



# ETUDE DES MARCHÉS IMMOBILIERS ET DES CONDITIONS DE DIVERSIFICATION RÉSIDENTIELLE DES SITES INSCRITS DANS LE NPNRU ET DES QPV SUR LA CALL, LA CAHC ET LA CABBALR

## RÉUNION CABBALR

Mathilde CORDIER

Francesca PODDINE FITERMAN

Joël KRIKORIAN

**SÉMAPHORES Expertise**

**Bureau** : 2/4 rue Hélène • 75017 PARIS • TÉL +33 (0)1 43 90 53 00 • FAX +33 (0)1 43 90 53 32

Société d'expertise comptable inscrite au tableau de l'Ordre de la région Paris/Île-de-France

**Siège social** : 20/24 rue Martin Bernard • 75013 Paris • TÉL +33 (0)1 53 62 70 00 • FAX +33 (0)1 53 62 70 62

SA au capital de 1 311 690 € • 388 269 045 RCS Paris • Numéro d'identification intracommunautaire FR 10 388 269 045

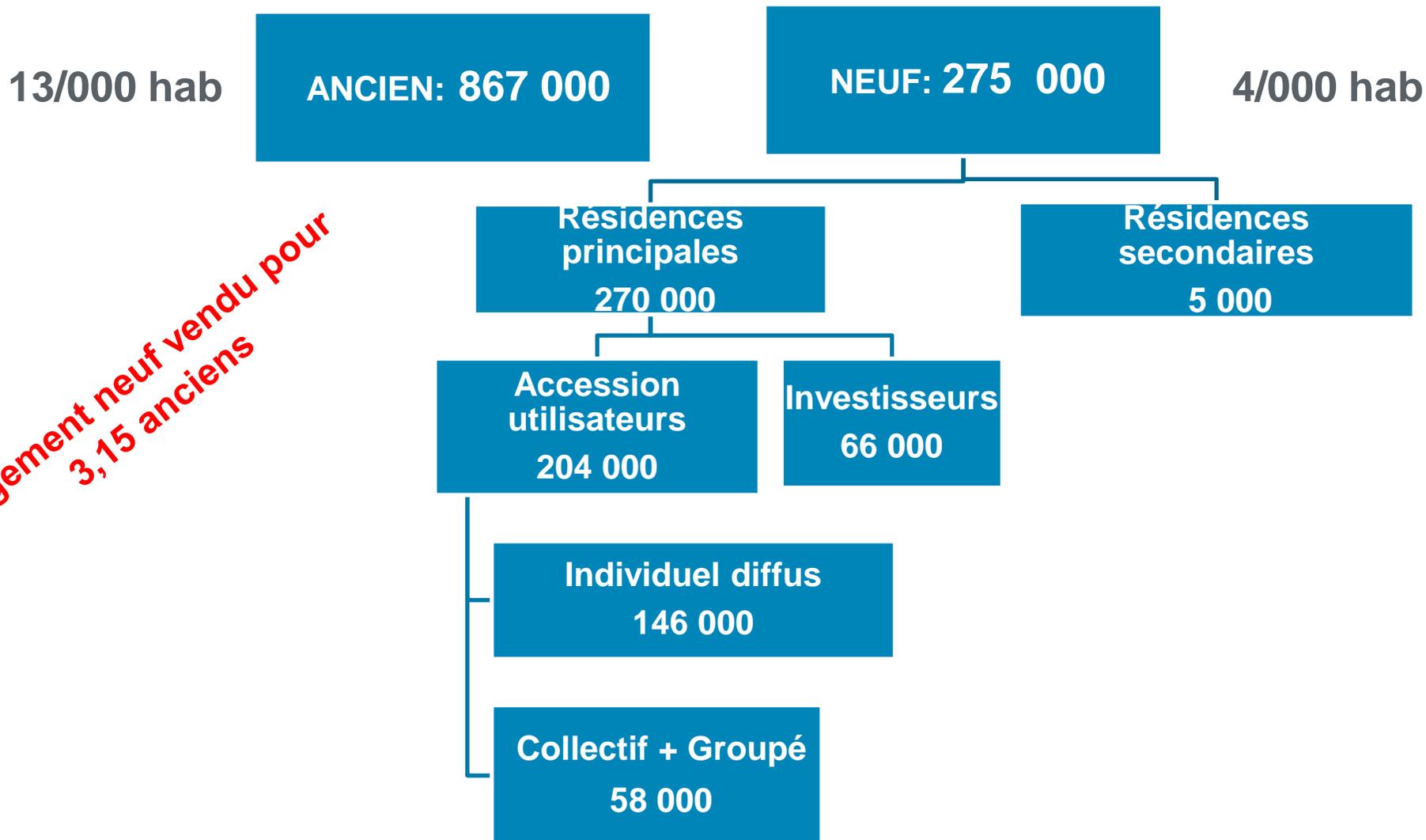
# Introduction

- ✦ Objectif de l'étude de diversification de l'habitat: déterminer les conditions nécessaires pour inscrire les sites NPNRU (5) et les QPV (41) dans une nouvelle dynamique résidentielle prenant appui sur une transformation de leur image et une attractivité renouvelée.
- ✦ Cette étude tire son origine des difficultés rencontrées lors de l'ANRU 1 en matière de diversification résidentielle (essentielle des opérations neuves en locatif social, difficulté de commercialisation des opérations en accession sociale...).

