce système vous paraît-il ? (avant présentation détaillée)



# La LOAI : le principe est compris à travers la présentation vidéo

## En première présentation

- La vidéo permet de bien comprendre le principe général.
- Le modèle soulève relativement peu de questions.
- Toutes les étapes sont cadrées dans le temps : location/essai, achat/crédit, sortie ce qui est très rassurant pour les non matures et leur permet de se projeter.

## Dans le détail :

- **Des confusions en spontané après vision du film sur le loyer : parfois compris comme récupéré pour l'achat donc vu comme apport.**
- Et les exemples chiffrés (gain par rapport au prix d'achat, niveau de quote part acquisitive vs une situation classique) sont indispensables pour entrer réellement dans le modèle.

## Précisions à apporter

- Sur l'épargne et aussi sur les partenaires potentiels et le crédit
- Sur les modalités financières d'acquisition : crédit classique ? « *Je veux savoir quoi payer et si je veux rembourser plus vite, pouvoir le faire, renégocier mon contrat* »
- Sur les droits et devoirs : « *S'il y a des travaux, on est considéré en achat ou en location ?* »
- Sur le statut « *On est copropriétaire et locataire, par rapport aux impôts on ne sait pas* »
- Sur le choix du logement : choix ou non / Qualité des logements

# LOAI : une offre qui intéresse effectivement environ 36% des répondants (calculé à partir de l'indice de fiabilité\*)

**RAPPEL : 78% intéressés (dont 20% très intéressés) après présentation détaillée de l'offre.**

<u>Avant présentation détaillée de la LOAI</u>	37% : offre très intéressante	50% : offre plutôt intéressante
<u>Après présentation détaillée de LOAI</u>	<u>Parmi les 37% :</u> 17% très intéressés 18% plutôt intéressés 2% plutôt pas ou pas du tout	<u>Parmi les 50% :</u> 3% très intéressés 36% plutôt intéressés 11% plutôt pas ou pas du tout
<b>INDICE DE FIABILITE</b>	65% de ces 37% sont réellement intéressés, soit <u>24% du total des répondants</u>	24% de ces 50% sont réellement intéressés, soit <u>12% du total des répondants</u>

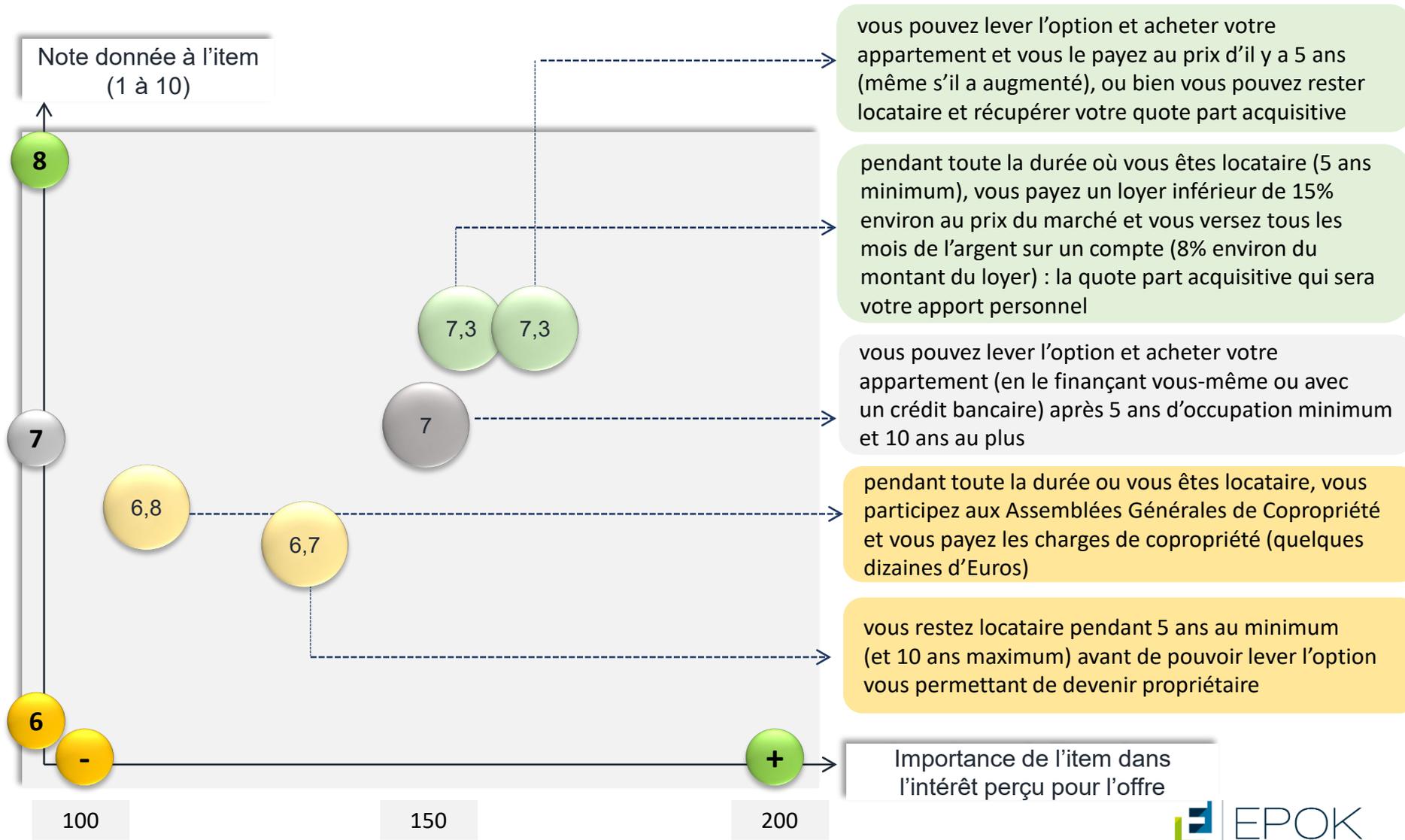
**Environ 36% (24% + 12%) des répondants sont intéressés par l'offre LOAI**

