

AGENTS IMMOBILIERS D'ARRAS, DE CALAIS,  
DE LENS, DE LA CÔTE D'OPALE

# S'adapter aux évolutions du marché

PAS-DE-CALAIS





## édito

Deuxième département de la région Hauts-de-France en nombre d'habitants, le Pas-de-Calais a longtemps été victime d'un manque d'attractivité. En réalité, il cache surtout des réalités immobilières très différentes. La façade ouest du territoire, de Boulogne-sur-Mer à Dunkerque, relativement éloignée des locomotives économiques de la région, doit surtout son dynamisme aux résidents secondaires. À l'inverse, la ville d'Arras récolte les fruits de son programme de reconquête de son patrimoine. Grâce à la réhabilitation de ses monuments emblématiques, la mise en scène des entrées de ville, son nouveau schéma de circulation, la cité atrébate attire un nombre croissant de résidents.

Avec la crise du Covid-19, qui a transformé les comportements et les attentes des acheteurs, le Pas-de-Calais pourrait toutefois tenir sa revanche. L'évolution du télétravail représente une opportunité intéressante pour les territoires ruraux du département, bien couvert numériquement. Tout comme l'afflux d'acquéreurs parisiens en quête d'une meilleure qualité de vie et d'un plus grand pouvoir d'achat, qui voient, dans le Pas-de-Calais, un territoire où il fait bon s'installer. Résultat : à l'échelle du département, la demande explose et l'offre de logements se raréfie. Les prix sont, quant à eux, tirés vers le haut : ils ont augmenté de 5 % en l'espace d'un an et de 20 % en 10 ans. Avec des prix au mètre carré qui restent encore accessibles, le Pas-de-Calais connaît donc un regain d'intérêt en 2021.

Mouvement de fond ou effet trompe l'œil ? Dans tous les cas, les conséquences indirectes de la crise sanitaire et les taux d'intérêt historiquement bas profitent globalement à tout le département, malgré des marchés locaux très hétérogènes.

Nous ne sommes certainement pas là pour vous faire la leçon, ni vous apprendre à faire votre métier. Le Groupe SeLoger est en revanche un observateur privilégié des tendances immobilières dans vos territoires normands. Dans un monde qui change, parfois de manière brutale et inattendue, nous pouvons vous aider à vous adapter, à mieux décider – et donc à augmenter votre chiffre d'affaires.

### **Pénurie de l'offre, nouveaux usages, crise sanitaire ...**

100 % dédiés aux professionnels de l'immobilier, SeLoger et Logic-Immo sont reconnus pour la puissance et la complémentarité de leur audience – et par conséquent pour la qualité de leurs données. Nos sites sont aux premières loges quand il s'agit de capter les fluctuations et les signaux faibles en termes de tension immobilière, de prix ou de comportements de recherche dans vos territoires de Seine Maritime.

À travers ce livre blanc, nous voulons partager avec vous notre connaissance de vos marchés locaux et donner la parole à des experts reconnus au niveau régional et national. Notre objectif : vous aider à comparer les évolutions que vous constatez dans votre secteur avec celles que nous observons à l'échelle de votre ville ou du département. Et ainsi vous donner des arguments concrets et objectifs, pour ajuster votre stratégie commerciale, afin d'aborder les incertitudes des mois à venir avec un coup d'avance.

Bonne lecture,

**Olivier Henrotin**, manager régional du Groupe SeLoger



## sommaire

- 6 Marché immobilier dans le Pas-De-Calais
- 7 Une hausse significative des prix, quasiment partout dans le département...
- 10 L'œil de Google : quelques tendances immobilières dans le Pas-De-Calais
- 11 On regarde ville par ville ?
- 12 Le témoignage d'un agent immobilier
- 14 Vers l'agent immobilier « augmenté »
- 15 Digitalisation – 4 outils indispensables
- 17 Interview croisée – la digitalisation de l'agent immobilier

En France :

## Des porteurs de projet confiant

À l'échelle nationale, les porteurs de projets immobiliers n'ont jamais été aussi optimistes depuis le début de la crise du Covid-19, à la fois sur leur niveau de vie mais aussi sur leur pouvoir d'achat.