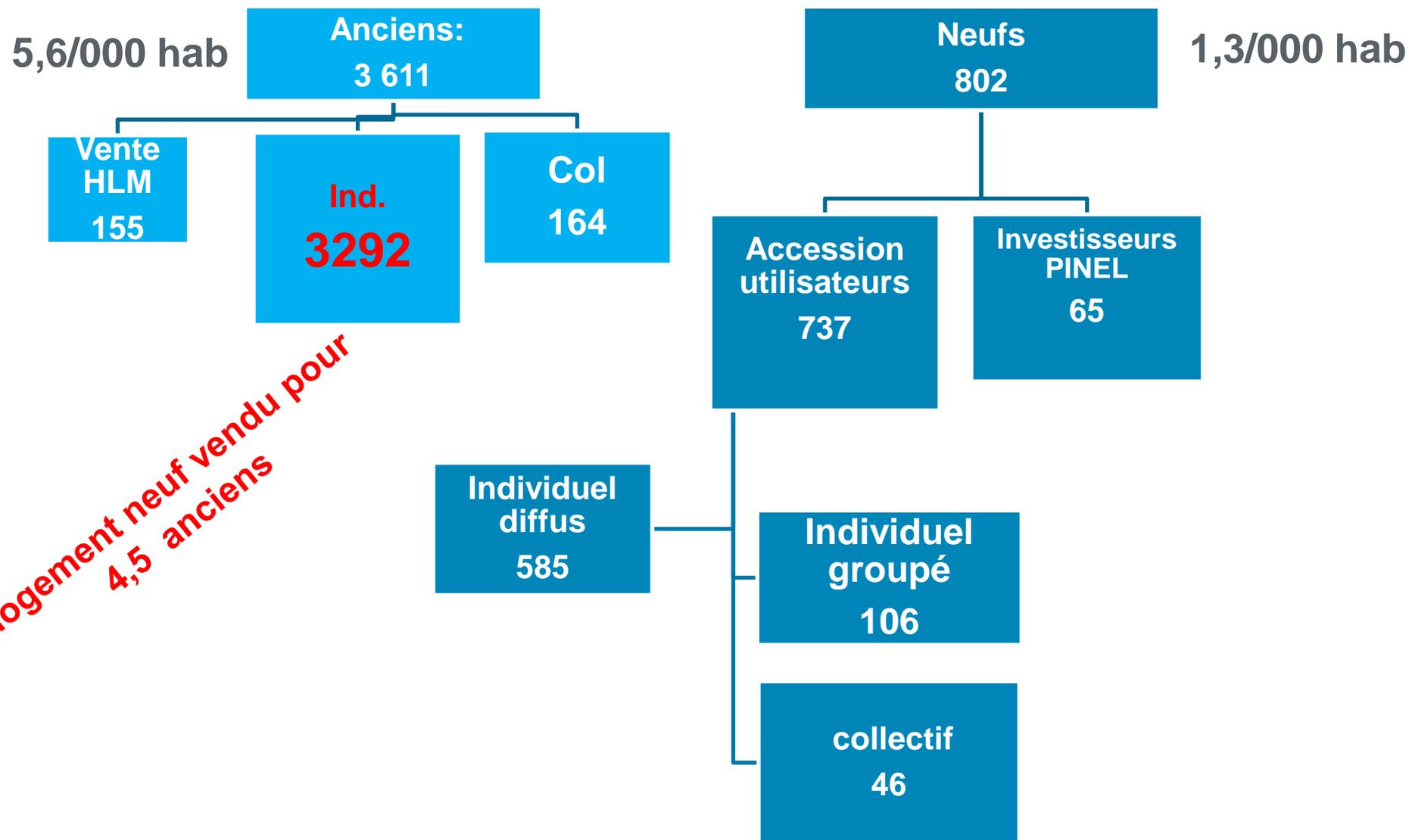
  - L'attractivité générale des quartiers reste problématique
  - Réalisation d'opérations neuves pas toujours adaptées au contexte local (ou se différenciant insuffisamment du locatif social)
  - Concurrence du parc privé ancien
  - Dynamique de construction d'opérations de même et des opérations en lots libres très attractifs en proximité immédiate des quartiers ou dans des communes limitrophes plus attractives a entraîné une inadéquation manifeste entre le produit, son prix et sa localisation (+ concurrence générée par la périurbanisation et désaffectation des cœurs urbains de la part des ménages les plus aisés).