\* L'indice de fiabilité repose sur la pondération des réponses observées. Exemple : un répondant qui se déclare « très intéressé » avant présentation ET « très intéressé » après présentation de l'offre est fiable à 90%. S'il a répondu « très intéressé » et « plutôt intéressé », il est fiable à 50%. Si ses réponses sont « plutôt intéressé » et « très intéressé », il est fiable à 50% et s'il s'agit de « plutôt intéressé » et « plutôt intéressé », il est fiable à 30%

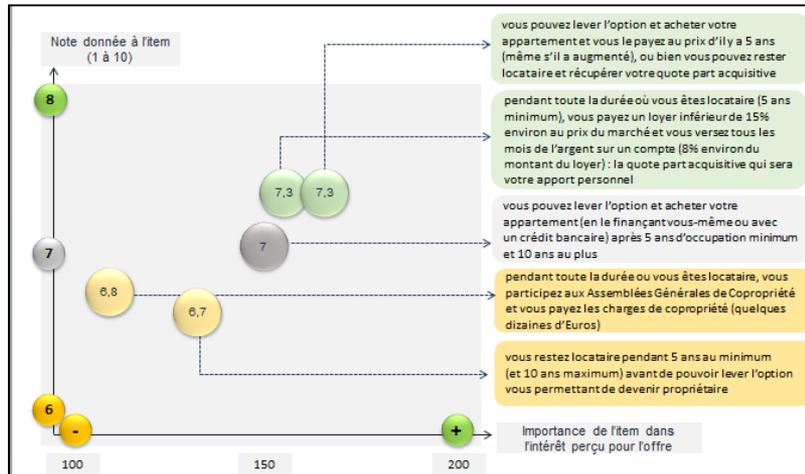
# LOAI : les attributs spécifiques à l'offre consolident le choix des non matures sans faire basculer les matures qui préfèrent l'Indivision

Non matures	Matures	Bloqués
<p style="text-align: center;"><b><u>Pour tous, des arguments porteurs :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Prix d'achat fixe : forte valeur ajoutée mais ne fait pas basculer les matures voire les bloqués sur la LOAI.</li><li>• Le logement dans le neuf est apprécié. Le fait d'avoir le choix entre plusieurs logements serait un plus.</li><li>• Mais en point faible, l'adaptation du logement à 5 ans peut se poser : ex si nouvel enfant.</li></ul>		
<p><b><u>Arguments prioritaires :</u></b></p> <p>Test du logement et départ libre : compense les frais non récupérables. Epargne pour le projet. Le statut de locataire n'est pas un frein , bénéfique d'être copropriétaire <i>« J'aurais une attitude de propriétaire »</i> Evite les appartements intermédiaires</p>	<p><b><u>Freins prioritaires</u></b></p> <p>Offre très intéressante mais pas dans le bon timing. Pourrait convaincre si l'Indivision n'avait pas été proposée. Des loyers conséquents et ne veulent plus être locataires.</p> <p>Une épargne faible qui ne fait pas effet de levier.</p>	<p><b><u>Levier d'adhésion</u></b></p> <p>Place concrètement dans un projet, avec un cadre engageant : constitution de l'épargne en sécurité.</p> <p>Certains voudraient devenir propriétaires à plus CT et préfèrent l'Indivision mais la LOAI est avantageuse vs le marché.</p>

# LOAI : note des attributs (1/2)



## LOAI : note des attributs (2/2)



Les notes varient de 6,7 à 7,3 soit entre 10 et 12/20 et sont assez proches : 0,6 pt d'écart entre moins bonne & meilleure.

- **Une grande logique dans la perception des attributs** : les mieux notés (en vert) sont aussi ceux qui contribuent le + à une bonne perception de l'offre, les - bien notés (en jaune) ne contribuent que peu à la bonne perception de l'offre.
- **La combinaison quote part acquisitive / loyer intermédiaire et le prix d'achat (N-5)** correspondent aux 2 points les mieux notés. La question de « statut mixte » (payer un loyer et participer au AG) ne semble pas constituer un frein.
- Le délai de levée d'option doit être rapprochée du cœur de cible : répondants confiants dans l'évolution de leur situation professionnelle (et de leurs revenus) qui envisagent un achat, mais d'ici quelques années.

