

*Avez-vous vraiment un ami dans l'immobilier ?*

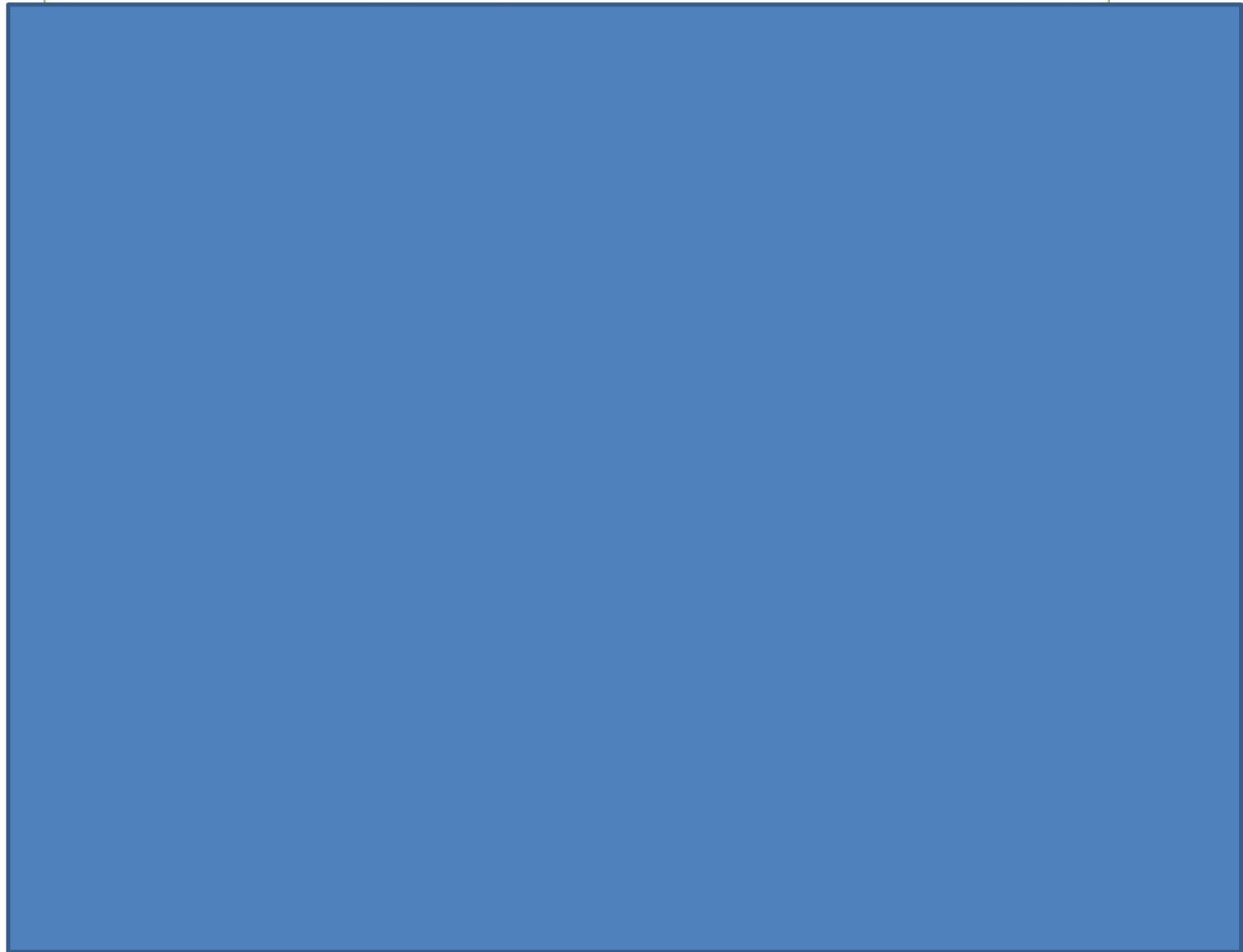
La valeur ajoutée perçue des professionnels  
immobiliers par rapport aux relations directes

Fabrice Larceneux

CNRS - Université Paris Dauphine



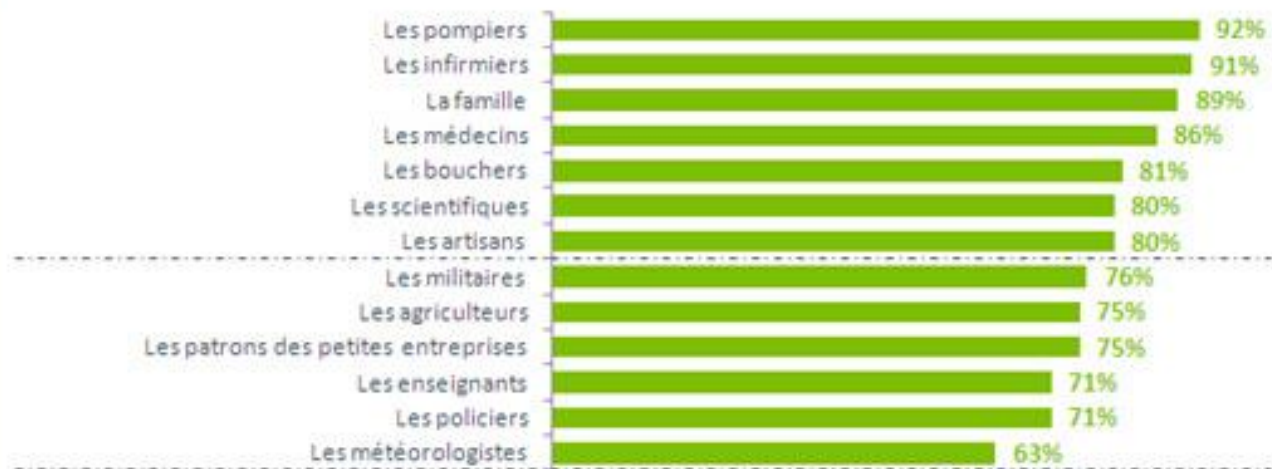
*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



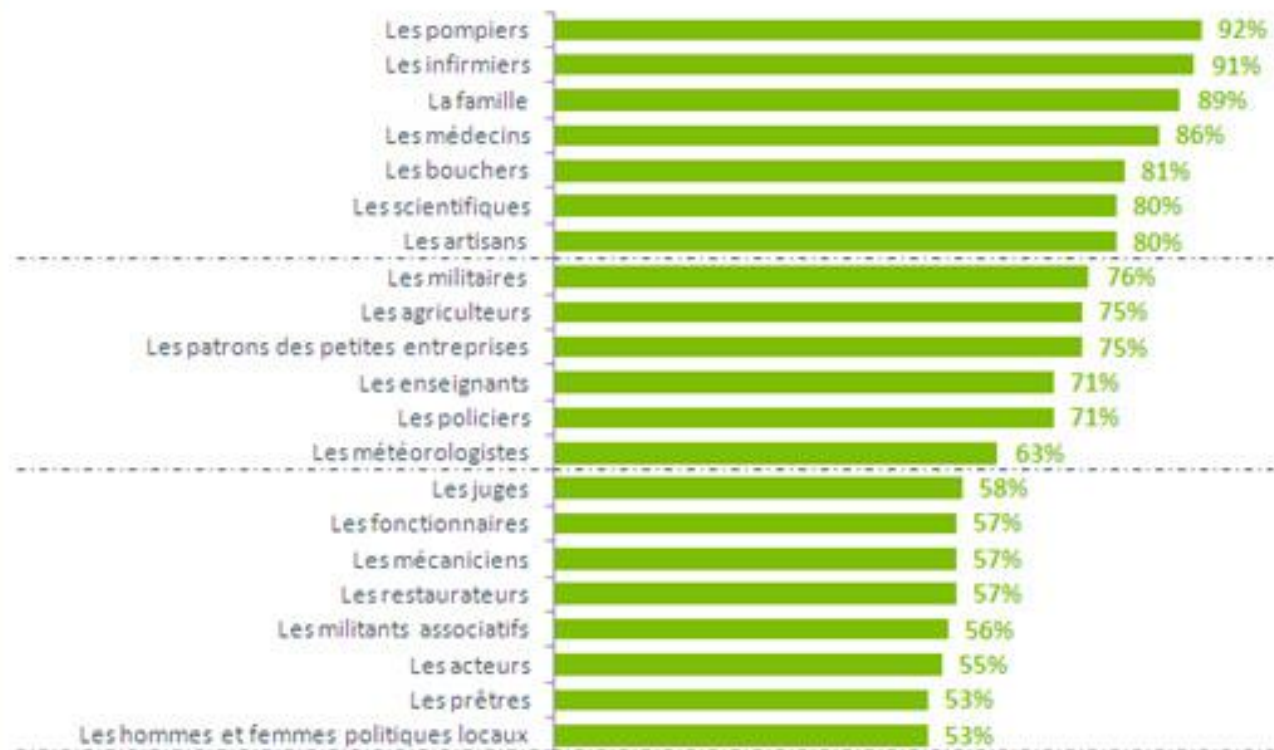
*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



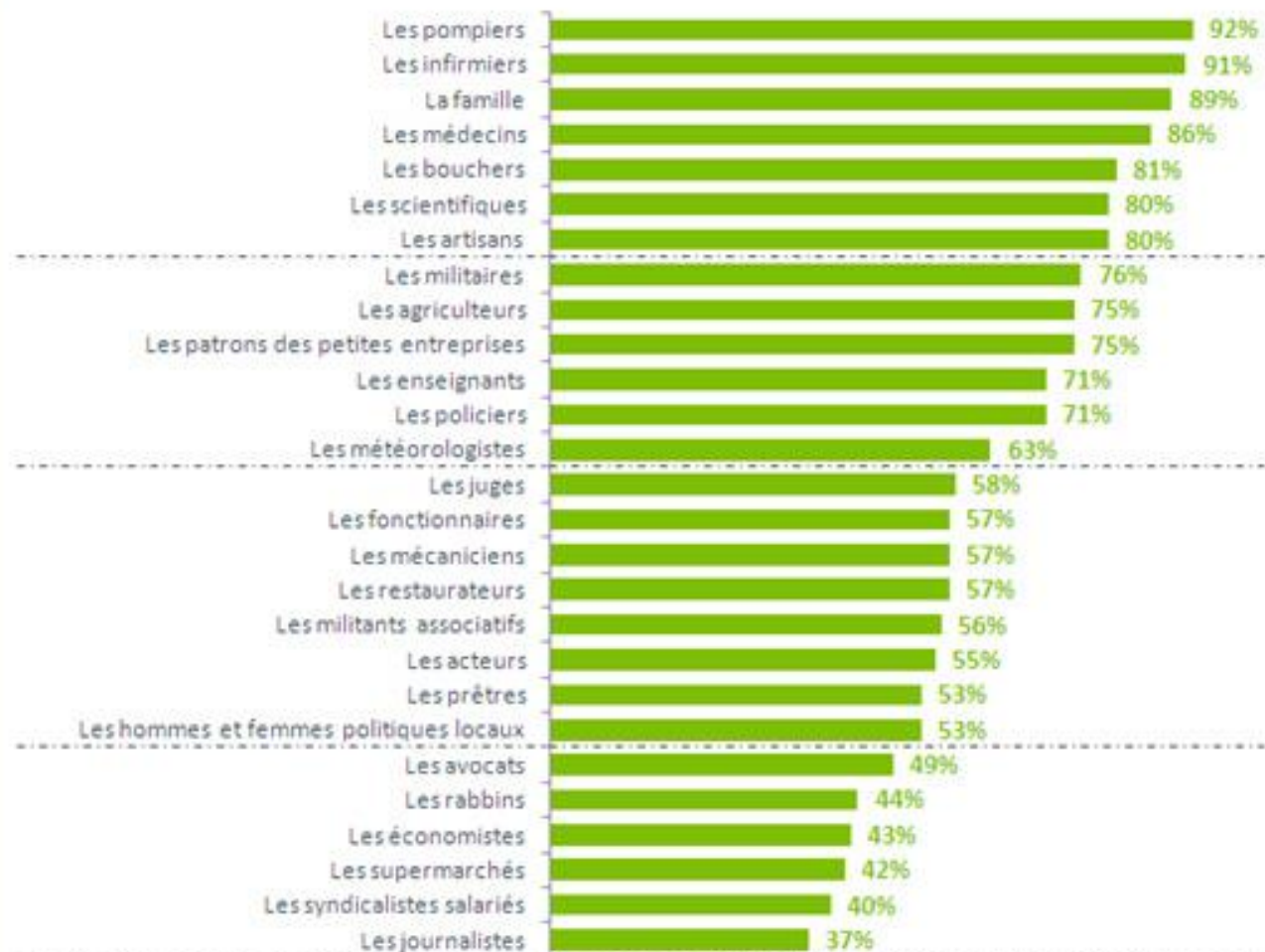
*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



