

Accession abordable : sortons de la guerre froide des stocks

Par Sylvain Chatellier, président de Logikiz

Dans un marché immobilier en crise, un paradoxe s'installe : les logements abordables existent, les ménages éligibles aussi, mais les deux peinent à se rencontrer. En cause, non pas un manque de dispositifs (BRS, prix maîtrisés...), mais une offre fragmentée entre acteurs privés, publics et parapublics, qui circule mal et reste trop souvent enfermée dans des réseaux distincts.

Cette situation ressemble à une guerre froide commerciale : personne ne l'a organisée, personne ne la revendique, mais chacun évolue dans son propre écosystème, avec ses contraintes, ses outils et ses réseaux de distribution. Les frontières qui en résultent sont bien réelles, et ceux qui en paient le prix sont d'abord les ménages qui cherchent simplement à se loger. Ce constat, nous le faisons chaque jour en tant que spécialiste de l'accession abordable.

Privé et public : deux logiques qui finissent par produire le même blocage

Du côté des promoteurs privés, la crise comprime les marges et incite à privilégier les forces de vente internes. Certains stocks sont peu ouverts aux réseaux spécialisés. Le calcul peut sembler compréhensible à court terme ; il devient contre-productif si ces dispositifs complexes sont présentés sans l'accompagnement nécessaire.

Du côté des acteurs publics ou parapublics, l'objectif légitime de proposer les prix les plus bas conduit parfois à considérer la commercialisation comme un coût à éviter. D'autant plus que chaque territoire dispose souvent d'une politique de commercialisation spécifique, sans aucune uniformité. Les opérateurs restent alors dans un cercle de diffusion restreint, alors même que leur mission suppose de toucher largement les publics éligibles. Rendre un logement abordable ne suffit pas : encore faut-il rendre l'offre visible et compréhensible.

Les coopérations qui existent déjà entre ces acteurs montrent pourtant que ce cloisonnement n'est pas une fatalité : l'enjeu est désormais de passer d'initiatives ponctuelles à une logique de marché structurée.

Le BRS ne doit pas changer de valeur selon celui qui le présente

Le Bail Réel Solidaire en est l'exemple le plus frappant. Selon l'interlocuteur rencontré, il peut encore être présenté tantôt comme un produit social, tantôt comme un dispositif complexe à expliquer. Cette diversité de perception nuit à sa lisibilité. Le BRS répond à un besoin de marché considérable : permettre à des ménages sous plafonds de ressources, dont une partie des classes moyennes, d'acquérir leur résidence principale en dissociant le coût du foncier de celui du bâti.

Pour les personnes éligibles, soit près de 90% de la population, ce n'est ni un produit de second choix ni un simple « coup de chance ». C'est une véritable opportunité d'accession

Contact Presse

Galivel & Associés
Julien Michon / Margot Lanceraux
01 41 05 02 02 / 07 68 18 55 82
galivel@galivel.com

et de sécurisation du parcours résidentiel, qui mérite le même niveau d'exigence commerciale, de conseil et de valorisation que l'accession classique.

La commercialisation spécialisée n'est pas une dépense accessoire

Vendre de l'accession abordable ne consiste pas seulement à publier une annonce. Il faut vérifier l'éligibilité, expliquer le mécanisme, comparer les scénarios, intégrer le PTZ et les aides, rassurer sur la revente et accompagner le financement. Sans ce travail, même une excellente offre peut ne pas trouver son acquéreur, simplement parce qu'elle n'a pas été comprise. C'est précisément la valeur des réseaux spécialisés : rendre ces dispositifs compréhensibles et accompagner le ménage jusqu'à l'acquisition.

Le sujet n'est donc pas de savoir si la commercialisation doit avoir un coût, mais si ce coût produit de la valeur : davantage de ménages qualifiés, des délais de commercialisation réduits, moins d'abandons en cours de parcours et une meilleure compréhension des dispositifs. C'est sur ces résultats que les différents canaux devraient être évalués.

Ouvrir les stocks pour remettre le ménage au centre

L'enjeu n'est donc pas d'opposer promoteurs privés et opérateurs publics, mais de mieux organiser la circulation de l'offre entre eux.

Sortir de la guerre froide des stocks suppose donc de faire de la coopération une méthode. Cela suppose d'ouvrir plus largement les offres disponibles aux réseaux qualifiés, de partager une information plus homogène, afin que chaque ménage bénéficie du même niveau de compréhension, et d'évaluer les différents canaux sur des critères communs, principalement le nombre de ménages effectivement logés.

Dans l'accession abordable, la performance d'un dispositif ne devrait pas se mesurer au nombre de logements mis sur le marché, mais au nombre de ménages qu'il permet réellement de loger.

À propos de Logikiz :

Fondée en juin 2025 par Sylvain Chatellier (ancien courtier en crédit immobilier et conseiller en investissement), Benjamin Nahum (créateur de Simulio, solution tout-en-un pour les projets immobiliers et financiers), Jérémie Melloul et Emeric Eveno (cofondateurs de Papillon Patrimoine, agence de mandataires spécialisée dans le neuf), Logikiz est le premier service de conseil dédié à l'accession abordable à la propriété. Sur logikiz.fr, elle accompagne chaque foyer pour identifier les dispositifs mobilisables, réaliser les simulations et trouver le logement adapté à son budget et à son projet de vie.

Contact Presse

Galivel & Associés
Julien Michon / Margot Lanceraux
01 41 05 02 02 / 07 68 18 55 82
galivel@galivel.com