# 04

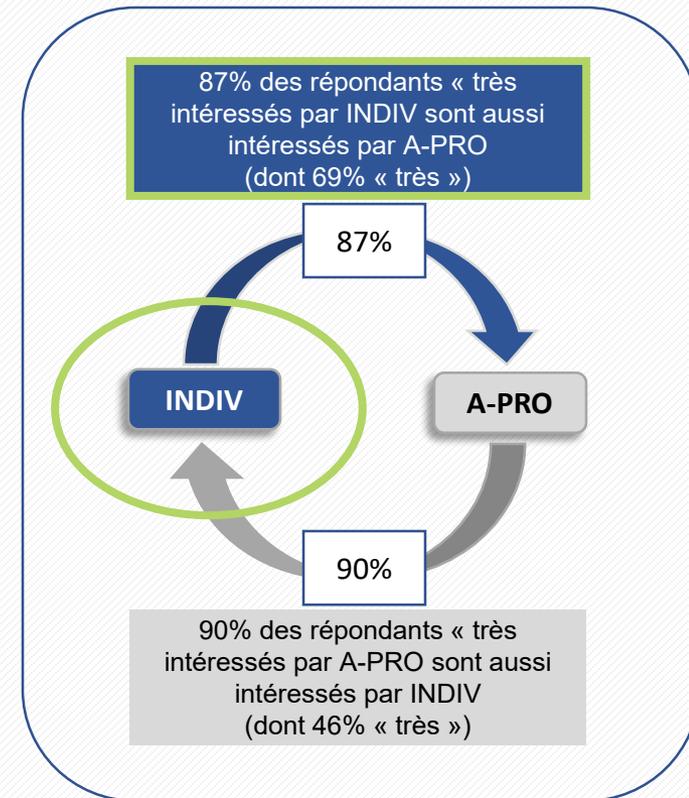
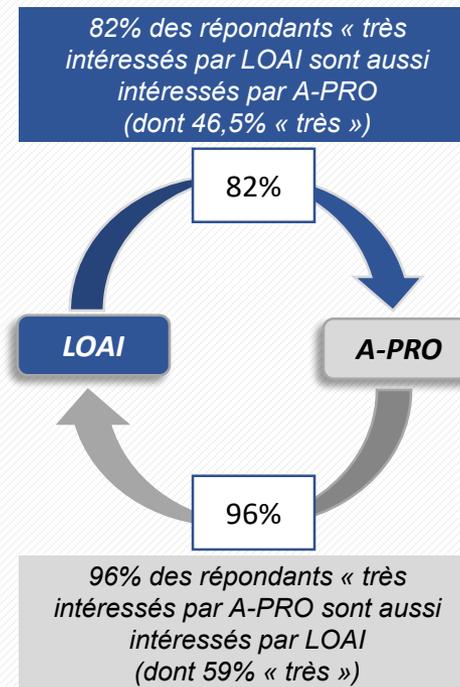
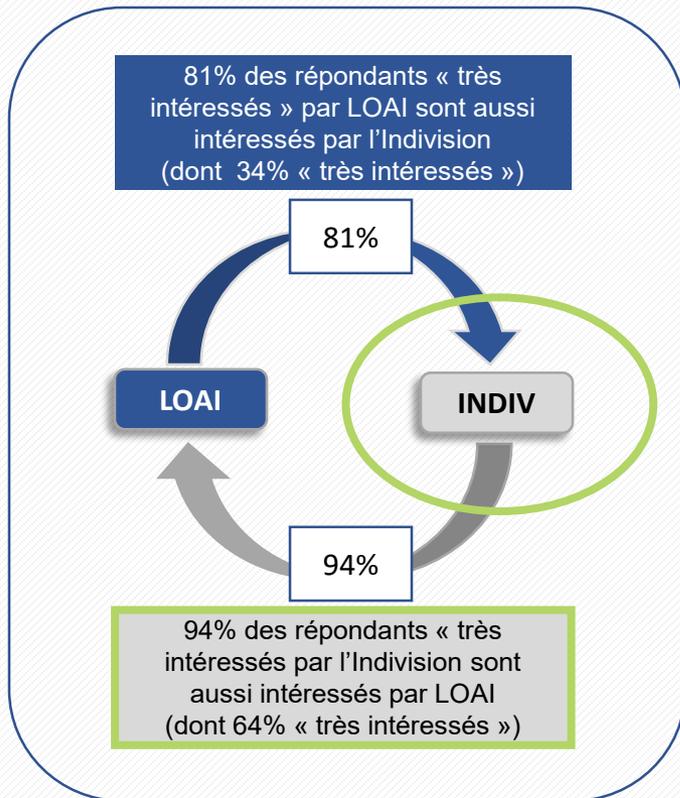
Détail de la valeur des attributs  
des 3 offres **2 – L'Indivision**



## Points clés issus de la phase quantitative :

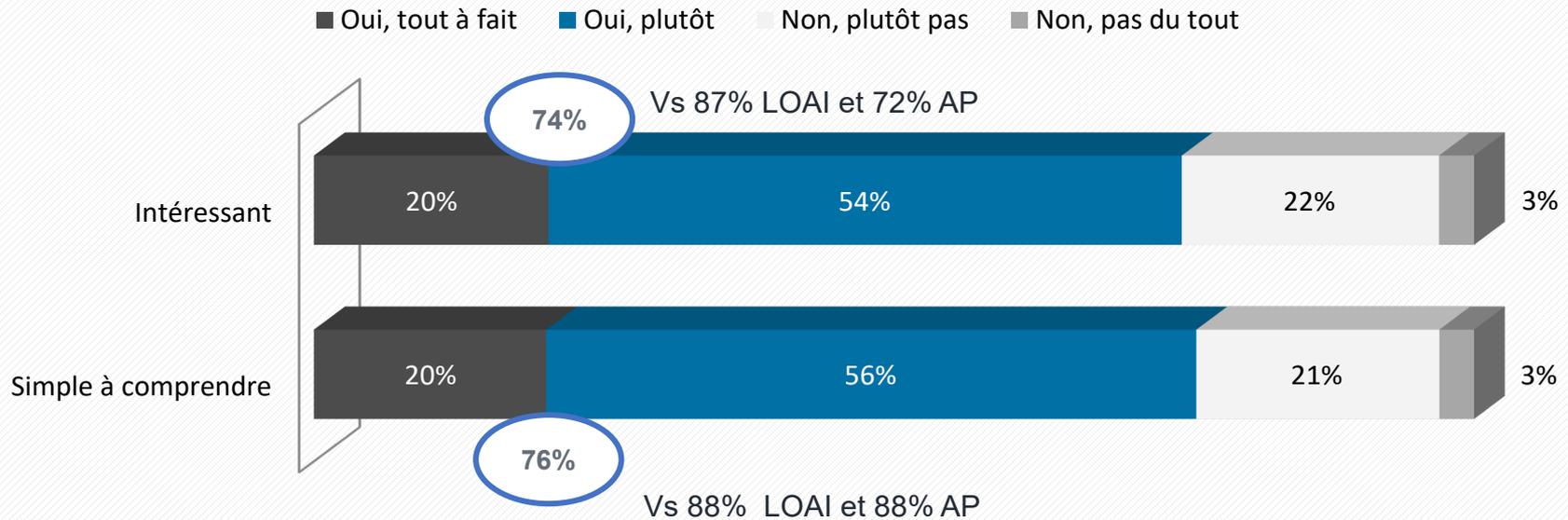
1. **L'Indivision est globalement « tirée » par l'intérêt pour de nouvelles propositions permettant l'acquisition de la résidence principale** : les 3 offres étudiées correspondent à une attente de marché significative, contribuant à faciliter ou à « débloquer » l'acquisition. Cet intérêt global (« de principe ») est conforté par la forte substituabilité des offres, notamment pour l'Indivision.
2. En termes de choix, **l'Indivision est citée par 17% des répondants, derrière les 2 offres « concurrentes »**. L'analyse montre un potentiel d'intérêt réel d'environ 25% des répondants.
3. **L'offre Indivision est plutôt bien perçue (moins bien cependant que les offres concurrentes) mais ses attributs génèrent peu d'aspérités. Une offre qui génère un « consensus mou »** sans toucher spécifiquement une catégorie de répondants facilement identifiables (au-delà des caractéristiques des répondants en appétence pour l'acquisition qui sont surreprésentés parmi les répondants plutôt jeunes, dont la situation personnelle et/ou professionnelle va évoluer, dont les revenus sont composés d'un fixe et d'un variable, qui pensent à des évolutions de carrière et disposent –ou pensent disposer- d'un apport).