### Des porteurs de projets de plus en plus confiants

Sur le niveau de vie

**1/5**

Pensent que le niveau de la vie va s'améliorer d'ici la fin de l'année.  
**RECORD depuis le début de la pandémie.**

Sur le pouvoir d'achat

**1/4**

Estime que leur pouvoirs d'achat va s'améliorer d'ici la fin de l'année.  
**RECORD depuis le début de la pandémie.**

Et **62%** d'entre eux sont confiants en la réalisation de leur projet

La crise du Covid-19 n'entame pas le moral des vendeurs. Ils s'inscrivent, eux aussi, dans une dynamique positive :

### Une opportunité pour les professionnels de l'immobilier

**2/3**

des vendeurs pensent que c'est le bon moment pour vendre

Sur le bon moment pour vendre



## Marché immobilier au Pas-de-Calais au 1<sup>er</sup> semestre 2021 **Que faut-il retenir ?**

L'analyse des données et des comportements de recherche des internautes sur les sites du Groupe SeLoger et sur Google sont riches d'enseignements sur les tendances du marché de l'immobilier au Pas-de-Calais. Gros plan sur les évolutions moyennes constatées localement au premier semestre 2021.



**-7 %** du volume  
d'annonces  
à la vente

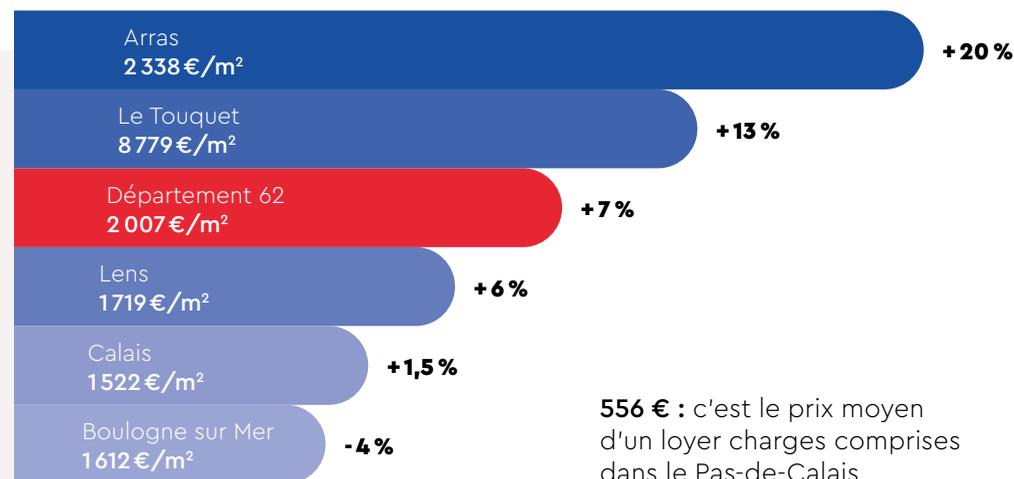
« Le marché immobilier du Pas-de-Calais est dynamique, d'autant plus depuis la fin des confinements liés à la crise sanitaire. La demande dépasse largement l'offre, ce qui a pour conséquence de faire grimper les prix des biens. Cette bonne forme s'explique par deux facteurs : l'envie des Français de devenir propriétaires et les taux bancaires qui restent attractifs. Dans les agglomérations du département comme sur la Côte d'Opale, nous assistons également à l'arrivée de parisiens qui ont goûté au télétravail pendant la crise et qui ont décidé de délocaliser leurs bureaux dans une maison spacieuse avec un jardin. »

Jean-François Hanot,  
Président de la Chambre FNAIM Picardie /Pas-de-Calais

## Des prix qui continuent à augmenter au premier semestre 2021

**+7 %**  
en moyenne à l'échelle  
du département

Le département se caractérise par des marchés immobiliers différents qui co-existent. Partout à l'exception de Boulogne-sur-Mer, le prix moyen au mètre carré poursuit son escalade, avec des hausses particulièrement fortes à Arras (+ 20 %) et au Touquet (+ 13 %).



