

PRESSE ET MEDIAS AU FUTUR
Trophées de l'innovation presse & médias

Dossier Business Immo
Octobre 2024

Business Immo, en quelques mots

Business Immo est le leader de l'information dédiée aux professionnels de l'industrie immobilière.

Expertise, exclusivité, transparence : avec plus de 20 ans d'expérience et près de 99 000 articles sur son site internet, Business Immo délivre une information toujours plus exclusive à ses abonnés, également gage de transparence du marché.

Nos abonné(e)s ont accès à :

L'offre éditoriale la plus exhaustive du secteur, axée sur 4 piliers : le print, le web, la vidéo et les conférences

- Un magazine print mensuel, 10 numéros, 3 baromètres
- Un accès à l'intégralité du site internet de Business Immo
- Notre annuaire comprenant plus de 26 000 contacts recensés sur le marché français
- Un accès exclusif à nos conférences thématiques (logistique, hôtellerie, bas carbone) et un accès à notre événement biannuel BIG UP

BUSINESS
IMMO

Meilleure innovation éditoriale

Etude sur les attentes de la jeune génération en termes d'habitat, de travail et de consommation.

**BUSINESS
IMMO**

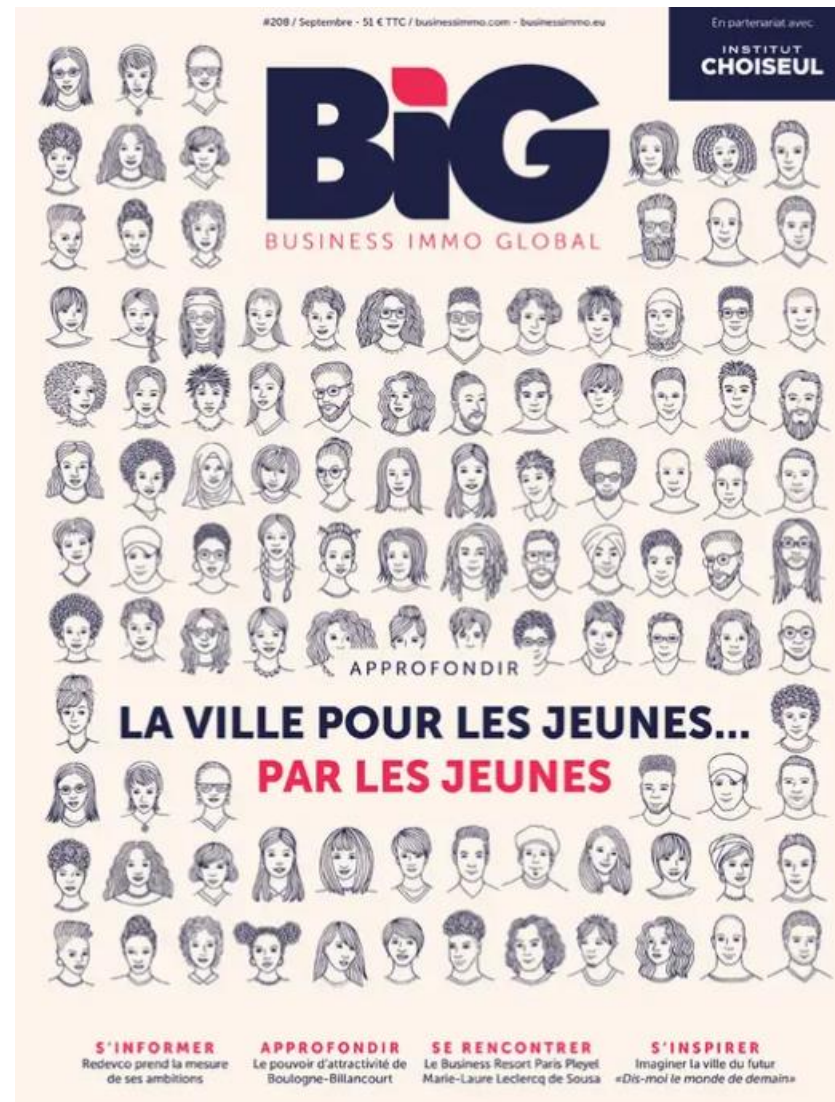
Publication: magazine BIG 208

Diffusion : septembre 2024

Le magazine BIG (Business Immo Global) de septembre 2024 est une publication exceptionnelle, en grande partie grâce à la rubrique “Approfondir”, issue d’un sondage exclusif que nous avons réalisé avec **Ipsos Digital**.