# Rappel : l'intérêt pour les différentes offres s'exprime aussi par leur forte substituabilité



# Rappel l'Indivision : une offre plutôt bien perçue à chaud mais moins bien que les offres concurrentes

Ce système vous paraît-il ? *avant présentation détaillée*



# L'Indivision : un modèle non connu et complexe en première lecture puis compris en seconde lecture

**En première lecture** : une perception de complexité liée :

- A la nouveauté et aux termes : Indivision
- A l'évolutivité : options et échéances pas assez précises
- Au statut mixte

**En relecture** : meilleure compréhension, la réelle proposition apparaît

- Et les cibles se positionnent par rapport au bénéfice, à leurs doutes et à leur projet propre.

**Les non matures sont freinés par le manque de cadre** sur le scénario à long terme, ces questions se posent mais ne sont pas bloquantes pour les autres cibles.

## **Précisions à apporter**

- Sur les frais à chaque achat de parts, les montants et les délais
- Sur les conditions de sortie et le temps de récupération de ses parts en cas de revente
- Sur le statut et l'Indivision : droits, devoirs, répartition des charges, poids d'In'li dans les décisions
- Le choix sur plan : entre combien de propositions
- La qualité des logements

L'Indivision : une offre qui intéresse effectivement environ 25% des répondants (*calculé à partir de l'indice de fiabilité\**)

**RAPPEL : 61% intéressés (dont 11% très) après présentation détaillée des composantes de l'offre.**

<u>Avant présentation détaillée de L'Indivision</u>	20% : offre très intéressante	54% : offre plutôt intéressante
<u>Après présentation détaillée de L'Indivision</u>	<u>Parmi les 20% :</u> 8% très intéressés 10% plutôt intéressés 2% plutôt pas ou pas du tout	<u>Parmi les 54% :</u> 2% très intéressés 36% plutôt intéressés 16% plutôt pas ou pas du tout
<b>INDICE DE FIABILITE</b>	63% de ces 20% sont réellement intéressés, soit 13% du total des répondants	22% de ces 54% sont réellement intéressés, soit 12% du total des répondants

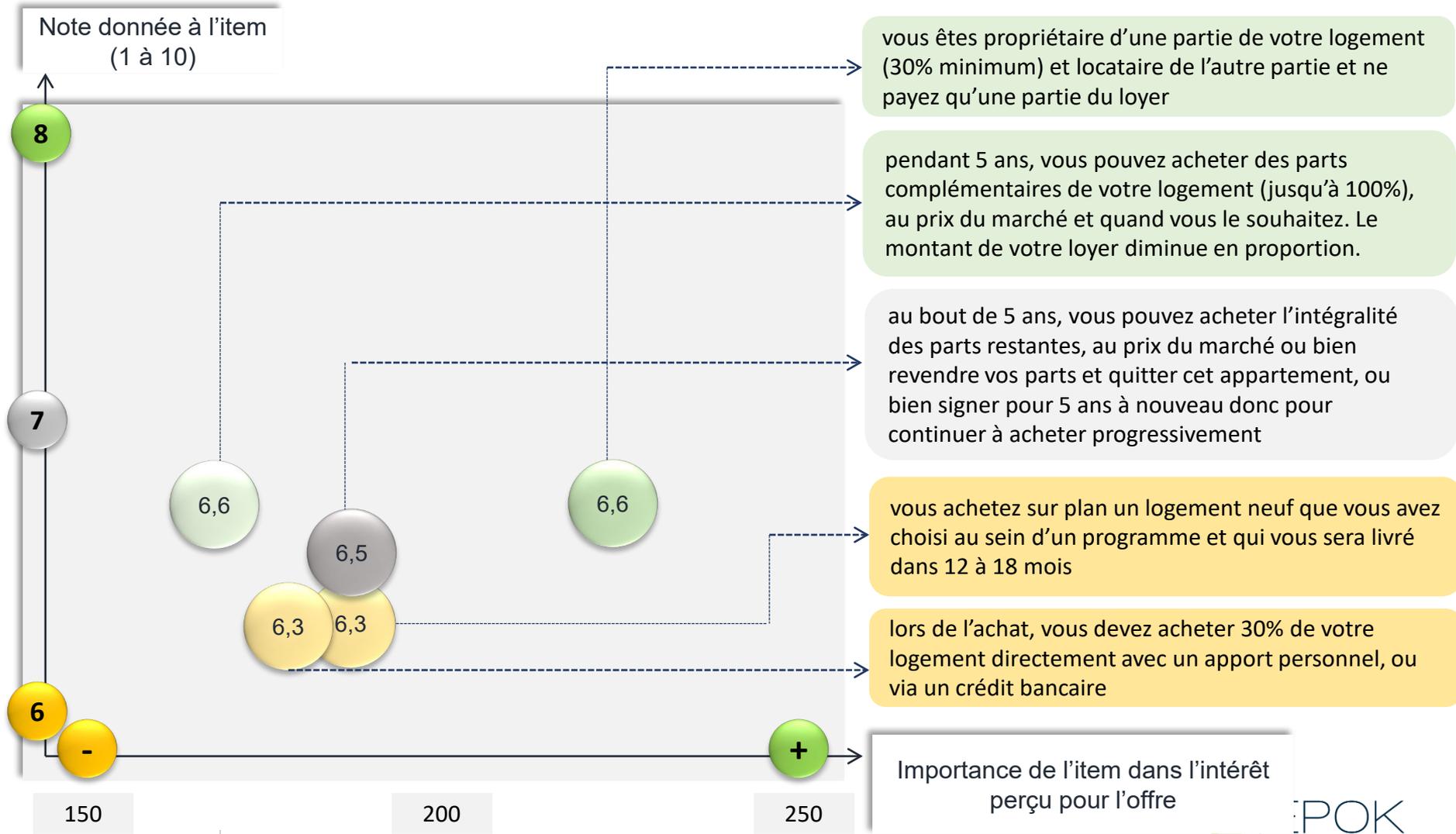
**Environ 25% (13% + 12%) des répondants sont intéressés par l'offre d'Indivision**