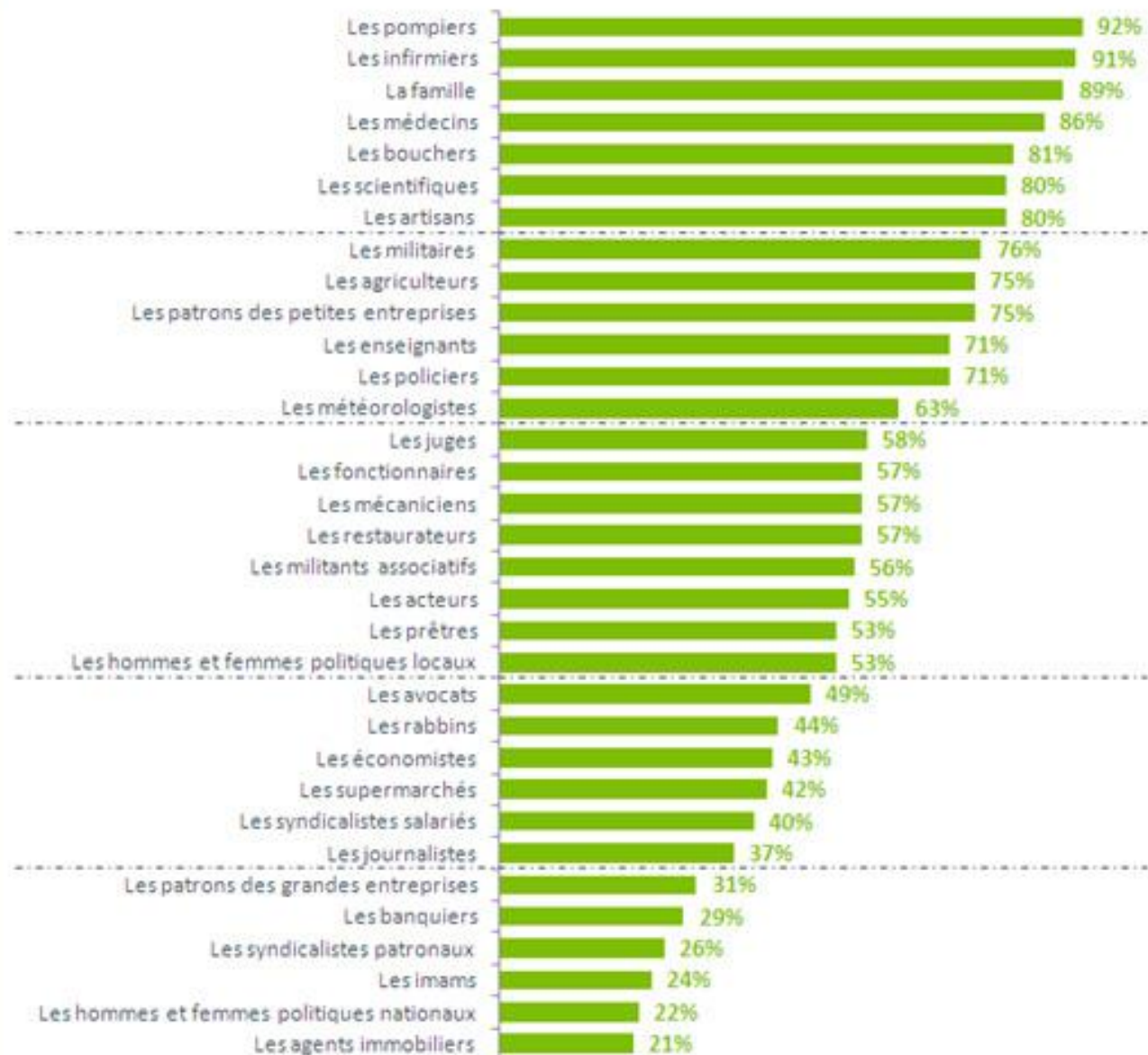
*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



*Dans le cadre de leurs fonctions, diriez-vous que vous faites tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance à chacun de ces acteurs ? (% Total Confiance)*



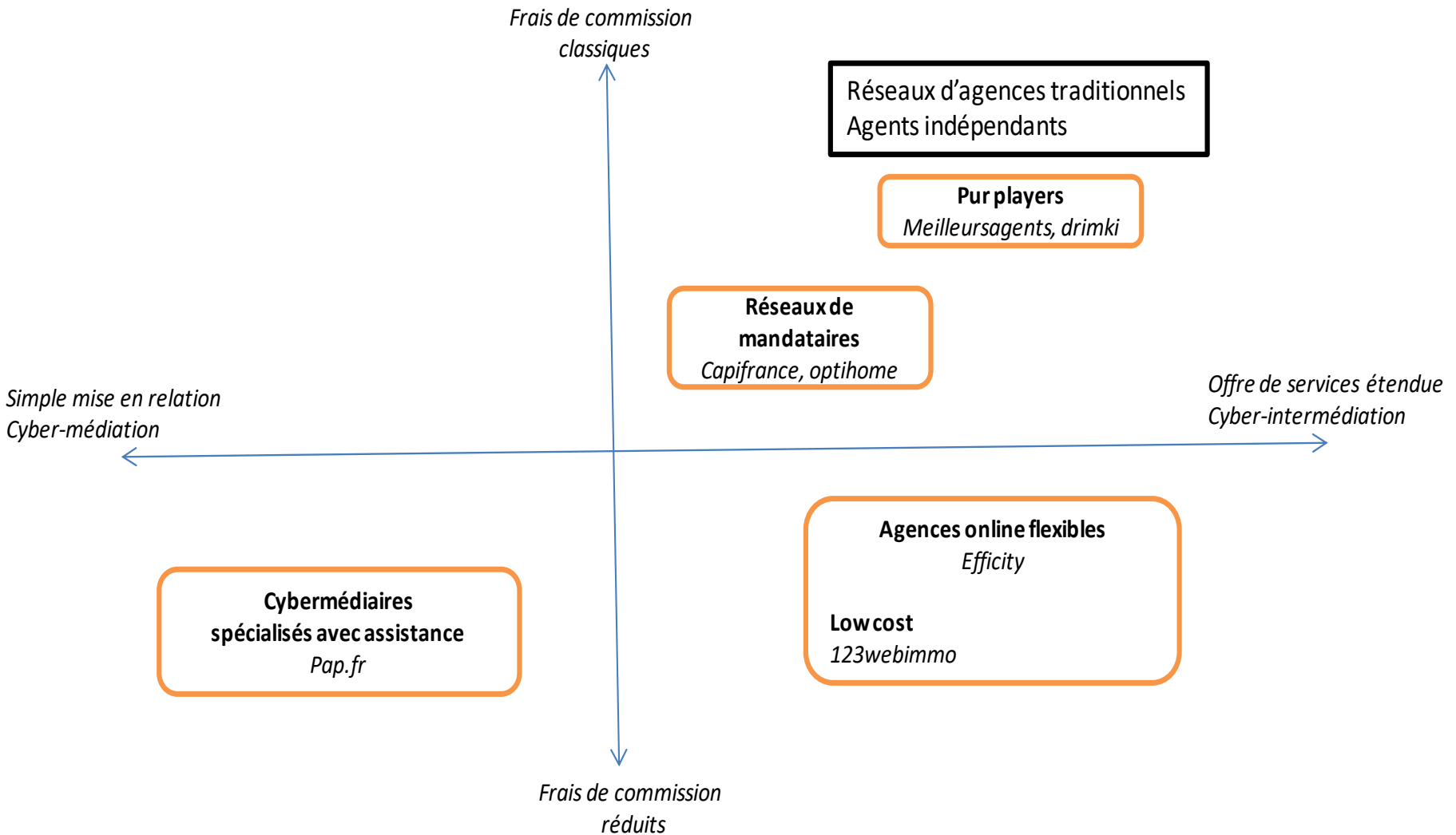
# Contexte de l'intermédiation immobilière

- Internet : la révolution numérique et la menace d'uberisation
  - Renversement du pouvoir au profit des consommateurs
    - Information largement disponible pour les consommateurs
  - Les consommateurs deviennent de plus en plus experts
    - Connaissance facilitée de l'existence des biens à vendre vs. rente informationnelle
    - Évaluation en ligne de la valeur des biens > fixation du prix de référence psychologique
    - Information légale disponible relativement facilement
  - Question de la désintermédiation et/ou des nouveaux modèles de ré-intermédiation ? (PAP, Le bon coin)
    - Menace de disparition des intermédiaires (Tucilio, 1997)



# La reconfiguration de l'intermédiation avec internet

## Structuration du marché immobilier avec l'apparition d'internet



# Contexte de l'intermédiation immobilière

- Facteurs clés de succès des intermédiaires : une démarche commerciale plus adaptée
  - Question de la valeur ajoutée des professionnels de l'immobilier
  - S'adresser aux acheteurs potentiels et propriétaires vendeurs en leur proposant de véritables services « clés » perçus comme utiles et différenciants
- Positionnement des professionnels immobiliers dans la chaîne de valeur
  - Expertise ?
  - Home staging (Emission de TV, etc...)
  - Mise en avant de la formation des agents immobilier
    - > Quels bénéfices pour les clients ?
- Quelle est la valeur ajoutée des professionnels de l'immobilier aujourd'hui ?
  - Quelle perception des vendeurs ? Des acheteurs ?
  - Peut-on proposer une conceptualisation des grands bénéfices perçus et recherchés par rapport aux relations directes ?
  - Quelle stratégie commerciale à mettre en œuvre ?