203 449 € : c'est le prix moyen affiché d'un bien immobilier dans le Pas-de-Calais

« Dans le Pas-de-Calais, les prix augmentent, du fait de la tension du marché. Les cycles de vente se raccourcissent et les délais deviennent fulgurants. Il n'est pas rare de vendre un bien dans la quinzaine s'il est au prix du marché, surtout sur la Côte d'Opale. »

556 € : c'est le prix moyen d'un loyer charges comprises dans le Pas-de-Calais

« Le marché de la location est problématique dans le Pas-de-Calais. Les investisseurs sont là mais ne sont pas assez nombreux par rapport à la demande, notamment sur le segment de la résidence principale. Résultat, dans certaines zones tendues, notamment en bord de mer, nous n'avons strictement rien à louer. »

Jean-François Hanot

## Pas-de-Calais : comment se comportent les acheteurs ?

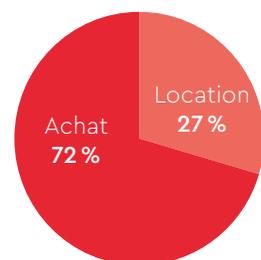
Au premier semestre 2021, le département 62 a rassemblé :

**+ 383 042**  
visiteurs uniques sur les portails  
du Groupe SeLoger

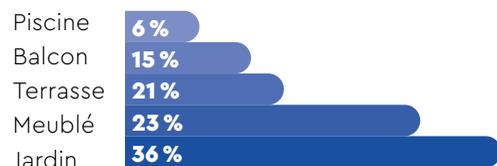
Au global, **0,38 %**  
des utilisateurs des portails  
du Groupe SeLoger  
recherchent un bien à acheter  
ou louer dans la Somme.

**+ 2,1 millions**  
de recherches

### Type de transaction



### Critères avancés les plus demandés



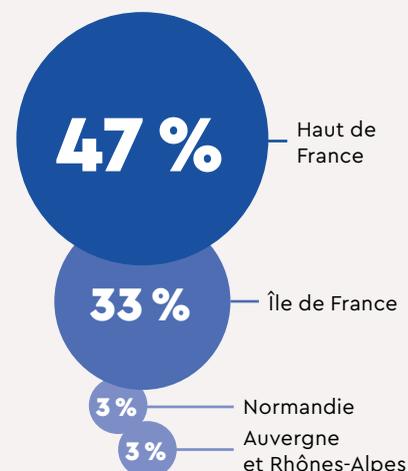
Le Pas-de-Calais attire les locataires de biens meublés et les investisseurs de petites surfaces. Comme partout en France, les biens dotés d'un extérieur, notamment d'un jardin, sont plébiscités par les acquéreurs et les locataires, d'autant plus depuis l'arrivée massive des Franciliens.

\*données internes Groupe SeLoger 1<sup>er</sup> semestre 2021

## D'où proviennent les recherches ?

Les recherches de biens situés dans le département Pas-de-Calais émanent majoritairement d'internautes basés dans la région voisine des Hauts-de-France. À noter : les franciliens représentent déjà plus de deux recherches sur dix. Un chiffre qui pourrait encore grimper ces prochains mois.

### 1/3 des recherches proviennent des franciliens



Cette demande exogène ne signifie pas pour autant que 33 % des transactions sont signées avec des clients d'Île-de-France. Si ces chiffres témoignent d'une tendance globale, ils sont également dû à la « curiosité » des Parisiens, dans la phase d'avant-projet.