\* L'indice de fiabilité repose sur la pondération des réponses observées. Exemple : un répondant qui se déclare « très intéressé » avant présentation ET « très intéressé » après présentation de l'offre est fiable à 90%. S'il a répondu « très intéressé » et « plutôt intéressé », il est fiable à 50%. Si ses réponses sont « plutôt intéressé » et « très intéressé », il est fiable à 50% et s'il s'agit de « plutôt intéressé » et « plutôt intéressé », il est fiable à 30%

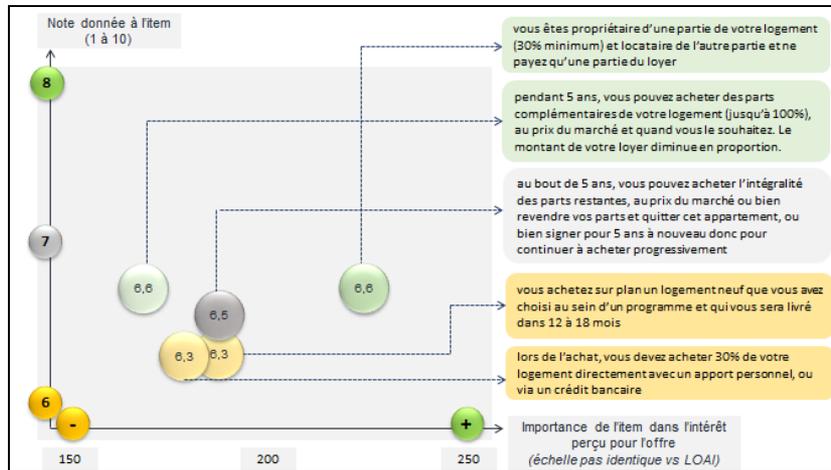
# L'Indivision : être propriétaire à son rythme en gardant le confort et la sérénité liée à un endettement moindre

Non matures	Matures	Bloqués
<p align="center"><b><u>Pour tous, des arguments porteurs :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le loyer inférieur de 15% vs le prix de marché</li> <li>• Le logement dans le neuf est apprécié. Le choix sur plan est segmentant sans logique de cible.</li> </ul>		
<p><b><u>Freins prioritaires :</u></b></p> <p>Engagement supérieur à la LOAI Échéance à court terme Incertitudes bloquantes : conditions de revente, statut hybride qui pose la question des droits et devoirs respectifs, le poids vs In'li, la répartition des charges</p>	<p><b><u>Arguments porteurs</u></b></p> <p>Propriétaire à 30% : accessible et permet de se projeter à 50% seuil psychologique important Personnalisation : liberté d'achat des parts en fonction de la situation. Accès à un crédit moindre : limite le stress et ouvre les possibilités Moins de perte en loyer</p>	<p><b><u>Leviers prioritaires</u></b></p> <p>Montant du crédit moindre ce qui permet de convaincre les banques Garantie de conserver un pouvoir d'achat suffisant Quelques craintes concernant le statut à l'image des non matures, sans pour autant que ce soit bloquant</p>

# L'Indivision : note des attributs (1/2)



## L'Indivision : note des attributs (2/2)



Les notes sont globalement assez moyennes (équivalentes à 10/20 environ) et assez proches (0,3 points d'écart entre la meilleure et la moins bonne). Il n'y a donc que peu d'aspérités.

- Les 2 points les mieux notés (6,6) sont liés au concept d'acquisition (immédiate via les 30% d'apport, ce qui contribue à une bonne perception de l'offre; ou progressive via les parts complémentaires).
- Et les 2 points les moins bien notés (6,3) font référence d'une part aux délais (12 à 18 mois) et d'autre part à l'obligation d'achat de 30%.

De fait, ni les données contextuelles ni les données caractéristiques (intérêt pour l'acquisition, situation familiale, professionnelle) n'ont d'impact statistiquement significatif sur la perception de l'offre.

On observe seulement une légère zone de surreprésentation parmi les répondants « plutôt intéressés » par l'Indivision au sein de la population désireuse d'acquérir à court terme.

