

## Étude IFOP / Vitrinedia Marché de l'immobilier en berne, comment réagissent les professionnels du secteur ?

- **82% des agents immobiliers estiment que le marché s'est dégradé**
- **27% des agents immobiliers proposent désormais des services de rénovation de logement pour diversifier leur activité**
- **82% des agents immobiliers renforcent leur prospection physique**

Face à la diminution du pouvoir d'achat, de la hausse des taux d'intérêt, des emprunts difficiles et des obligations liées à la transition énergétique, le secteur de l'immobilier traverse une forte période de ralentissement. **Vitrinedia**, leader sur le marché des vitrines immobilières avec plus de 60% de parts de marché, a donc mandaté l'IFOP pour comprendre comment les directeurs d'agences immobilières réagissent face à ce marché en recul. Cette étude<sup>1</sup> cerne les leviers de développement des agences immobilières. Elle met en lumière les bonnes pratiques des directeurs d'agence et les actions mises en place pour résister à la décroissance du marché immobilier. L'étude révèle qu'ils agissent aussi bien sur leur structure, en modifiant leur organisation notamment, que sur leur communication en renforçant leur visibilité dans leur quartier.

L'étude révèle dans un premier temps que les agents immobiliers sont assez pessimistes quant à l'avenir de leur métier. En effet, **82%** des sondés estiment que le marché s'est dégradé. **39%** pensent même que la situation va s'empirer dans les mois à venir. En revanche, **51%** des agents immobiliers déclarent une relative stabilité de leur activité. Et **16 %** ont même réussi à croître leur activité par rapport à l'année dernière.

Pour survivre, les agences immobilières sont contraintes de diversifier leurs services. C'est ainsi que **39%** des personnes interrogées font du financement de projet immobilier. **27%** se sont mis aux services de **rénovation du logement** (**37%** pour les agences parisiennes), **22%** aux services de **déménagement**, **20%** aux

---

<sup>1</sup> Étude IFOP menée du 11 au 24 juillet 2023 auprès de 235 agences immobilières

**ventes interactives, 17 % aux assurances pour les biens immobiliers et enfin 8% aux services de conciergerie.**

Les agences immobilières sont contraintes d'optimiser leur activité si elles veulent traverser cette crise. **80%** déclarent être attentives au **retour sur investissement de leurs dépenses**. **59%** des agences qui ont performé au **S1 2023 ont réduit leurs dépenses**. **49%** automatisent désormais certaines tâches **pour être plus efficace et perdre moins de temps**. Elles sont également contraintes de mieux optimiser leurs **ressources humaines**. **86%** des sondés **recueillent** ainsi davantage **les retours** des collaborateurs pour améliorer certains process. **80%** d'entre elles essayent de créer du lien entre les collaborateurs. **77%** proposent **des formations** pour acquérir de nouvelles compétences. **65%** communiquent avec leurs collaborateurs sur **la vision** et les objectifs à atteindre.

Afin de booster leur notoriété, les agences immobilières mises sur plusieurs leviers. **93%** des agences qui performent **utilisent** activement leur **vitrine**, **90%** utilisent les **réseaux sociaux** et **82%** **renforcent leur prospection physique**. L'étude met en avant le fait que les agences qui performent portent une attention toute particulière au contenu de leur vitrine. **70%** **affichent les biens immobiliers en vente ou en location**, **62%** **mettent en valeur leurs avis clients**, **53%** diffusent des **actualités saisonnières**, **51%** informent les passants sur les **métiers de l'agence** et **39%** **présentent leur équipe et leurs recrutements**.

**On retrouve également parmi les informations diffusées en vitrine :**

- Les campagnes de communication de l'enseigne (lorsqu'il s'agit d'un réseau)
- L'estimation de biens gratuite via un QR code en vitrine
- Le contenu des réseaux sociaux de l'agence en temps réel
- L'actualité du marché immobilier
- Des informations sur les services complémentaires : déménagement, rénovation, financement, ...
- La vie du quartier, de la ville ou du village

*« Au travers de cette enquête réalisée auprès des agents immobiliers cet été, nous avons souhaité mettre en lumière les bonnes pratiques qui performant, dans un contexte de marché immobilier en recul. Notre objectif est comme à notre habitude d'aider, de motiver, et d'accompagner les professionnels de l'immobilier dans la transformation de leur métier. »*

**Thibault Guillaume, CEO de Vitrinemedia**

### **A propos de Vitrinemedia**

N°1 sur le marché de la communication dynamique et lumineuse, Vitrinemedia accompagne depuis 2007 plus de 60% des agences immobilières en France et 50 000 clients dans le monde. Grâce à une équipe composée de 250 experts métiers, Vitrinemedia a développé une large gamme de services adaptés aux besoins quotidiens de ses clients :

- Solutions d'affichages en vitrine et à l'intérieur de l'agence pour permettre aux professionnels de l'immobilier d'attirer encore plus de clients
- Contenus attractifs pour écrans extérieurs et intérieurs : pour diffuser les biens et services de l'agence, les valeurs de l'agence, les messages clés et tellement + encore !
- Service de régie publicitaire afin de permettre aux agences de générer des revenus complémentaires
- Aménagement et équipements intérieurs d'agences pour gagner en luminosité et en élégance

### **A propose de l'IFOP**

le Groupe Ifop est le leader des études d'opinion depuis 1938 et un acteur référent des études marketing, quantitatives et qualitatives, en Europe, aux USA et en Chine. Depuis 2018, Sociovision, enrichit l'offre du Groupe avec des observatoires uniques sur le marché et un savoir-faire en datascience exclusif. En 2022, l'acquisition d'Occurrence, institut d'études et conseil indépendant, et de sa filiale Deep Opinion vient compléter la proposition de valeur dans l'évaluation des dispositifs de communication. En 2023, Brain Value, le leader des études qualitatives en France, apporte un nouvel élan aux savoir-faire qualitatifs et planning stratégique pour un accompagnement encore plus complet des clients du Groupe.