### Leur comportement de recherche évolue également

**+8 %**  
de temps passé sur nos offres

**+26 %**  
d'annonces vues pas visite

**+24 %**  
d'ajouts aux favoris

Et **75 %** du trafic s'effectue sur mobile

« Avec la crise du Covid-19, il est vrai que de nombreux parisiens envisagent de s'installer dans le Pas-de-Calais, dont les territoires sont équipés en fibre optique. Il y a ainsi un regain d'intérêt pour les maisons individuelles avec jardin. Les liaisons ferroviaires entre Paris et les villes du département sont clés pour les futurs acquéreurs. Si, à l'échelle du département, nous avions une ligne TGV, je pense que le marché immobilier du Pas-de-Calais exploserait »

Jean-François Hanot

\*données internes Groupe SeLoger 1<sup>er</sup> semestre 2021

## L'œil de Google : quelques tendances immobilières dans la Somme

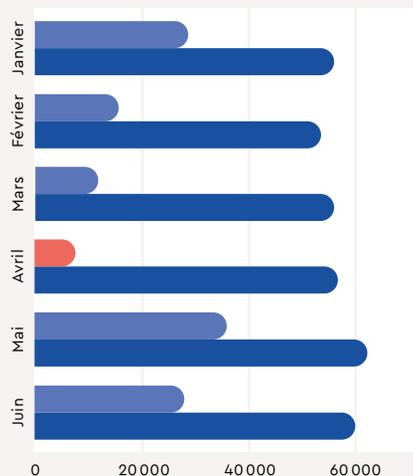
### Évolution du volume de recherches sur Google

**+186 % de recherches**

au premier semestre 2021 par rapport au premier semestre 2020, sur les requêtes immobilières relatives au Pas-de-Calais.

● 2020 ● 2021

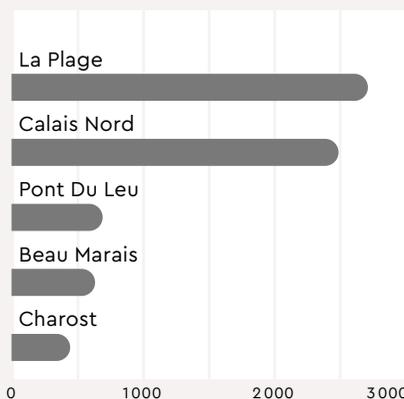
~ 30300 requêtes mensuelles « Calais » liées à l'immobilier sur Google au premier semestre 2021



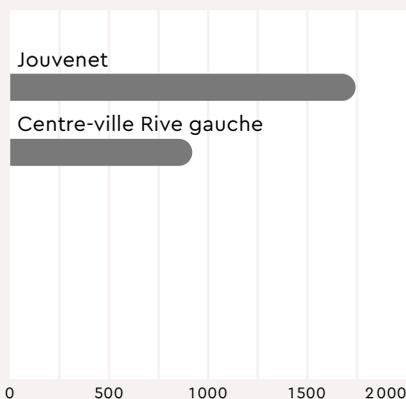
### Les quartiers les plus recherchés sur Google

Nombre de requêtes mensuelles

#### Calais



#### Arras



### Le type de transactions recherchées sur Google dans le Pas-de-Calais

Plus de la moitié des recherches relatives à l'immobilier effectuées sur Google concerne l'achat d'un bien immobilier dans le département au 1<sup>er</sup> semestre 2021



### On regarde ville par ville ?

Dans le Pas-de-Calais, plusieurs marchés immobiliers co-existent :

#### VENTE

ARRAS

**+105 % de volume d'annonces**

BOULOGNE-SUR-MER

**+17 % de volume d'annonces**

LE TOUQUET

**+25 % de volume d'annonces**

LE LENS

**+37 % de volume d'annonces**

Sur les portails du Groupe SeLoger au 1<sup>er</sup> semestre 2021

« Dans le Pas-de-Calais, outre Arras qui a toujours été dynamique, ce sont les communes non loin de la mer qui attirent le plus. Les acquéreurs, notamment Les Parisiens, sont attirés par Boulogne-sur-Mer, Le Touquet, Stella-Plage... moins par Saint-Omer, qui se situe davantage dans les terres. Contrairement aux idées reçues, le marché est également dynamique dans le Calaisis. Ce qui change, c'est que les budgets y sont légèrement moins importants. »

Jean-François Hanot



**« Au Touquet,  
il y a une  
envolée  
des prix »**

Lilloise d'origine, Cécile Windal a ouvert, en septembre 2019, une agence spécialisée dans l'immobilier haut-de-gamme au Touquet, sous l'égide de Sotheby's International Realty. La directrice de l'agence vend essentiellement des propriétés de caractère, sur la Côte d'Opale et dans l'arrière-pays, où les prix ne cessent d'augmenter.