# 04

Détail de la valeur des attributs  
des 3 offres **3 – L'AP**

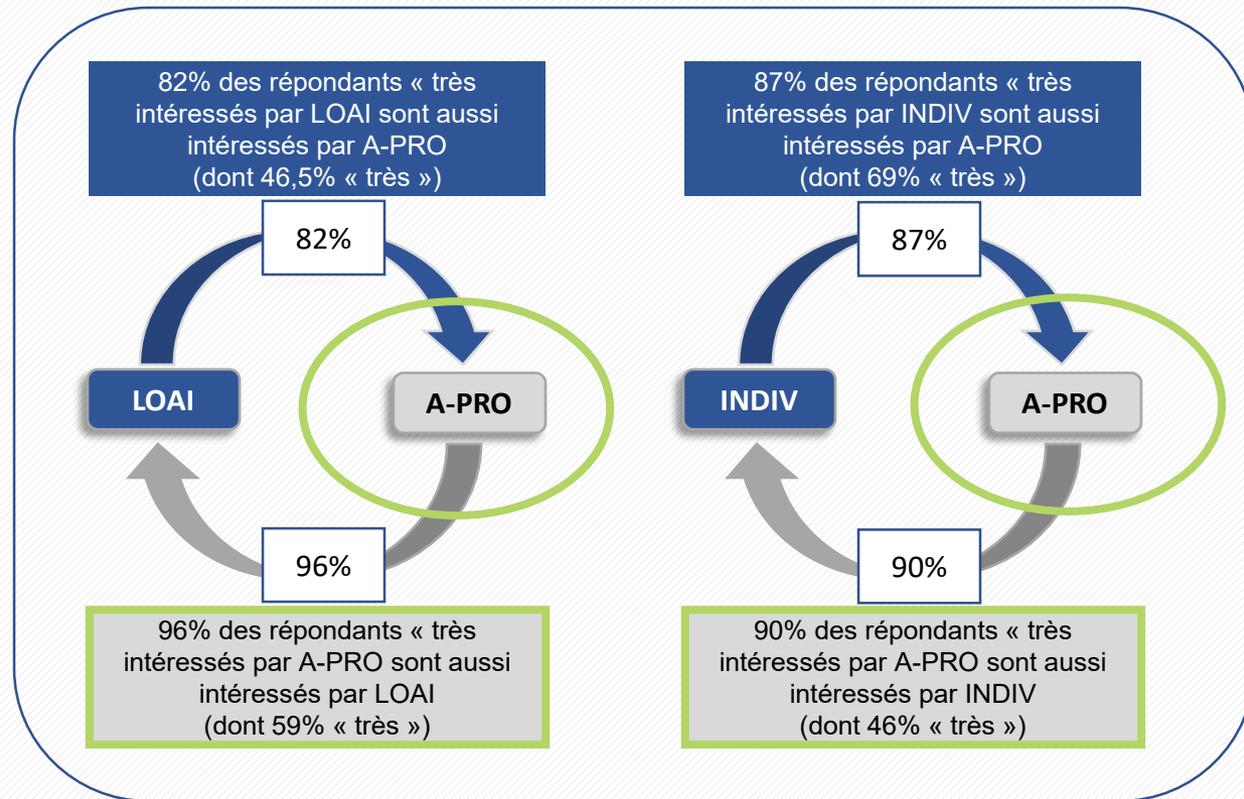
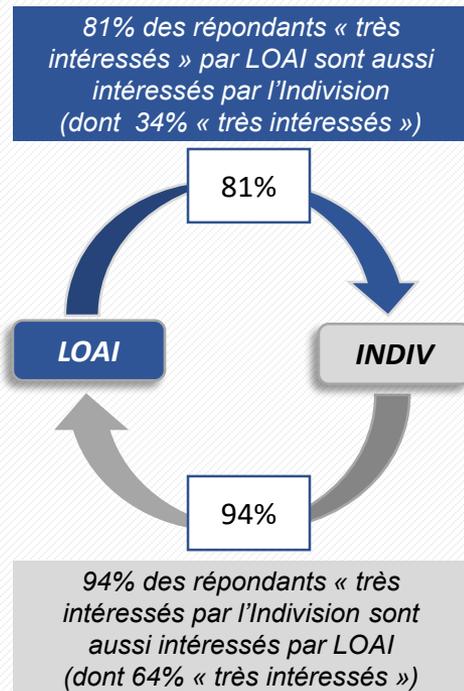


# Focus Acquisition Progressive : synthèse

## Points clés issues de la phase quantitative :

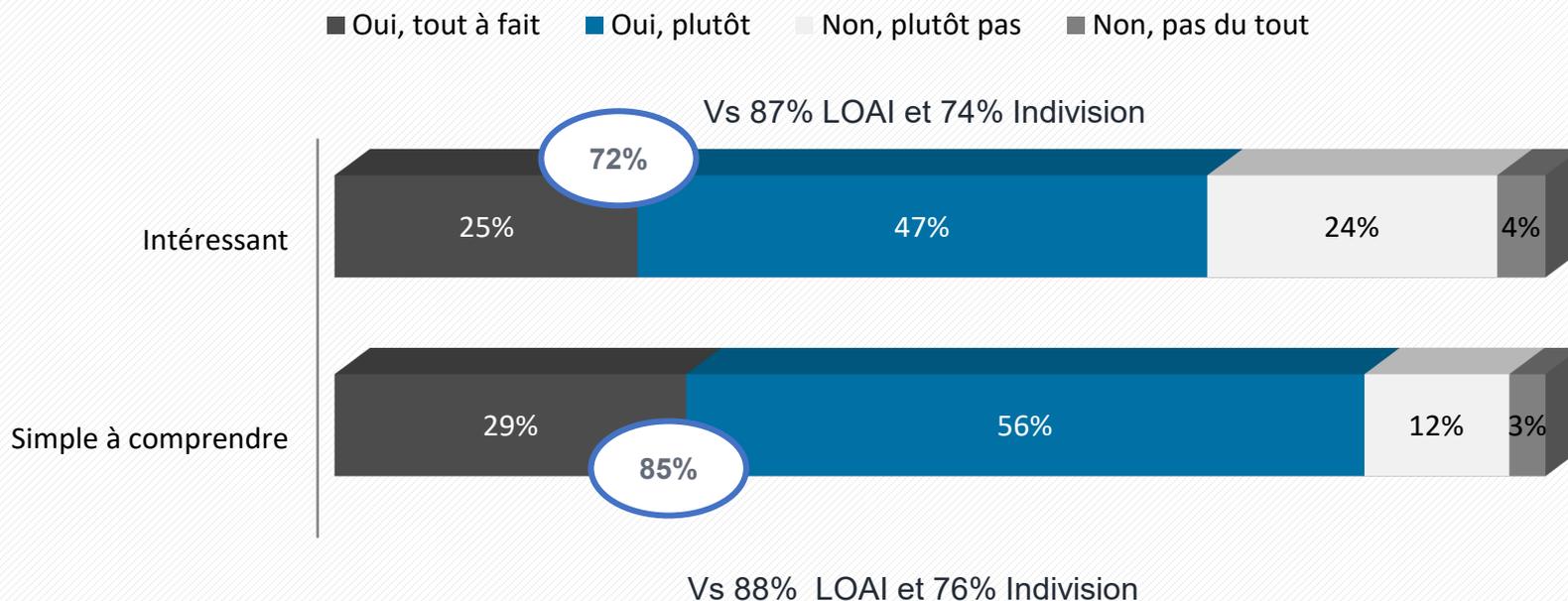
- 1. L'ACQUISITION PROGRESSIVE est globalement « tirée » par l'intérêt pour de nouvelles propositions permettant l'acquisition de la résidence principale :** les 3 offres étudiées correspondent à une attente de marché significative, contribuant à faciliter ou à « débloquer » l'acquisition. A noter : les répondants intéressés par cette offre sont aussi intéressés par LOAI notamment.
- 2. Lors du choix, 25% des répondants choisissent l'Acquisition Progressive** (devant l'Indivision à 17%). L'analyse montre un potentiel d'intérêt réel d'environ 28% des répondants.
- 3. L'offre Acquisition Progressive est plutôt bien perçue (moins bien cependant que LOAI, mais mieux perçue et mieux comprise que l'Indivision).** L'analyse des attributs de l'offre met en évidence un déficit de cohérence entre les composantes de l'offre et les attentes des répondants. De fait, l'offre ne génère pas de zones de surreprésentation significatives (comme l'Indivision), au-delà des caractéristiques des répondants en appétence pour l'acquisition (répondants plutôt jeunes, dont la situation personnelle et/ou professionnelle va évoluer, dont les revenus sont composés d'un fixe et d'un variable, qui pensent à des évolutions de carrière et disposent –ou pensent disposer- d'un apport).