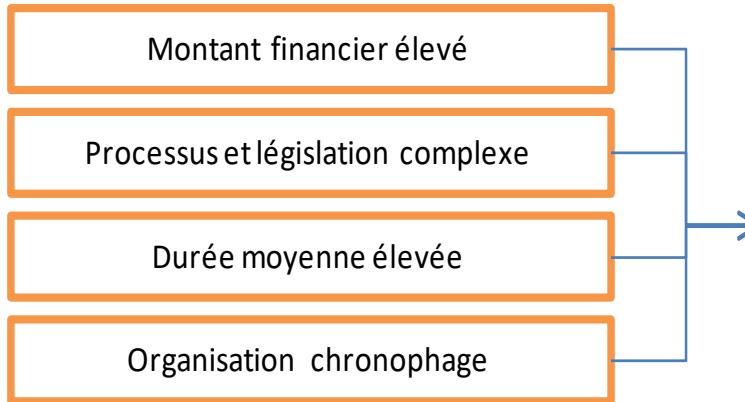
- Enquêtes qualitative et quantitative

### > Enquête qualitative

- Groupe de 15 d'acheteurs et vendeurs qui discutent sur l'opportunité de passer par un intermédiaires ou directement avec un particulier via par exemple des sites comme leboncoin.fr ou pap
- Caractéristiques perçues de la transaction
- Risques perçus et les coûts psychologiques
- Avantages et inconvénients perçus de passer par un agent immobilier vs directement entre particuliers

# Conceptualisation et regroupement des items

Caractéristiques  
de la transaction



# Conceptualisation et regroupement des items

Caractéristiques de la transaction

Montant financier élevé

Processus et législation complexe

Durée moyenne élevée

Organisation chronophage

Coûts perçus de transaction

Ne pas trouver le bien / l'acheteur

Processus long

Processus contraignant

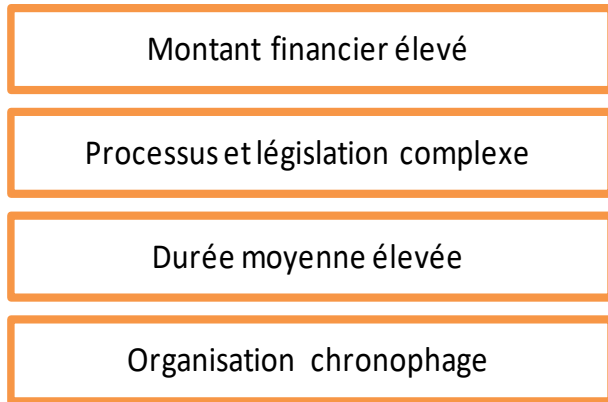
Processus anxieux

Négociation complexe

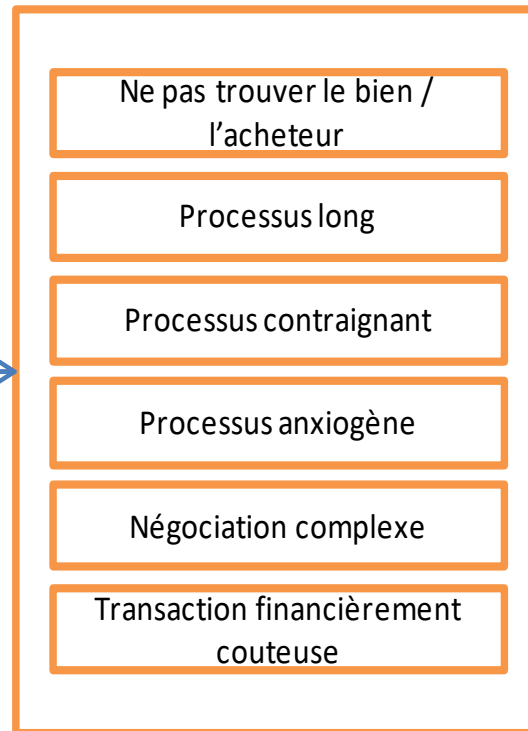
Transaction financièrement couteuse

# Conceptualisation et regroupement des items

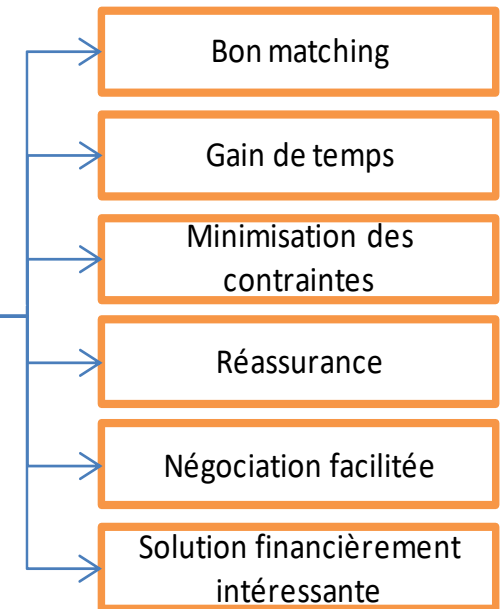
## Caractéristiques de la transaction



## Coûts perçus de transaction



## Bénéfices perçus des intermédiaire simmobiliers



# Méthodologie

- Questionnaire adressé par email à 180 248 contacts inscrits sur un site immobilier *meilleursagents.com* qui diffuse des informations sur les prix
  - Population mère : internautes recherchant de l'information gratuite sur les prix de l'immobilier
  - Des acheteurs et des vendeurs qui ont eu l'expérience d'une transaction dans les deux dernières années
- Nombre de répondants : 6 077  
Taux de réponse : 3,4 %

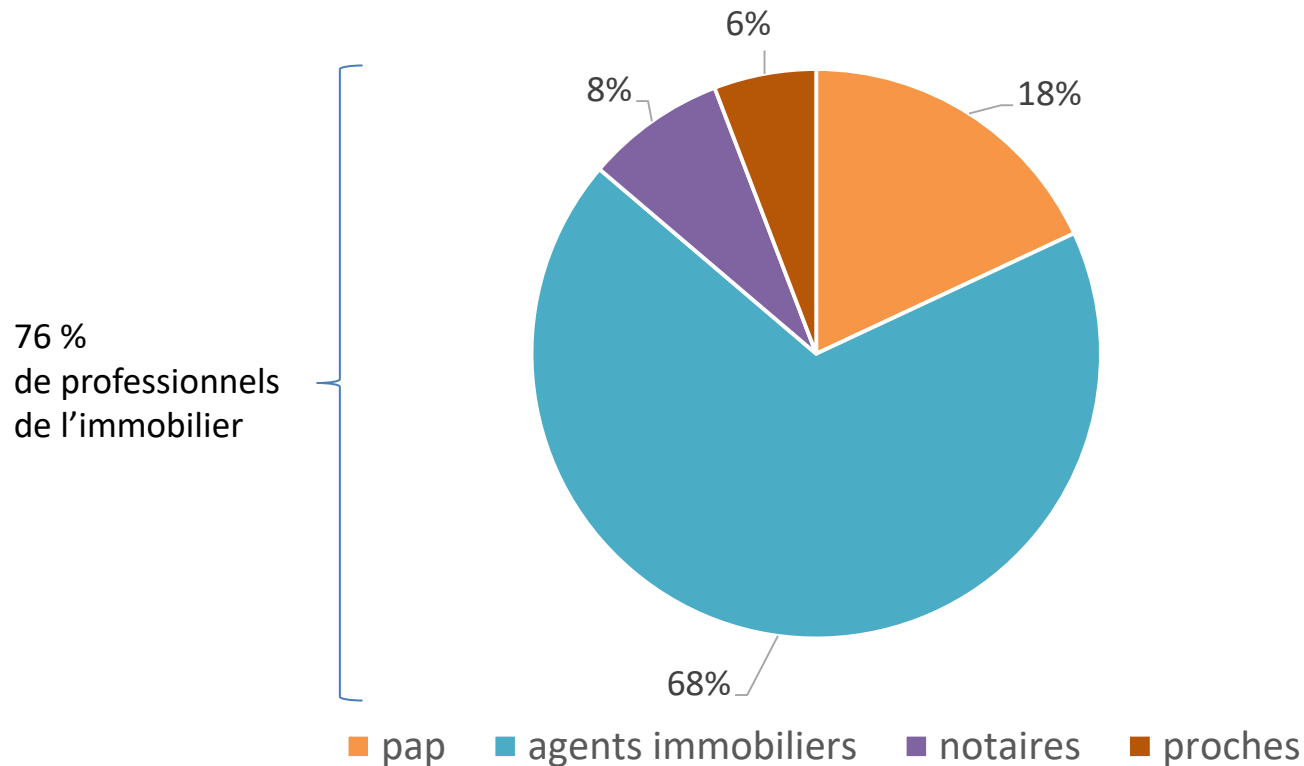
## Effectifs recueillis

|       | Projets finalisés<br>via une solution<br>P2P | Projets finalisés<br>via une solution<br>AI | Projets finalisés<br>via des notaires | projets finalisés<br>vis des proches<br>(amis, etc.) | Total |
|-------|--|---|---------------------------------------|--|-------|
| Achat | 435  | 1 643                                       | 192                                   | 140  | 2410  |
| Vente | 491  | 1 573                                       | 196                                   | 98   | 2358  |



# Parts de marché pour l'achat d'un bien immobilier

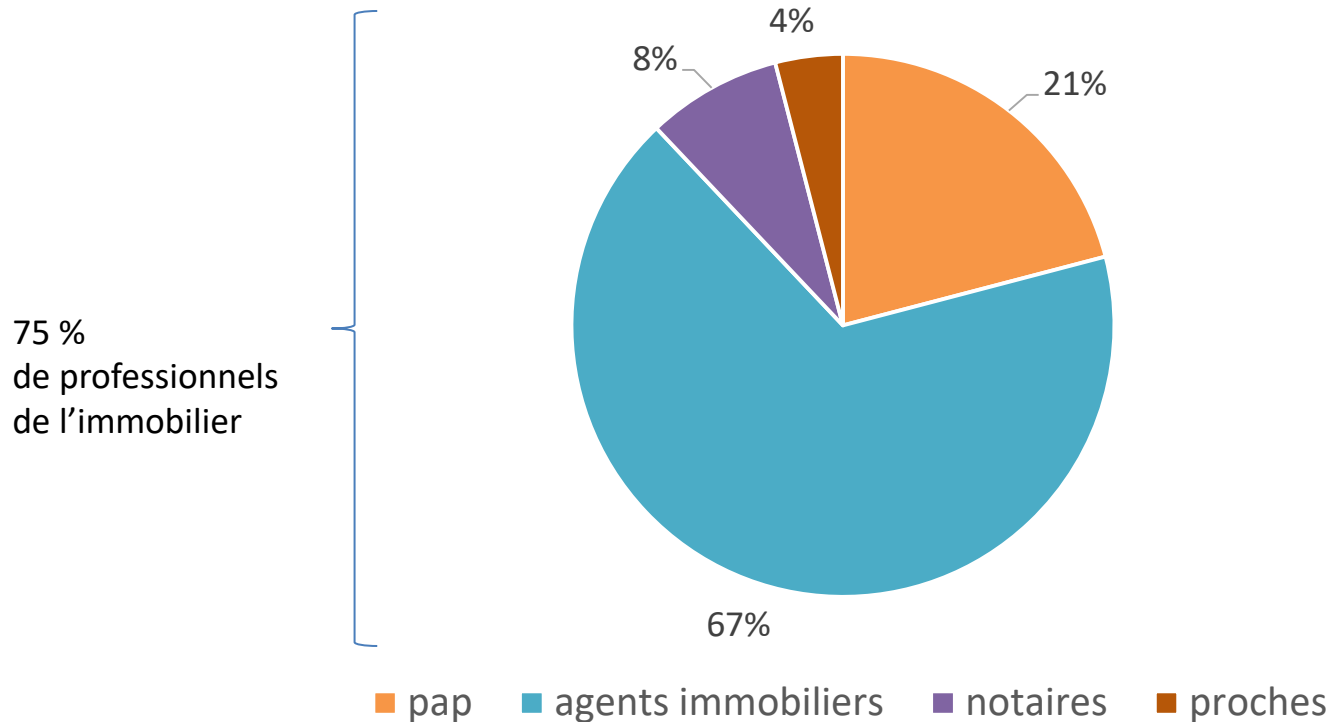
De quelle manière avez-vous finalement trouvé votre bien ?