### Comment avez-vous vécu ces derniers mois ?

*C.d.S. : On dit souvent que « Gouverner C.W. : Très bien dans la mesure où le marché du haut-de-gamme a retrouvé son dynamisme à chaque sortie de confinement. Depuis la crise sanitaire, les acquéreurs sont plus nombreux et leur profil a changé. Auparavant, c'était surtout des retraités qui achetaient pour vivre au Touquet à l'année. Depuis quelques mois, ce sont aussi de jeunes parisiens, souvent avec des enfants en bas âge, qui ont découvert le télétravail pendant la crise et qui ont décidé de s'installer au Touquet afin d'améliorer leur qualité de vie. Généralement, ils gardent un petit pied-à-terre à Paris et font des allers-retours en TER. Ces parisiens visent Le Touquet ainsi que ses environs proches, notamment Cucq et Saint-Josse.*

### Le contexte de crise sanitaire a-t-il fait évoluer vos pratiques ?

*C.W. : Je n'ai pas attendu la crise pour proposer des visites virtuelles à mes clients étant donné que certains habitent loin, parfois à l'étranger. Je n'ai pas non plus fait davantage de prospection, cette pratique étant plutôt mal vue dans l'immobilier haut-de-gamme. Aujourd'hui, c'est essentiellement grâce à mon réseau que je parviens à entrer des mandats. Avant la crise, j'avais toutefois changé ma stratégie. En arrivant au Touquet, la concurrence entre les agences était telle que j'ai décidé d'élargir ma zone de déplacement à 50 km autour de la station. Cela me permet aujourd'hui de vendre des longères, des anciennes abbayes, des relais de chasse dans l'arrière-pays, par exemple à Montreuil-sur-Mer.*

### Quelles tendances immobilières voyez-vous émerger au Touquet ?

*C.W. : Ce que je constate, c'est une envolée des prix. Depuis le déconfinement, j'estime à environ 15 % l'augmentation des prix des biens dans l'immobilier haut-de-gamme, au Touquet et plus généralement sur toute la Côte d'Opale. Le corolaire de cette tendance, c'est que les propriétaires en profitent et ont des attentes parfois démesurées. Il n'est pas rare qu'ils surévaluent leurs biens et que certaines agences acceptent des mandats à des prix exagérés. L'autre tendance, c'est que les délais de transaction se raccourcissent. Puisqu'ils sont encore relativement rares sur le marché, les produits bien placés et affichés au bon prix peuvent partir en 8 jours ou, maximum, dans un délai d'un mois.*

### Êtes-vous serein pour les prochains mois ?

*C.W. : Oui, je suis sereine car il y a à la fois davantage de biens à vendre et d'acquéreurs potentiels. Même si les parisiens, qui ont un pouvoir d'achat bien supérieur aux populations locales, continuent de s'intéresser au Touquet, les prix du marché ne devraient pas augmenter encore longtemps. J'anticipe plutôt une stagnation, à condition que les propriétaires écoutent davantage les agents immobiliers. La demande de la part des acquéreurs devrait continuer à être soutenue, que ce soit pour des résidences principales ou secondaires, y compris pour des budgets entre 1,5 et 2,5 millions. Les Belges sont également sur les starting-block pour acheter un bien, par exemple à Wimereux et Hardelot.*



# L'agent immobilier « augmenté »

Tirer parti du digital pour renforcer ses fondamentaux métiers

Le digital est entré depuis plus de 15 ans dans le quotidien des agents immobiliers. Si les innovations dans le secteur sont permanentes, la crise du printemps 2020 a accéléré de manière spectaculaire l'appropriation de certains outils professionnels devenus vitaux, alors qu'ils étaient parfois perçus jusqu'ici comme accessoires. Reste que le digital ne supplantera jamais le cœur de métier des agents immobiliers, en dépit de toutes les nouvelles contraintes sanitaires. Il devient en revanche leur allié numéro 1...