# Rappel : l'intérêt pour les différentes offres s'exprime aussi par leur forte substituabilité



# Acquisition Progressive : une offre plutôt bien perçue, mais en retrait par rapport aux autres offres, bonne compréhension

Ce système vous paraît-il ? *avant présentation détaillée*



# L'AP : un modèle relativement compris, une logique d'investisseur

## En première lecture ressort la souplesse du système

*« Une sorte de tirelire » « Je ressens que j'achète des petits morceaux » « On est investisseur de son appartement » « C'est moins complexe que la bourse » « Surement un coup à jouer, le Grand Paris ça monte »*

## Le nombre de modalités est plus faible que dans l'Indivision ce qui facilite la compréhension

- Pas de crédit
- Liberté de versement
- 7% : somme limitée donc plus rassurant, engagement et implication moindre

## Précisions à apporter

- Les frais à chaque versement et rachat de parts
- Les montants de parts minimaux
- Les délais pour rester en partie locataire
- Le statut

# L'Acquisition Progressive : une offre qui intéresse effectivement environ 28% des répondants (*calculé à partir de l'indice de fiabilité\**)

**RAPPEL : 63% intéressés (dont 16% très) après présentation détaillée des composantes de l'offre.**

<u>Avant présentation détaillée de L'Indivision</u>	25% : offre très intéressante	47% : offre plutôt intéressante
<u>Après présentation détaillée de L'Indivision</u>	<u>Parmi les 25% :</u> 12% très intéressés 11% plutôt intéressés 2% plutôt pas ou pas du tout	<u>Parmi les 47% :</u> 3% très intéressés 32% plutôt intéressés 12% plutôt pas ou pas du tout
<b>INDICE DE FIABILITE</b>	67% de ces 25% sont réellement intéressés, soit 17% du total des répondants	23% de ces 47% sont réellement intéressés , soit 11% du total des répondants

**Environ 28% (17% + 11%) des répondants sont intéressés par l'offre AP**

\* L'indice de fiabilité repose sur la pondération des réponses observées. Exemple : un répondant qui se déclare « très intéressé » avant présentation ET « très intéressé » après présentation de l'offre est fiable à 90%. S'il a répondu « très intéressé » et « plutôt intéressé », il est fiable à 50%. Si ses réponses sont « plutôt intéressé » et « très intéressé », il est fiable à 50% et s'il s'agit de « plutôt intéressé » et plutôt intéressé », il est fiable à 30%

# L'AP : une offre qui entre dans la logique de gamme mais le bénéficiaire semble moins centré propriété et pour des situations moins stables

Non matures

Matures

Bloqués

## Une offre sur laquelle les cibles ont eu plus de mal à se positionner :

- Les 2 autres modèles sont clairement des leviers à la propriété, à court ou long terme
- Permettant d'arbitrer son choix par rapport à sa maturité.