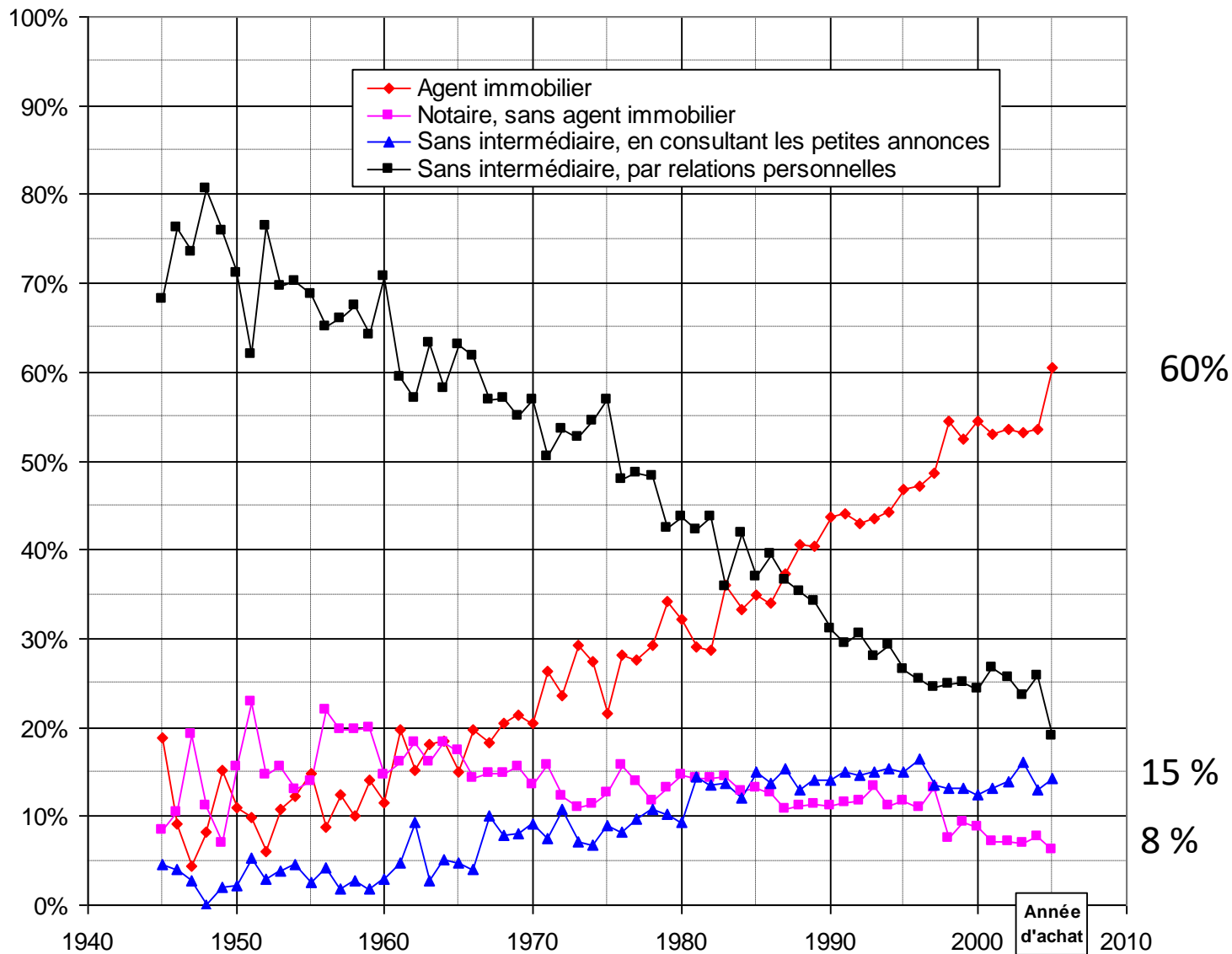
**3/4 des acheteurs achètent leur bien immobilier via des professionnels de l'immobilier**

# Parts de marché pour la vente d'un bien

De quelle manière avez-vous finalement vendu votre bien ?

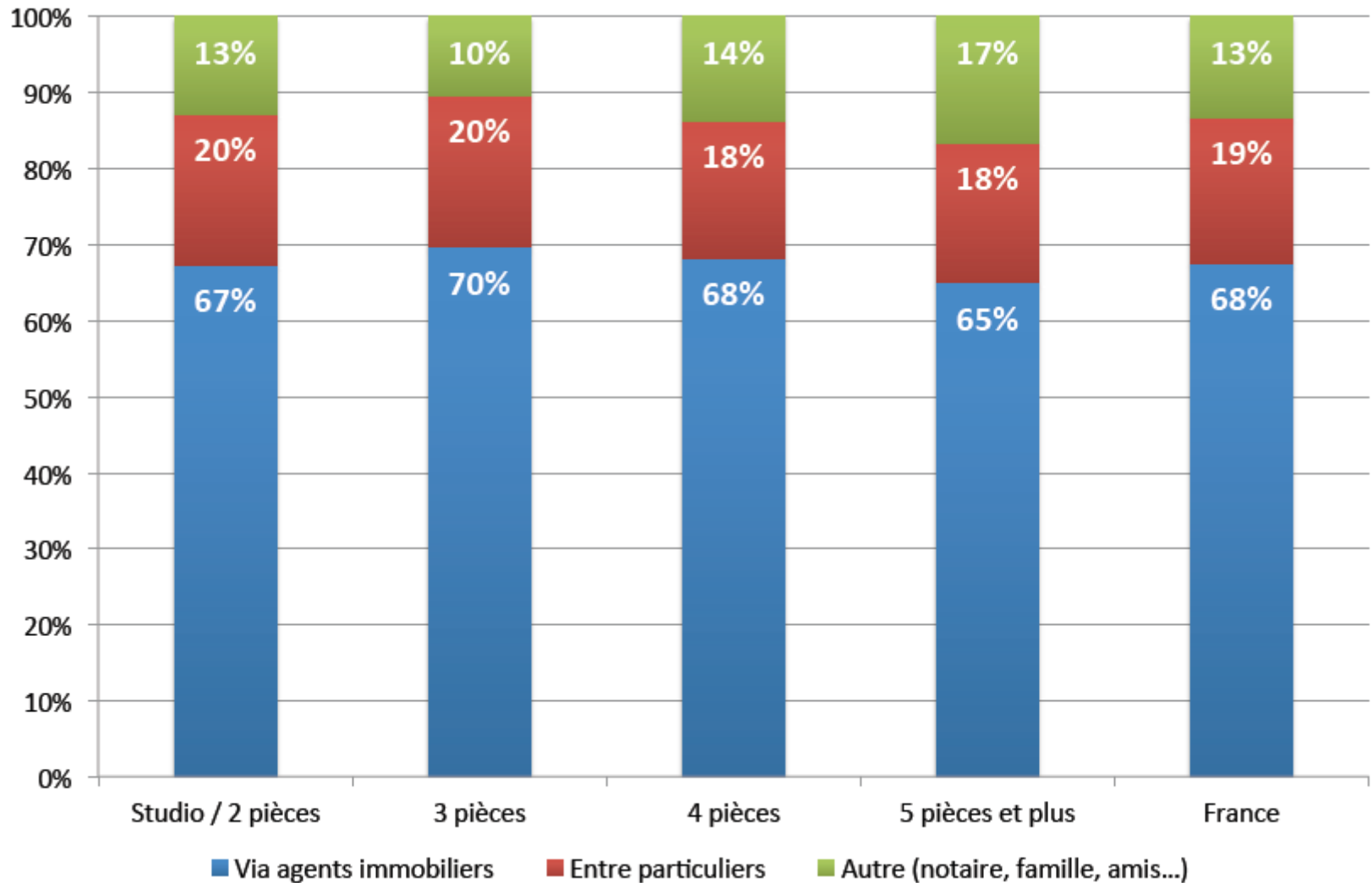


**3/4 des vendeurs vendent leur bien immobilier via des professionnels de l'immobilier**



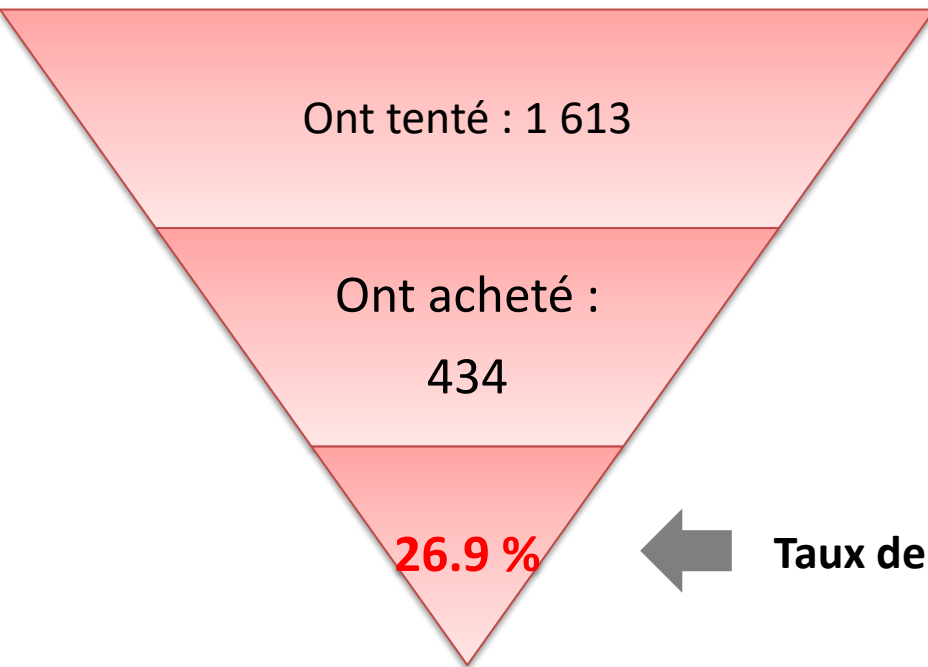
Source : CGEDD d'après enquêtes logement 1992 à 2006, in « Diverses évaluations du nombre de transactions de logements anciens », version 35, J.Friggit, CGEDD, juillet 2008