## Digitalisation 4 outils indispensables

### LA DATA

**Le principe :** recueillir des données chiffrées depuis vos sites d'annonces, votre logiciel immobilier ou votre CRM pour analyser des tendances de marché, adapter sa stratégie ou anticiper les comportements des clients.

**Les usages :**

**Faciliter la qualification** des contacts clients.

**Obtenir des contacts** qualifiés.

**Repérer le niveau de « chaleur »** d'un contact acquéreur ou candidat locataire afin de prioriser ses actions.

**S'appuyer sur des arguments chiffrés** et solides pour renégocier les mandats pris trop chers ou aider à la prise de décision.

→ **Simplifier l'accès et l'analyse des données**

*« Il va nous falloir redoubler d'efforts pour le travail de qualification en amont des visites. Nous ne pouvons plus nous permettre d'arriver chez les propriétaires vendeurs avec des visiteurs qui ne portent pas suffisamment d'intérêt pour les biens »*

### L'ESTIMATION EN LIGNE

**Le principe :** capitaliser sur les bénéfices des outils d'estimation accessibles en ligne.

**Les intérêts :**

**Capter des mandats** sur la base de leads préqualifiés.

**Bénéficier d'une base de travail** pour nourrir et affiner ses propres estimations professionnelles.

→ **Faire valoir la valeur ajoutée d'une évaluation réalisée sur place, par un professionnel, auprès des acquéreurs.**

## LES VISITES VIDÉO / VISITES VIRTUELLES

**Le principe :** aider les acquéreurs ou candidats locataires à se projeter, avant d'aller visiter

**Les usages :**

**Prioriser les visites** en fonction du niveau d'intérêt des contacts et de leur potentiel.

**Proposer des visites vidéo en live** à plusieurs acquéreurs à distance au même moment.

**Bénéficier d'une solution alternative** si l'organisation d'une visite physique n'est pas possible.

→ **Faciliter et accélérer la création des contenus vidéos en toute autonomie**

*« Ma priorité à la sortie du confinement sera de réaliser des visites virtuelles pour tous mes biens et d'avoir des panoramas pour créer des vidéos. En cas de re-confinement, nous devons pouvoir offrir des solutions aux acquéreurs »*

## LA GÉOLOCALISATION DES ANNONCES

**Le principe :** permettre à l'internaute d'identifier, plus ou moins précisément sur une carte, la localisation d'un bien à vendre ou à louer.

**Les intérêts :**

**Gagner du temps** dans le traitement des demandes d'information des acquéreurs et candidats locataires.

**Affiner le ciblage des clients** en partageant des informations complémentaires facilitant leur prise de décision.

**Améliorer le service** apporté aux clients et gagner en visibilité.

→ **Trouver un bon compromis pour les biens en mandat simple, sur le degré de précision de la géolocalisation**

# Interview croisée

La première est startupeuse, à la tête d'Habiteo, une solution de marketing digital pour l'immobilier neuf. Le second est Président de l'Institut du Management des Services Immobiliers (IMSI) et ancien dirigeant de Foncia. Fins observateurs des tendances immobilières, Jeanne Massa et Henry Buzy-Cazaux échangent à bâtons rompus sur la transformation digitale à marche forcée qui a marqué le secteur immobilier ces derniers mois. Analyse croisée de deux experts aussi complémentaires que visionnaires.

**Qu'est ce qui a le plus changé dans le monde de l'immobilier depuis le printemps 2020 ?**



*Cette crise n'a pas changé le marché immobilier en lui-même mais la manière d'opérer sur le marché. J'observe une forte accélération dans l'adoption des outils digitaux. Les professionnels de l'immobilier ont pris conscience à grande échelle des bénéfices concrets que peuvent leur apporter le digital. Être capable de vendre à distance est devenu une préoccupation majeure, alors que la démarche digitale était longtemps restée aux balbutiements.*



*Le confinement a agi comme une catalyse de transformation, aussi bien dans la transaction, le syndic ou l'administration de biens. Cette crise a fait voler en éclat une grande objection, qui consistait à opposer systématiquement humain et digital. Dans nos métiers, le digital est par définition au service de l'humain. Même les plus récalcitrants commencent à changer d'avis.*