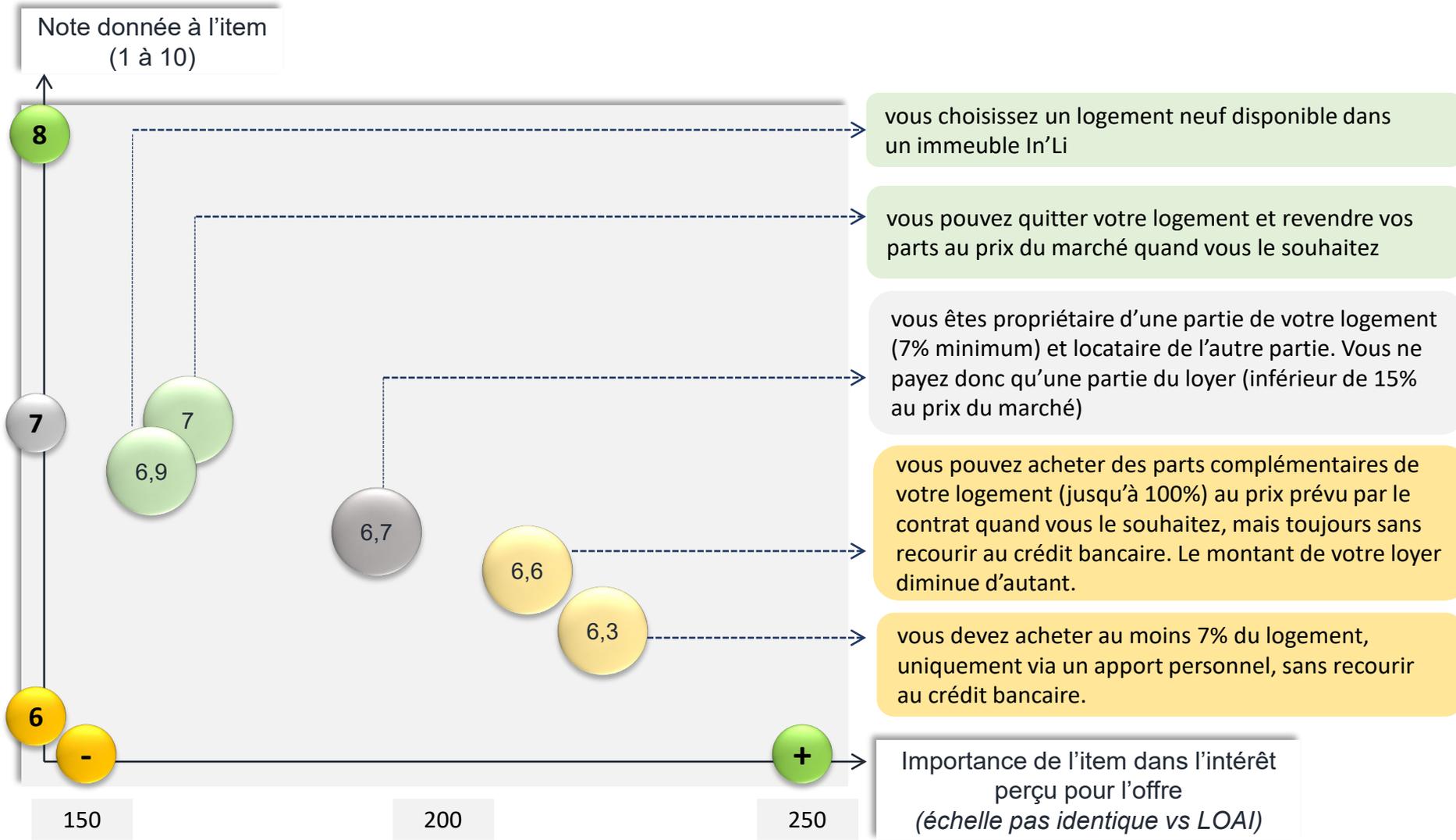
## La promesse et les attributs de ce modèle portent moins sur la propriété :

- Frein pour les matures voire bloqués « *On va perdre du temps, 30% c'est quand même moins loin des 50%, 7% c'est même pas 10%* » « *7% ça fait pas beaucoup* » « *Ca baisse pas beaucoup de loyer* »
- Et le cadre très ouvert n'encourage pas assez les cibles non matures

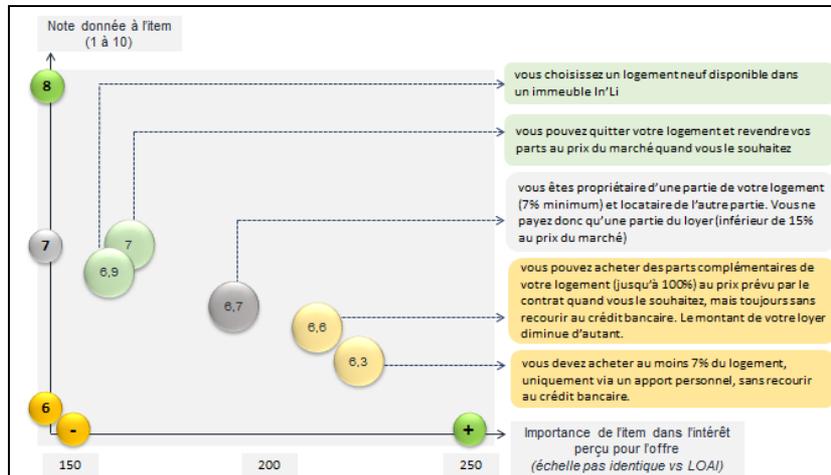
**L'AP semble plus s'adresser à des cibles dont la situation n'est pas encore fixée.** « *C'est vrai que finalement si on part de Paris, l'AP devient plus intéressante, comme on sait pas je prends plutôt l'AP* »

**Bénéfices** : acheter des parts, personnalisation et liberté de versement, ce qui place dans une logique d'investisseur, peu de stress, engagement limité, vivre dans le neuf et tester le logement

# Acquisition Progressive : note des attributs (1/2)



## Acquisition Progressive : note des attributs (2/2)



Les notes sont globalement moyennes (équivalentes à 10 ou 12/20 environ) et assez proches.

- A l'inverse de ce que l'on observe le plus souvent, les attributs les mieux notés sont ceux qui participent le moins à la bonne perception de l'offre (en vert). En revanche, les attributs les plus contributeurs sont les moins bien notés (en jaune). Il existe donc un décalage entre les attentes globales des répondants et les composantes intrinsèques de l'offre, ce qui exprime la dimension segmentante de l'offre.
- On observe que les deux critères les moins bien notés font référence à l'impossibilité de recourir au crédit bancaire. A noter également que l'acquisition complémentaire « en cours de route » obtient la même note (6,6) ici que pour l'Indivision. La note de 6,3 est également identique (A Progressive et Indivision) en ce qui concerne l'apport personnel.

# 05 Notoriété et image d'Inli



# In'Li, des propositions innovantes mais un acteur peu connu

**Les modèles présentés sont considérés comme innovants, quasiment en rupture par rapport au marché**

*« In'Li, un bailleur qui aide à l'accession avec des solutions alternatives » « C'est innovant, on vous accompagne et à la fin on décide » « C'est vraiment des modèles pour nous aider à pas rester coincé » « C'est un nouvel acteur qui bouscule le marché, je pense que beaucoup de monde peut se retrouver dans un modèle » « On est dans une vraie relation de partenaire, ils sont là pour accompagner, pas pour livrer et partir tout de suite »*

**En revanche, In'Li n'est pas connu des cibles. La référence à Action Logement bien que non réellement connu rassure toutefois.**

*« In'Li c'est un peu comme un courtier, entre le bien et l'acquéreur ? » « J'ai jamais entendu » « Quand vous en avez parlé je suis allé sur leur site, c'est très clair mais je n'avais jamais vu avant »*