# Parts de marché par types de bien

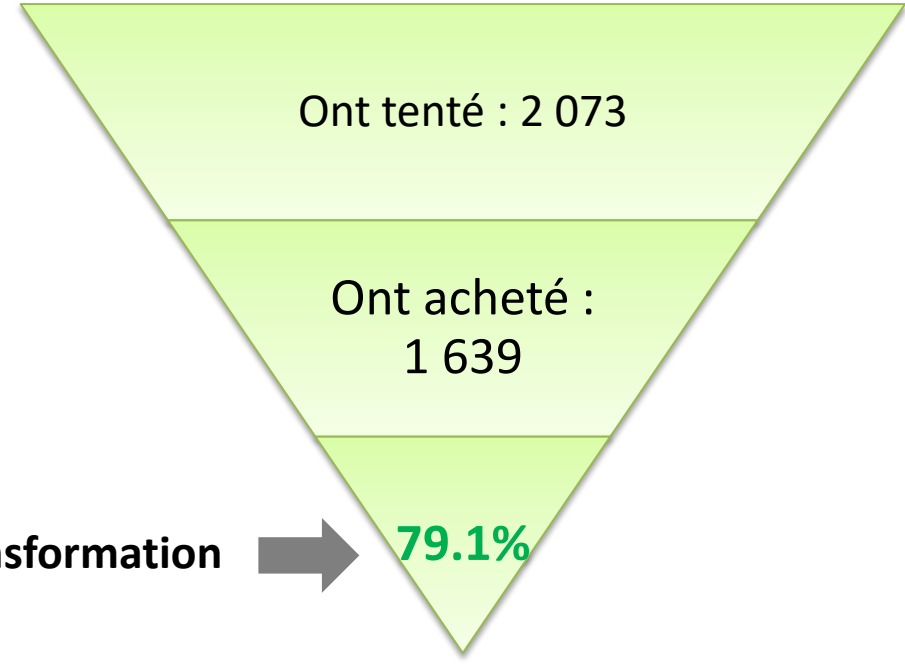


# Performance comparées des deux solutions sans et avec intermédiaires pour acheter un bien immobilier

Mise en relation directe type P2P



Agences Immobilières



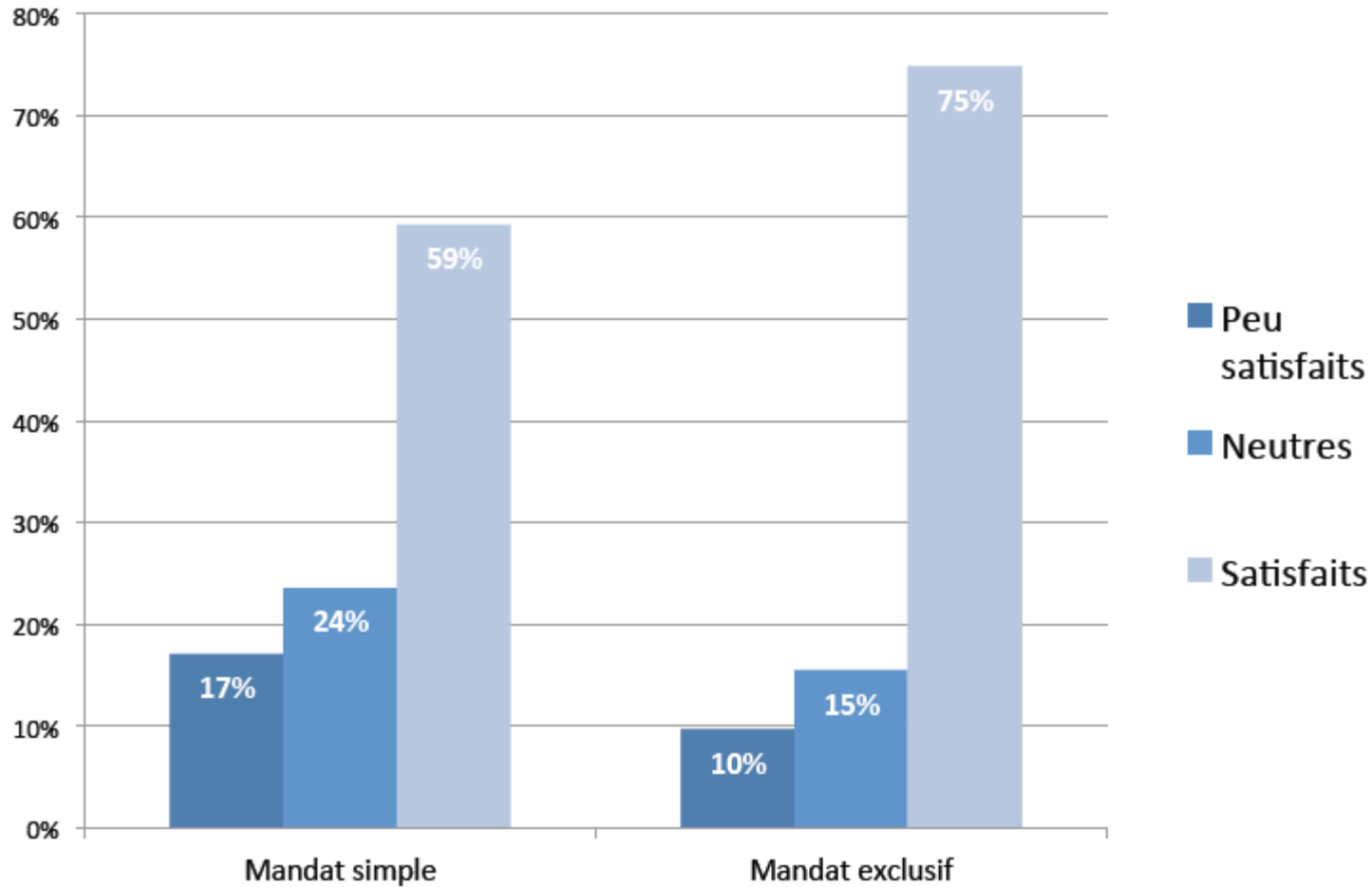
← Taux de transformation →

> Les professionnels immobiliers affichent une efficacité pour les acheteurs beaucoup plus forte

# 40 % des ventes sont réalisées via un mandat exclusif



# Des vendeurs plus satisfaits avec un mandat exclusif



# Pourquoi les consommateurs ont-ils recours aux professionnels ?

## *Un modèle explicatif de l'achat immobilier*

- Modèle multivarié
- La variable dépendante : probabilité d'avoir recours à un agent immobilier (groupe 1) plutôt qu'à une solution directe (groupe 2) en fonction des variables explicatives identifiées.

$$\mathbb{P}(P2P = 1 | X = \mathbf{x}) = \frac{\exp(\sum X^t \beta)}{1 + \exp(\sum X^t \beta)}$$

Où :

- P2P est une variable aléatoire binaire qui représente le fait d'avoir (ou non) signé une transaction immobilière sans intermédiaire.
- X est un vecteur de variable aléatoire (de réalisation x) représentant l'ensemble des variables indépendantes observées.
- $\beta$  est le vecteur de coefficients estimés associés aux variables X.



# Les variables explicatives inclues

- Les variables relatives au bien immobilier
  - le type de bien (appartement ou maison),
  - le nombre de pièces (Studio/2 pièces, 3 pièces, 4 pièces, 5 pièces et plus),
  - la localisation géographique (Paris, petite couronne, grande couronne ou province)
  - L'emplacement géographique (centre ville, périphérie ou campagne).
- Les variables individuelles
  - les variables socio démographiques (l'âge, le revenu, le fait d'habiter ou non en couple, avec ou sans enfants)
  - le fait d'avoir ressenti la *pression du temps* durant la recherche
  - le fait de se sentir ou non *connaisseur du marché immobilier*
- Les bénéfices perçus par les clients

## RESULTATS :

Pourquoi les acheteurs recourent-ils a un professionnel de l'immobilier ?

|                   | Estimate | z value | Pr(> z ) |            |
|-------------------|----------|---------|----------|------------|
| (cst)             | -1.512   | -3.128  | 0.002    |            |
|                   |          |         |          |            |
| Appartement       | -0.160   | -0.789  | 0.430    | <b>NON</b> |
| Studio / 2 pièces | -0.137   | -0.871  | 0.384    | <b>NON</b> |
| Plus de 4 pièces  | -0.058   | -0.331  | 0.740    | <b>NON</b> |
| Paris             | 0.073    | 0.356   | 0.722    | <b>NON</b> |
| PC                | -0.079   | -0.410  | 0.681    | <b>NON</b> |
| Province          | 0.389    | 1.794   | 0.073    | <b>NON</b> |
| Centre-Ville      | -0.015   | -0.097  | 0.923    | <b>NON</b> |
| Campagne          | -0.443   | -1.468  | 0.142    | <b>NON</b> |

## RESULTATS :

Pourquoi les **acheteurs** recourent-ils a un professionnel de l'immobilier ?

|                            | Estimate     | z value      | Pr(> z )     |            |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| <b>(cst)</b>               | -1.512       | -3.128       | 0.002        |            |
|                            |              |              |              |            |
| <b>Appartement</b>         | -0.160       | -0.789       | 0.430        | <b>NON</b> |
| <b>Studio / 2 pièces</b>   | -0.137       | -0.871       | 0.384        | <b>NON</b> |
| <b>Plus de 4 pièces</b>    | -0.058       | -0.331       | 0.740        | <b>NON</b> |
| <b>Paris</b>               | 0.073        | 0.356        | 0.722        | <b>NON</b> |
| <b>PC</b>                  | -0.079       | -0.410       | 0.681        | <b>NON</b> |
| <b>Province</b>            | 0.389        | 1.794        | 0.073        | <b>NON</b> |
| <b>Centre-Ville</b>        | -0.015       | -0.097       | 0.923        | <b>NON</b> |
| <b>Campagne</b>            | -0.443       | -1.468       | 0.142        | <b>NON</b> |
|                            |              |              |              |            |
| <b>Couple avec enfants</b> | 0.296        | 1.485        | 0.138        | <b>NON</b> |
| <b>Célibataires</b>        | -0.066       | -0.469       | 0.639        | <b>NON</b> |
| <b>Moins de 40 ans</b>     | 0.302        | 2.179        | 0.029        | <b>OUI</b> |
| <b>Plus de 60 ans</b>      | 0.217        | 0.775        | 0.438        | <b>NON</b> |
| <b>Moins de 3000</b>       | 0.130        | 0.689        | 0.491        | <b>NON</b> |
| <b>Plus de 6000</b>        | -0.044       | -0.309       | 0.757        | <b>NON</b> |
| <b>Pression du temps</b>   | <b>0.581</b> | <b>7.761</b> | <b>0.000</b> | <b>OUI</b> |
| <b>Expertise du marché</b> | -0.049       | -1.179       | 0.238        | <b>NON</b> |

# Pourquoi les acheteurs utilisent-ils les services des professionnels de l'immobilier ?

|                                     |        |        |       |         |
|-------------------------------------|--------|--------|-------|---------|
| Réassurance                         | 0.164  | 3.754  | 0.000 | OUI     |
| Gain de temps                       | 0.173  | 3.730  | 0.000 | OUI     |
| Minimisation des contraintes        | 0.094  | 2.219  | 0.026 | OUI     |
| Services financièrement intéressant | -0.119 | -3.463 | 0.001 | INV OUI |
| Matching                            | 0.099  | 2.379  | 0.017 | OUI     |
| Négociation                         | 0.076  | 1.969  | 0.049 | OUI     |

# Pourquoi les **vendeurs** recourent-ils à un professionnel de l'immobilier ?

|                   | Estimate | z value | Pr(> z ) |            |
|-------------------|----------|---------|----------|------------|
| (cst)             | -1.512   | -3.128  | 0.002    |            |
|                   |          |         |          |            |
| Appartement       | -0.160   | -0.789  | 0.430    | <b>NON</b> |
| Studio / 2 pièces | -0.137   | -0.871  | 0.384    | <b>NON</b> |
| Plus de 4 pièces  | -0.058   | -0.331  | 0.740    | <b>NON</b> |
| Paris             | 0.073    | 0.356   | 0.722    | <b>NON</b> |
| PC                | -0.079   | -0.410  | 0.681    | <b>NON</b> |
| Province          | 0.389    | 1.794   | 0.073    | <b>NON</b> |
| Centre-Ville      | -0.015   | -0.097  | 0.923    | <b>NON</b> |
| Campagne          | -0.443   | -1.468  | 0.142    | <b>NON</b> |