*Beaucoup d'agences étaient équipées d'outils digitaux ou de CRM qu'elles n'utilisaient jamais auparavant. L'hyper-connexion pendant le confinement a changé la donne, avec une adoption massive de ces outils « dormants ». Les professionnels ont eu le temps d'explorer et de percevoir la valeur ajoutée de la data. Grâce aux données dont ils disposent sur les clients, ils ont pu adapter et personnaliser leurs messages pour un contact plus empathique, aider les prises de décision, etc. Le digital a permis aux agents et administrateurs de biens de créer un lien plus dense et plus attentif que celui qui préexistait sans le recours exclusif au digital.*

**« Être capable de vendre à distance est devenu une préoccupation majeure »**

**« Cette crise a fait voler en éclat une grande objection, qui consistait à opposer systématiquement humain et digital »**

# Interview croisée

Quelles pratiques vont se pérenniser dans la profession, une fois la situation sanitaire et économique normalisée ?



*Je suis convaincu que cette période atypique a converti beaucoup de clients au digital, sans retour en arrière possible. Le recours à la data, la signature électronique ou les visites virtuelles vont rester dans les usages. Personne n'a dit qu'un acquéreur était prêt à acheter un bien dans l'ancien sans l'avoir visité. En revanche, tout le monde sait maintenant qu'il n'est pas nécessaire de se déplacer pour en visiter 50. Le digital est aussi un atout en termes de service apporté aux clients, souvent sans surcoût. Il a fait exploser les cases spatio-temporelles : on sait désormais que le service peut en grande partie être apporté partout et à n'importe quel moment au client.*

**« Le digital a fait exploser les cases spatio-temporelles : on sait désormais que le service au client peut en grande partie être apporté partout et à n'importe quel moment »**

L'hyper-connexion des agents immobiliers pendant le confinement a changé la donne, avec une adoption massive des outils « dormants ».



*Le confinement a permis de lever une autre objection : celle de la formation aux outils. Avant, il était souvent difficile de trouver le temps de former tout le monde. L'urgence de la crise a permis de se rendre compte que c'était utile et finalement pas si compliqué. Comme dans tous les secteurs, je pense aussi qu'il faut s'attendre à une progression du recours au télétravail dans l'immobilier, un ou deux jours par semaine.*



*Autre bénéfice : la transformation digitale renouvelle l'attractivité des métiers de la transaction et de la gestion. Ils s'en trouvent transfigurés et modernisés au point de pouvoir séduire davantage de jeunes.*

## en conclusion...



Dans un monde qui bouge, face à la pénurie de l'offre immobilière et la concurrence du 'particulier à particulier, les agents immobiliers ont bien compris qu'ils devaient se transformer. Les outils digitaux leur permettent non seulement de mieux comprendre leur marché local, mais aussi d'apporter plus de services à leurs clients... Et donc d'enrichir leur portefeuille mandats, en quantité et en qualité.

**SeLoger** **LOGIC**  
**-IMMO**

**N°1** des portails 100 % IMMO<sup>1</sup>

**N°1** du référencement Google<sup>2</sup>

**61,5M** de visites mensuelles sur nos 2 sites<sup>3</sup>

**18%** d'audience commune seulement<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Médiamétrie février 2021

<sup>2</sup> chiffres Myposeo 2020

<sup>3</sup> Source interne mars 2021

<sup>4</sup> Médiamétrie 2019

**Testez vous aussi  
l'efficacité de**

**DUO**

**SeLoger** **LOGIC**  
**-IMMO**

Le dispositif de communication  
**le + puissant** du marché avec  
17 fonctionnalités supplémentaires  
à la diffusion d'annonces

**Retrouvez toutes nos offres sur**

[pro.groupeseloger.com](http://pro.groupeseloger.com)

**Contactez-nous:** 01 53 38 80 00

[support-commercial@groupeseloger.com](mailto:support-commercial@groupeseloger.com)