Ce sondage visait à mieux comprendre les attentes de la jeune génération en matière de logement, de travail et de consommation. Une génération souvent perçue comme difficile à appréhender par leurs aînés. Pourtant, les 18-30 ans — bien que cette tranche d’âge soit large — interagissent avec la ville de manière consciente ou inconsciente, parfois même malgré eux. Que recherchent réellement ces jeunes ? Pour le découvrir, nous leur avons posé la question à travers une enquête exclusive. **Plus de 1 000 jeunes**, représentatifs de la population française métropolitaine, ont partagé avec nous leurs aspirations quant à l’endroit où ils se voient habiter, travailler et consommer, non pas dans un futur lointain, mais d’ici cinq ans.

Ces résultats percutants ont conduit Business Immo à en faire le thème central de son colloque biannuel. En septembre 2024, la **4e édition de BIG UP** s’est tenue sous le titre “**La ville pour les jeunes... par les jeunes**”. Cet événement incontournable, conçu pour répondre aux interrogations des acteurs de l’industrie immobilière, a rassemblé plus de 300 participants, dont 48 % de dirigeant(e)s. Cette édition s’est conclue par des échanges riches, mettant en lumière des enjeux cruciaux pour l’avenir des villes et des jeunes générations.



Meilleure innovation éditoriale

Etude sur les attentes de la jeune génération en termes d'habitat, de travail et de consommation.

**BUSINESS
IMMO**

Extrait PDF de l'étude issue du sondage exclusif Ipsos Digital, publiée dans le BIG 208

APPROFONDIR

ETUDE
Ipsos

Les jeunes Français et la ville de demain

Chaque génération qui naît est-elle un peuple nouveau, comme le suggérait jadis Alexis de Tocqueville ? Confrontée à des (ré)volutions multiples, du télétravail au e-commerce, en passant par la densification urbaine, la filière immobilière se doit de comprendre dès aujourd'hui comment nous habiterons, travaillerons ou consommerons demain. Pour l'accompagner dans cet exercice de projection aussi nécessaire que périlleux, *Business Immo* a interrogé, avec le concours de l'institut Ipsos, la nouvelle génération d'utilisateurs immobiliers.

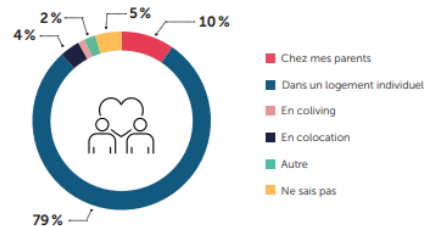
MÉTHODOLOGIE

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1 037 personnes, âgées de 18 à 30 ans. Cet échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, région et statut d'activité. Les interviews ont été réalisées par questionnaires auto-administrés en ligne via la plate-forme Ipsos Digital, du 12 au 17 juin 2024.

HABITER

1 Dans cinq ans, où pensez-vous habiter ?

La grande majorité des jeunes interrogés se voient habiter en logement individuel (79 %) à horizon cinq ans, contre 10 % des jeunes qui projettent de vivre toujours chez leurs parents. Cette option est davantage privilégiée chez les 25-30 ans (85 %) que chez les 18-24 ans (73%). Signe que ce type d'offre peine toujours à s'imposer de manière significative dans l'Hexagone en tant que solution résidentielle, seulement 13 des 1 080 répondants – dix hommes et trois femmes – s'imaginent habiter dans une résidence de type coliving proposant divers services. Et ce, quelle que soit la taille de l'agglomération.