# Pourquoi les **vendeurs** recourent-ils à un professionnel de l'immobilier ?

|                            | Estimate     | z value      | Pr(> z )     |                |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| (cst)                      | -1.512       | -3.128       | 0.002        |                |
| <b>Appartement</b>         |              |              |              |                |
| Appartement                | -0.160       | -0.789       | 0.430        | <b>NON</b>     |
| <b>Studio / 2 pièces</b>   |              |              |              |                |
| Studio / 2 pièces          | -0.137       | -0.871       | 0.384        | <b>NON</b>     |
| <b>Plus de 4 pièces</b>    |              |              |              |                |
| Plus de 4 pièces           | -0.058       | -0.331       | 0.740        | <b>NON</b>     |
| <b>Paris</b>               |              |              |              |                |
| Paris                      | 0.073        | 0.356        | 0.722        | <b>NON</b>     |
| <b>PC</b>                  |              |              |              |                |
| PC                         | -0.079       | -0.410       | 0.681        | <b>NON</b>     |
| <b>Province</b>            |              |              |              |                |
| Province                   | 0.389        | 1.794        | 0.073        | <b>NON</b>     |
| <b>Centre-Ville</b>        |              |              |              |                |
| Centre-Ville               | -0.015       | -0.097       | 0.923        | <b>NON</b>     |
| <b>Campagne</b>            |              |              |              |                |
| Campagne                   | -0.443       | -1.468       | 0.142        | <b>NON</b>     |
| <b>Couple avec enfants</b> |              |              |              |                |
| Couple avec enfants        | 0.296        | 1.485        | 0.138        | <b>NON</b>     |
| <b>Célibataires</b>        |              |              |              |                |
| Célibataires               | -0.066       | -0.469       | 0.639        | <b>NON</b>     |
| <b>Moins de 40 ans</b>     |              |              |              |                |
| Moins de 40 ans            | - 0.302      | - 2.179      | - 0.029      | <b>INV OUI</b> |
| <b>Plus de 60 ans</b>      |              |              |              |                |
| Plus de 60 ans             | 0.217        | 0.775        | 0.438        | <b>OUI</b>     |
| <b>Moins de 3000</b>       |              |              |              |                |
| Moins de 3000              | 0.130        | 0.689        | 0.491        | <b>NON</b>     |
| <b>Plus de 6000</b>        |              |              |              |                |
| Plus de 6000               | -0.044       | -0.309       | 0.757        | <b>NON</b>     |
| <b>Pression du temps</b>   |              |              |              |                |
| Pression du temps          | <b>0.581</b> | <b>7.761</b> | <b>0.000</b> | <b>NON</b>     |
| <b>Expertise du marché</b> |              |              |              |                |
| Expertise du marché        | -0.049       | -1.179       | -0.238       | <b>INV OUI</b> |

# Pourquoi les vendeurs utilisent-ils les professionnels de l'immobilier ?

| © Fabrice Larceneux          |        |        |       |     |
|------------------------------|--------|--------|-------|-----|
| Réassurance                  | 0.164  | 3.754  | 0.000 | OUI |
| Gain de temps                | 0.173  | 3.730  | 0.000 | OUI |
| Minimisation des contraintes | 0.094  | 2.219  | 0.000 | OUI |
| Intérêt financier            | -0.119 | -3.463 | 0.453 | NON |
| Matching                     | 0.099  | 2.379  | 0.000 | OUI |
| Négociation                  | 0.076  | 1.969  | 0.000 | OUI |

## Conclusions de l'enquête

- Les caractéristiques des biens n'influencent pas le choix de payer les services d'un professionnel de l'immobilier
- Les caractéristiques socio démographiques des individus n'influencent pas le choix
  - Sauf l'âge des vendeurs. Les jeunes préfèrent les relations directes et les plus de 60 ans préfèrent les agents immobiliers.
- Les **acheteurs pressés** recourent plus fortement aux professionnels de l'immobilier
- Les **vendeurs qui se sentent « experts »** recourent plus facilement aux relations directes entre particuliers et évitent les professionnels



Acheteurs et vendeurs privilégient les professionnels immobiliers lorsqu'ils pensent que ces derniers leur garantissent :

- **un processus efficace et un résultat pertinent par rapport aux attentes**  
= acheteurs solvables et bien immobilier correspondant aux attentes
- **Un processus de transaction efficient**  
= gagner du temps dans le processus de vente ou d'achat et minimiser les contraintes
- **Une réassurance psychologique**  
= rassurer sur le processus de vente, avoir quelqu'un qui a des compétences pour défendre ses intérêts
- **Une facilitation sociale**  
= ne pas avoir à interagir et négocier directement et à gérer des tensions avec l'autre partie

- ***Etudier les déterminants de la satisfaction des consommateurs de services***
- ***Communiquer sur la valeur ajoutée attendue par les consommateurs notamment en termes de services***
- ***Travailler sur les avantages qui existent à utiliser les professionnels immobiliers***

## ***Le problème de la commission et des frais qui restent encore fortement incompris***

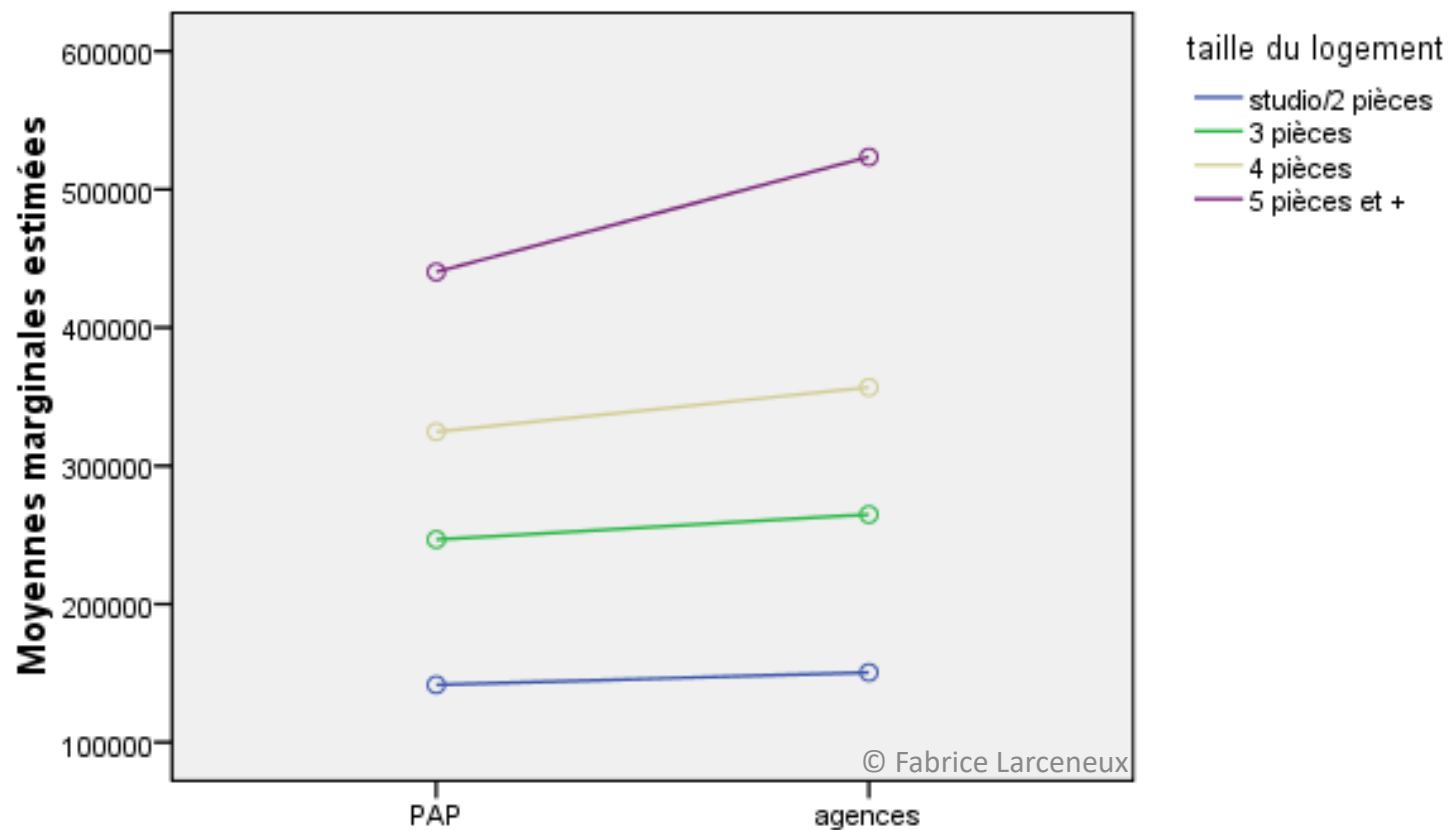
Enquête spécifique sur les vendeurs

1. Pas de différences de satisfaction globale de la transaction entre les professionnels immobiliers et les relations directes
2. Pas de différences de prix nets vendeurs entre les ventes via des professionnels et relations directes
3. Forte différence de satisfaction du prix : les vendeurs en relation directe sont beaucoup plus satisfaits du prix de vente de leur bien que les vendeurs passant par des AI

➤ Il existe une perception particulière de la commission:

“Puisque je paye une commission, je me fais avoir”

## Moyennes marginales estimées de Prix net pour la vente



|                         | Moyenne du prix de vente | Différence | Satisfaction perçue du prix |
|-------------------------|--------------------------|------------|-----------------------------|
| <b>Studio/2pièces</b>   |                          |            | © Fabrice Larceneux         |
| Signé PAP – 127         | 206 118                  |            | 94%                         |
| Signé AI - 374          | 202 053                  | NS         | 89 % sig                    |
| <b>3 pièces</b>         |                          |            |                             |
| Signé PAP – 105         | 274 202                  |            | 94%                         |
| Signé AI - 302          | 284 213                  | NS         | 82 % sig                    |
| <b>4 pièces</b>         |                          |            |                             |
| Signé PAP – 81          | 339 364                  |            | 87 %                        |
| Signé AI - 276          | 349 992                  | NS         | 83 % NS                     |
| <b>5 pièces et plus</b> |                          |            |                             |
| Signé PAP – 147         | 380 659                  |            | 88 %                        |
| Signé AI – 457          | 464 887                  | Sig        | 81 % sig                    |

|                               | Moyenne du prix de vente | Différence | Satisfaction |
|-------------------------------|--------------------------|------------|--------------|
| <b>5 pièces – GC Province</b> |                          |            |              |
| Signé PAP – 112               | 327 424                  |            | 86%          |
| Signé AI – 341                | 367 592                  | NS         | 79% sig.     |
| <b>5 pièces –Paris PC</b>     |                          |            |              |
| Signé PAP – 35                | 551 014                  |            | 94%          |
| Signé AI – 115                | 752 953                  | Sig.       | 87% NS       |


**Parmi les 150 ventes de logements de 5 pièces sur Paris-PC, on observe 35% de maisons**

**Ces 35% de maisons ont été vendus à 75% avec des intermédiaires**

*(même remarque pour les achats)*

# Zillow et trulia aux Etats Unis

Homes Rentals Mortgage Rates Advice Professionals Local Info Blog more ▾

 newyork GO

**Manhattan** ✕

1,318 results.