79%
Dans un logement individuel



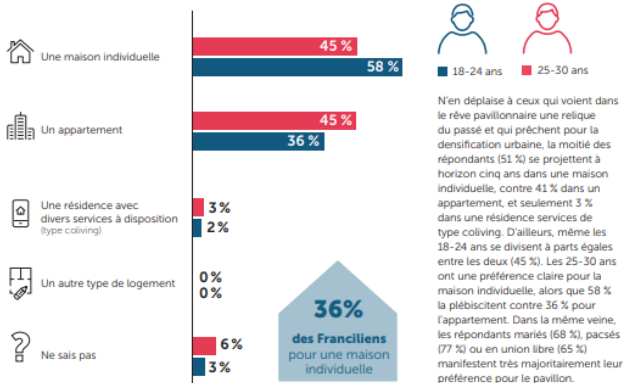
10%
Chez mes parents



18-30 ans
1%
EN COLIVING



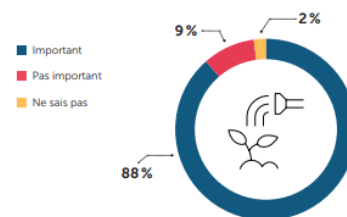
2 Dans cinq ans, dans quel type de logement pensez-vous habiter ?



«Les résultats indiquent également que les maisons individuelles sont nettement plus prisées par les milieux "ruraux" (76 %) que par les Franciliens (36 %), sans doute ici pour des questions d'offre selon le milieu», constate également Ipsos. Observant à encore l'attrait marginal des modes de vie collectifs comme le coliving ou la colocation – seulement 5 % des jeunes s'y projettent dans cinq ans –, l'institut note cependant qu'il « s'agit peut-être de modes de vie que l'on prévoit moins à moyen terme ».

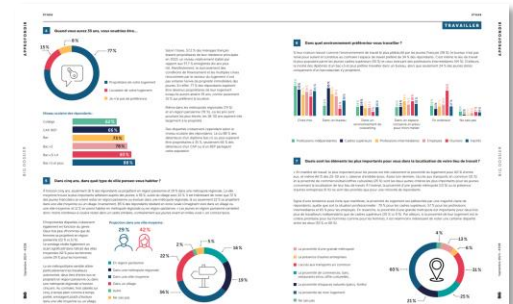
3 Et dans ce logement, quelle est l'importance pour vous d'avoir un espace extérieur (balcon, jardin, cour intérieure) ?

Un consensus clair émerge sur l'attrait des espaces extérieurs auprès des jeunes : 88 % des répondants jugent important d'avoir accès à un balcon, un jardin ou une cour intérieure, et la moitié d'entre eux y voient un élément « très important » de leur futur logement. Les 25-30 ans sont même 92 % à trouver important d'avoir un espace extérieur. Cette préoccupation est par ailleurs partagée par les jeunes habitant un milieu rural (91 %) comme par ceux évoluant dans une métropole régionale d'une taille supérieure à 200 000 habitants (90 %) ou la région parisienne (83 %).

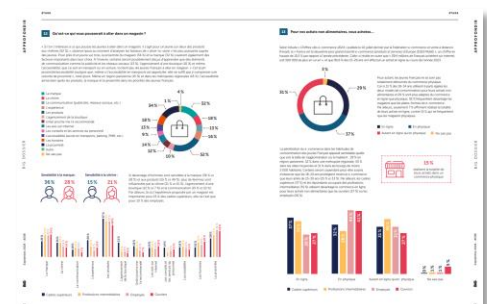
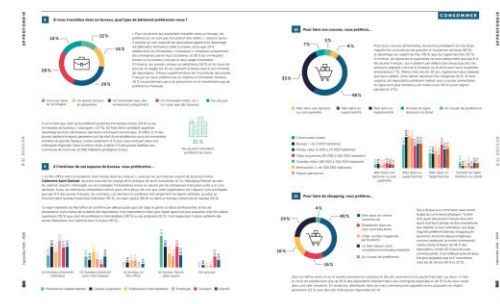


ETUDE

APPROFONDIR



BIG DOSSIER



BIG DOSSIER

BIG

An aerial photograph of Paris, France, featuring the Eiffel Tower in the center background. The city's dense urban landscape, with its characteristic Haussmannian architecture and tree-lined boulevards, is visible. A semi-transparent white rectangular box is overlaid on the image, serving as a background for the text.

MERCI

BUSINESS
IMMO