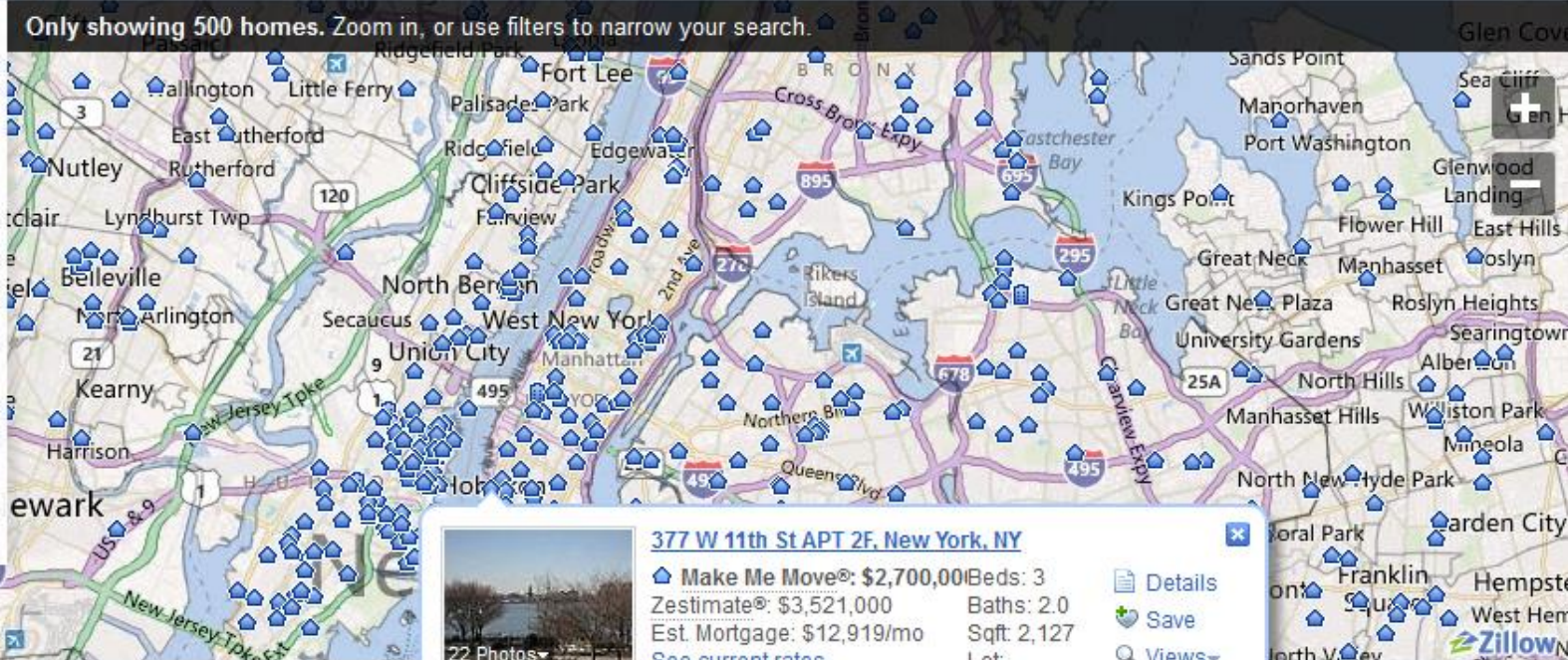
- For Sale (45K)
- For Rent (52K)
- Make Me Move (1318)
- Recently Sold (112K)

Price  Min  Max


Beds  0+  Baths  0+

[Save](#) [More filters](#)

**Only showing 500 homes. Zoom in, or use filters to narrow your search.**



**377 W 11th St APT 2F, New York, NY** ✕

 22 Photos ▾


- Make Me Move®: \$2,700,000
- Zestimate®: \$3,521,000
- Est. Mortgage: \$12,919/mo
- See current rates

Bed: 3  
Bath: 2.0  
Sqft: 2,127  
Lot: —

[Details](#)  
[Save](#)  
[Views](#)

Sort by: **Featured** · Days on Zillow · Price · more ▾

**401 E 60th St APT 5A, New York, NY** (Upper East Side)

 4 Photos ▾


- Make Me Move®: \$1,100,000
- Zestimate®: —
- See current rates

Bed: 1  
Bath: 2.0  
Sqft: 1,121  
Lot: —

Days on Zillow: 4  
Built: 2001  
Condo  
Price/sqft: \$981

[Maps](#)  
[Save](#)  
[Comps](#)

**807 Washington St APT 2S, Hoboken, NJ**

 23 Photos ▾

- Make Me Move®: \$450,000
- Zestimate®: \$397,800
- Est. Mortgage: \$1,460/mo

Bed: 2  
Bath: 1.0  
Sqft: 900  
Lot: —

Days on Zillow: 9  
Built: 1987  
Condo  
Price/sqft: \$500

[Maps](#)  
[Save](#)  
[Comps](#)

[Find your best mortgage rate from hundreds of lenders - free in Trulia's mortgage center »](#)

**FOR SALE** **RESALE** **\$1,350,000** 470 West End Avenue #1E, New York NY 10024

[« Back to results](#)

[« Prev](#)

[Next »](#)

[Home Facts](#)

[Photos](#) 6

[Map & Nearby](#)

[Mortgage](#)

[Sales Trends](#)

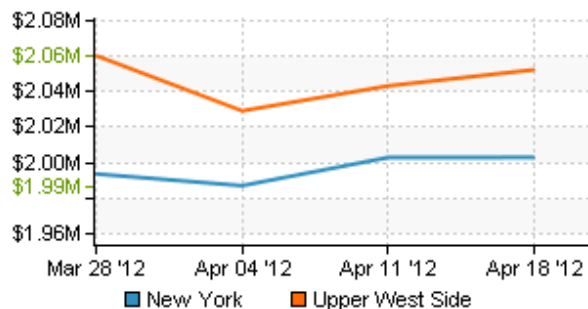
[Schools](#)

### Market Trends for Upper West Side



#### Average Listing Price

Upper West Side



|                       |             |        |       |
|-----------------------|-------------|--------|-------|
| Average Listing Price | \$2,051,855 | +0.4%  | w-o-w |
| Median Sales Price    | \$1,114,500 | +7.5%  | y-o-y |
| Average price/sqft    | \$1,561     | +25.4% | y-o-y |
| Number of Sales       | 161         | -0.6%  | y-o-y |

[More Upper West Side Market Trends](#)

### Request more information

**Brown Harris Stevens**

Tel: (212) 588-5627

**BROWN HARRIS STEVENS**

Established 1978

Name:

Email:

Phone: (optional)

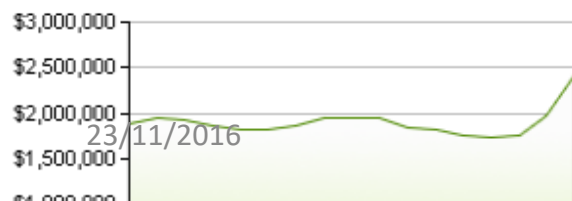
**Message:** I was searching on Trulia and found this listing. Please send me more information about 470 W End Ave #1E, New York NY 10024. Thank you.

[Contact the agent](#)

By sending, you agree to [Trulia's Terms of Use](#) and [Privacy Policy](#).

### How 470 W End Ave #1E compares to New York

Average Sales Price in New York, NY



**This home**

Listing price: **\$1,350,000**

**Compared to New York**

Avg. listing price: **\$2,002,507** **-33%**



**Mike Lubin**

Your New York Expert

**(212) 317-3672**

**CALL NOW**

**\$569,000** 333 E 53rd St #12F, New York N...

1 br 1 ba

← More awesome things you'll find on Trulia

Like 36k

## Find schools, avoid crime

Get the inside scoop on [school reviews](#), price trends, and [reported crimes](#) in the neighborhoods you're watching. Want more? See [what the locals say](#) about the area.



## Agents, we can help



Increase exposure and connect with local buyers and sellers. [Get started now >>](#)

## ← Take your search to go

From scrolling homes for sale and apartments for rent in the supermarket check out line to managing your Sunday open house agenda, never miss a beat with Trulia on all your mobile devices.

Have a rental listing? [Post it now](#)



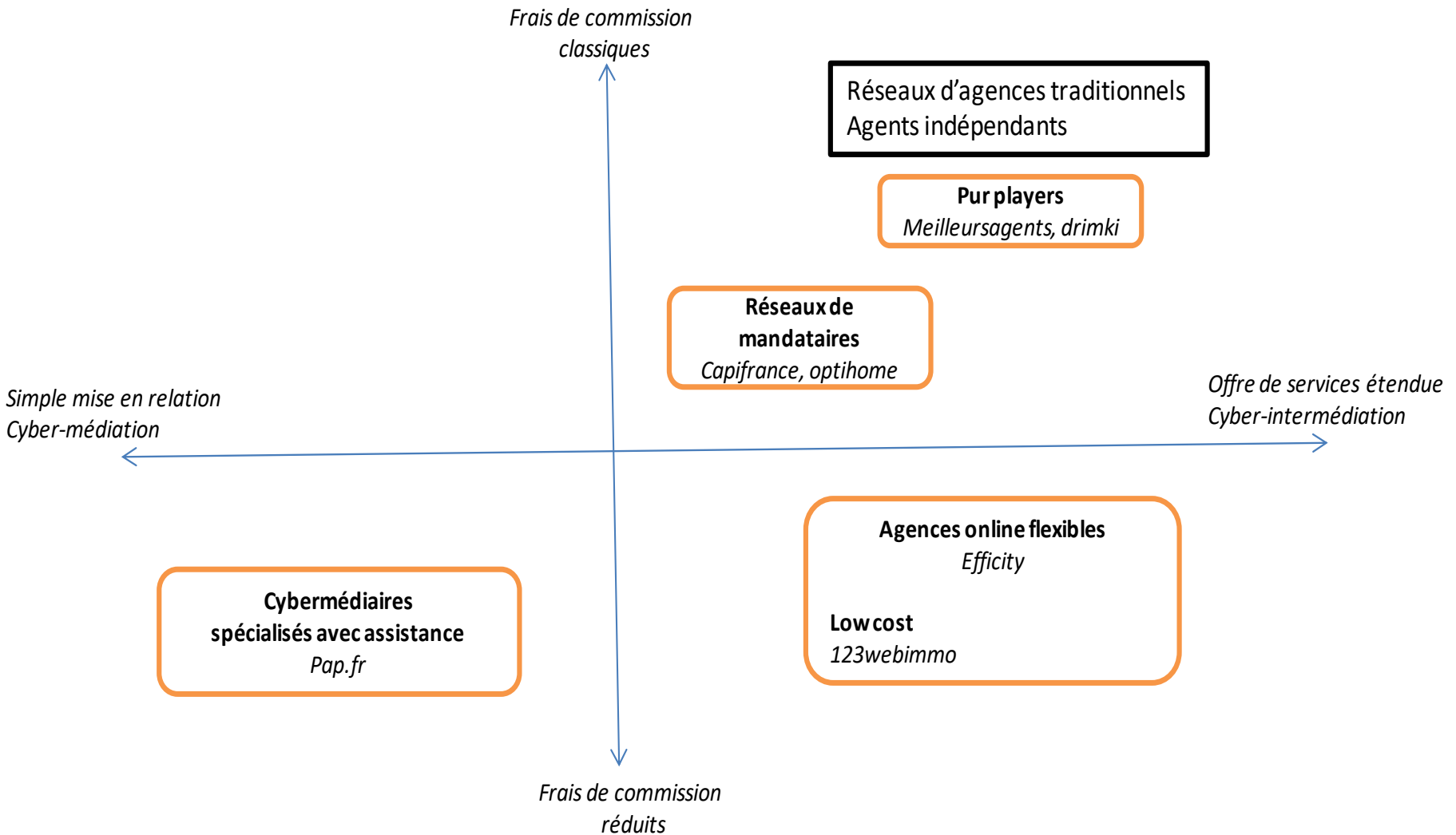


# De nouvelles structures....

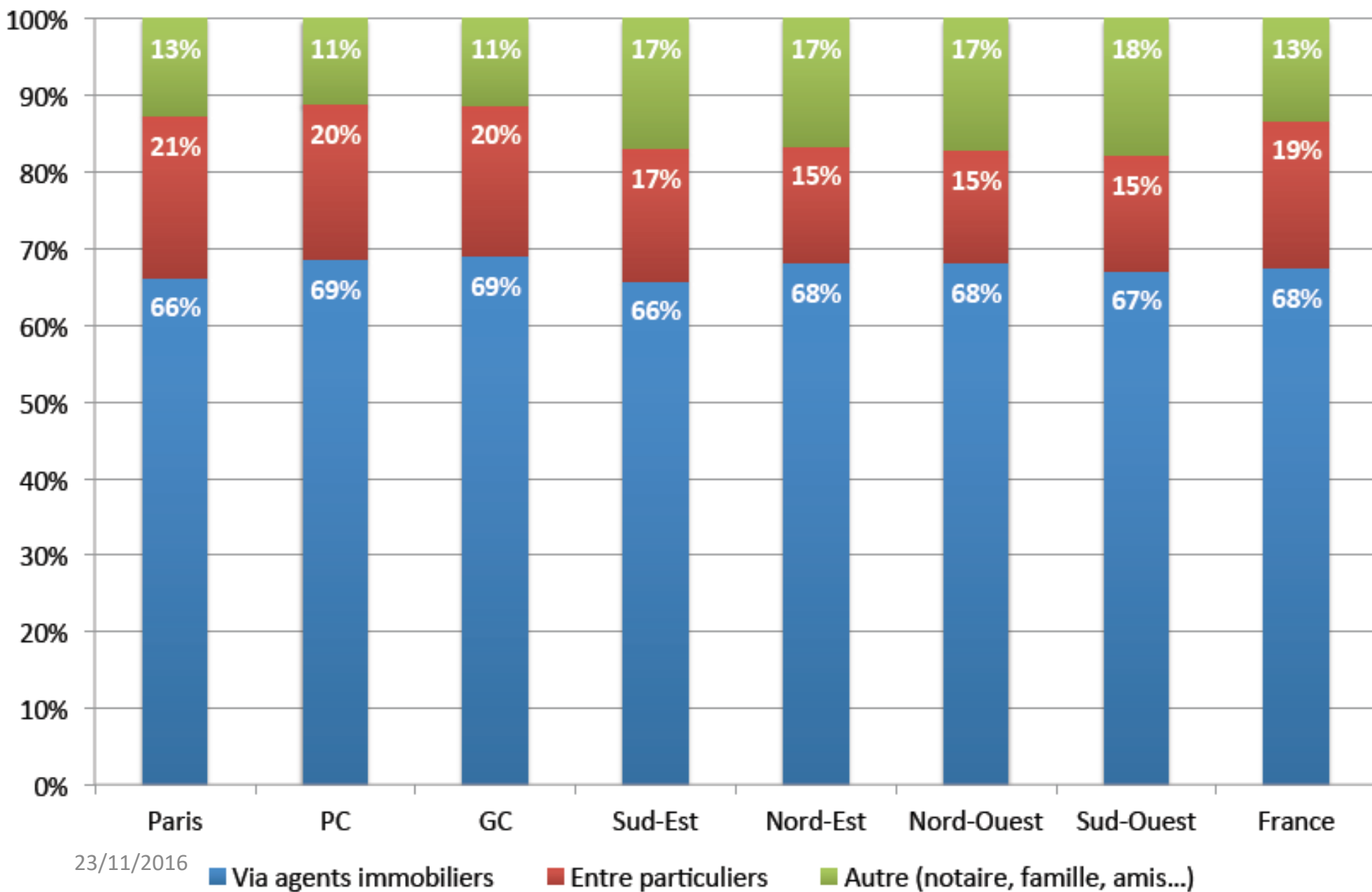
- Les agences à commission réduite
  - Segment low cost
    - 123webimmo.com, 4immobilier
  - Choix du niveau de services et de la commission
    - Make or buy décliné sur différents niveaux (1% chez efficity si pas de visites)
- Les réseaux de mandataires indépendants
  - Sans vitrines et sans couts fixes
  - Équipe de négociateurs indépendants
    - Capifrance, optihome, megagence, alalucarne, etc.
    - Grand maillage du territoire
- Les purs players internet
  - Agent immobilier virtuel, agissant sur un critère de qualité et de performance

# La reconfiguration de l'intermédiation avec internet

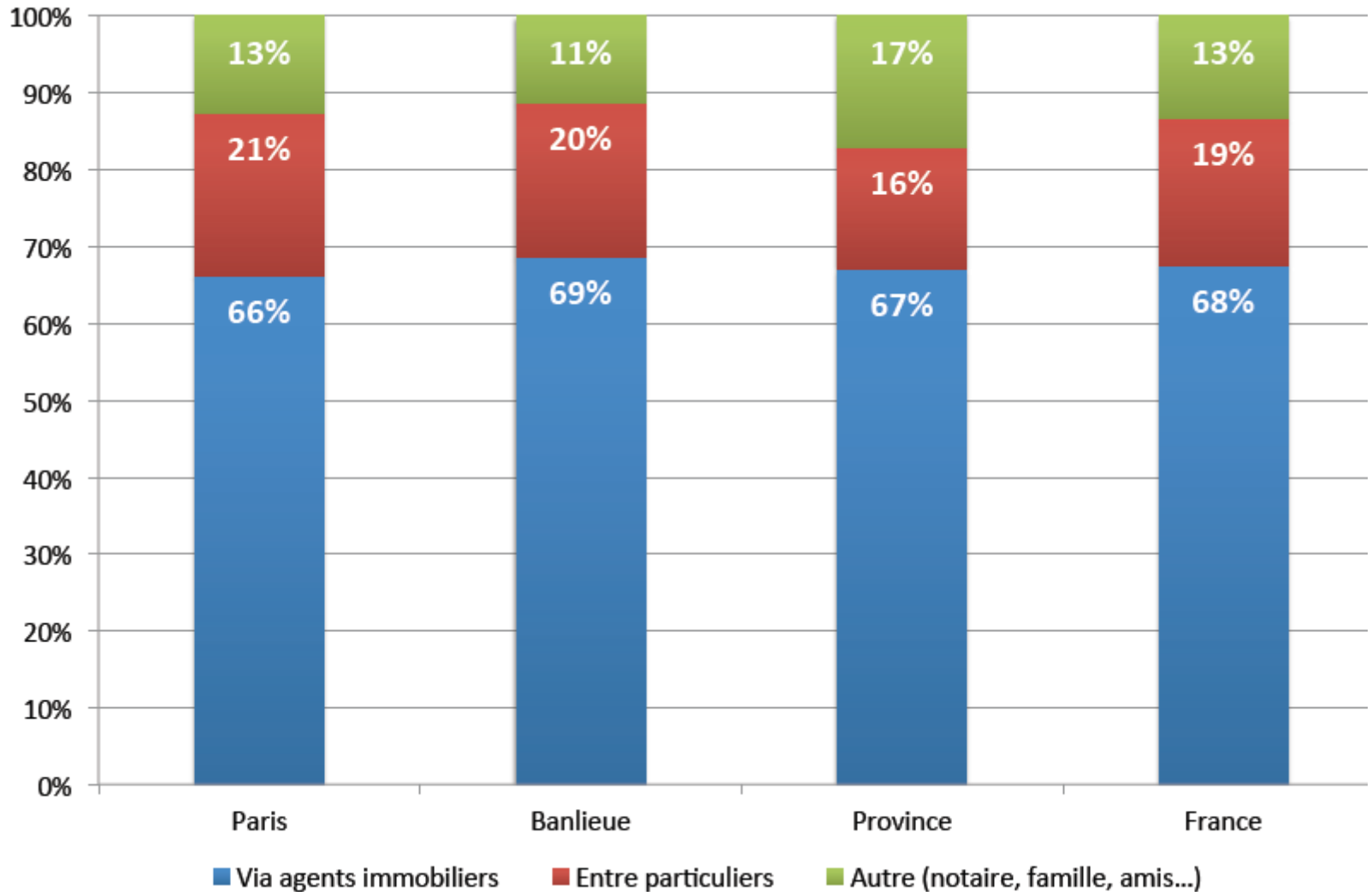
## Structuration du marché immobilier avec l'apparition d'internet



# Parts de marché par types de région

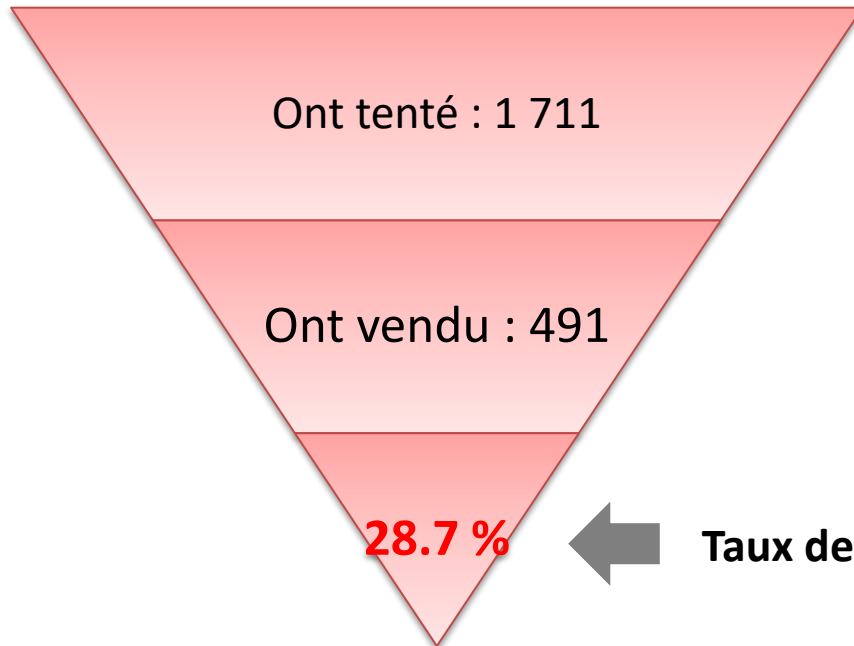


# Parts de marché par emplacement

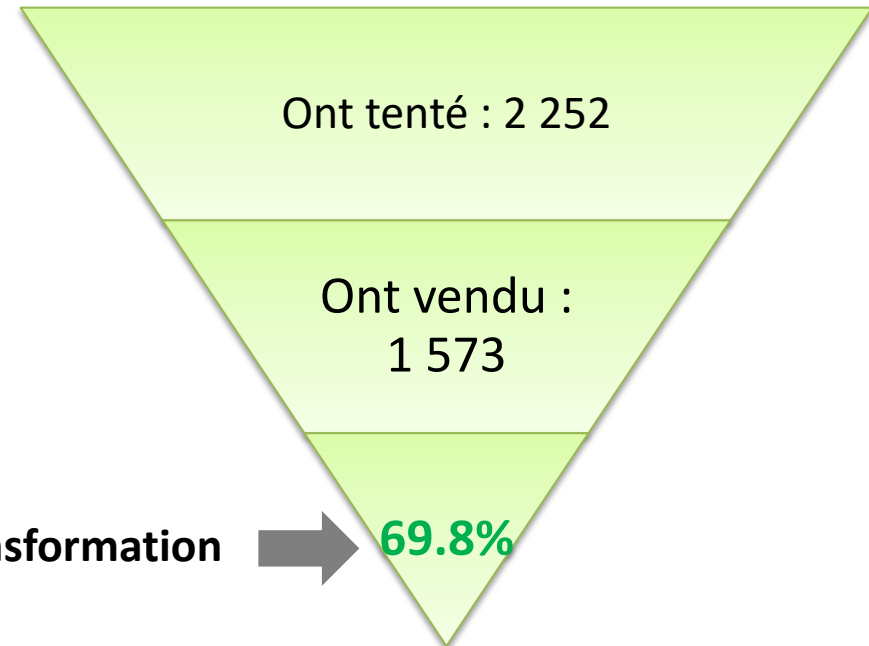


# Performance des principaux modes de commercialisation pour la vente France entière

## Mise en relation directe



## Services d'Agences Immobilières



← **Taux de transformation** →

> Les professionnels immobilier affichent une efficacité pour les vendeurs beaucoup plus forte