# Quelles sont les caractéristiques du marché local de l'habitat?

# La marché annuel national de l'accession: 1 142 000 logements pour 66,9 millions d'habitants soit 17 logements pour 1000 habitants



# Les 3 EPCI - Le marché annuel de l'habitat en accession: 4 413 logements pour 643 000 habitants soit 6,9 logements pour 1000 habitants

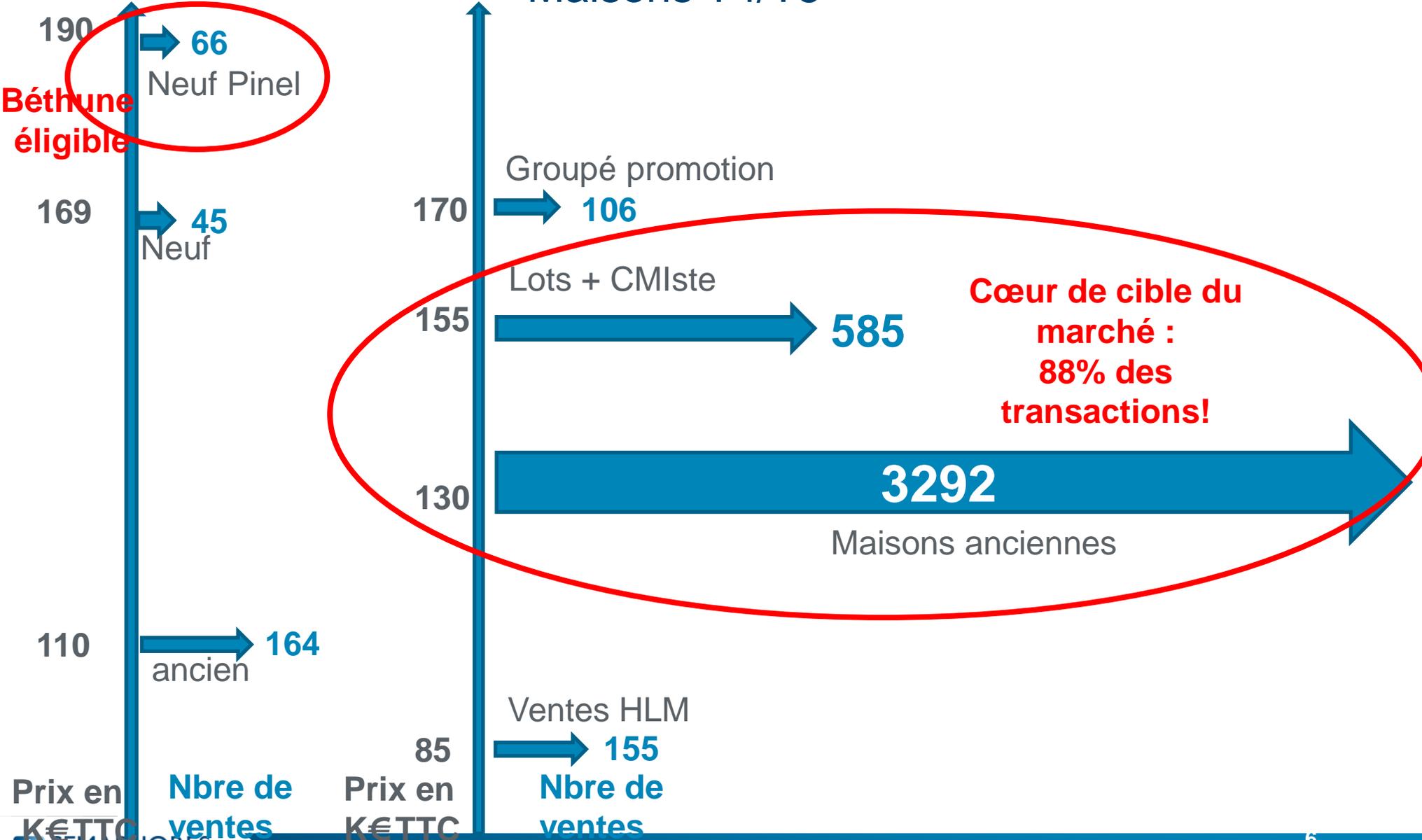


1 logement neuf vendu pour  
4,5 anciens

# Répartition des ventes par gammes de prix « à la bête » des 3 EPCI

## T3 collectif

## Maisons T4/T5



Prix en K€ TTC    Nbre de ventes

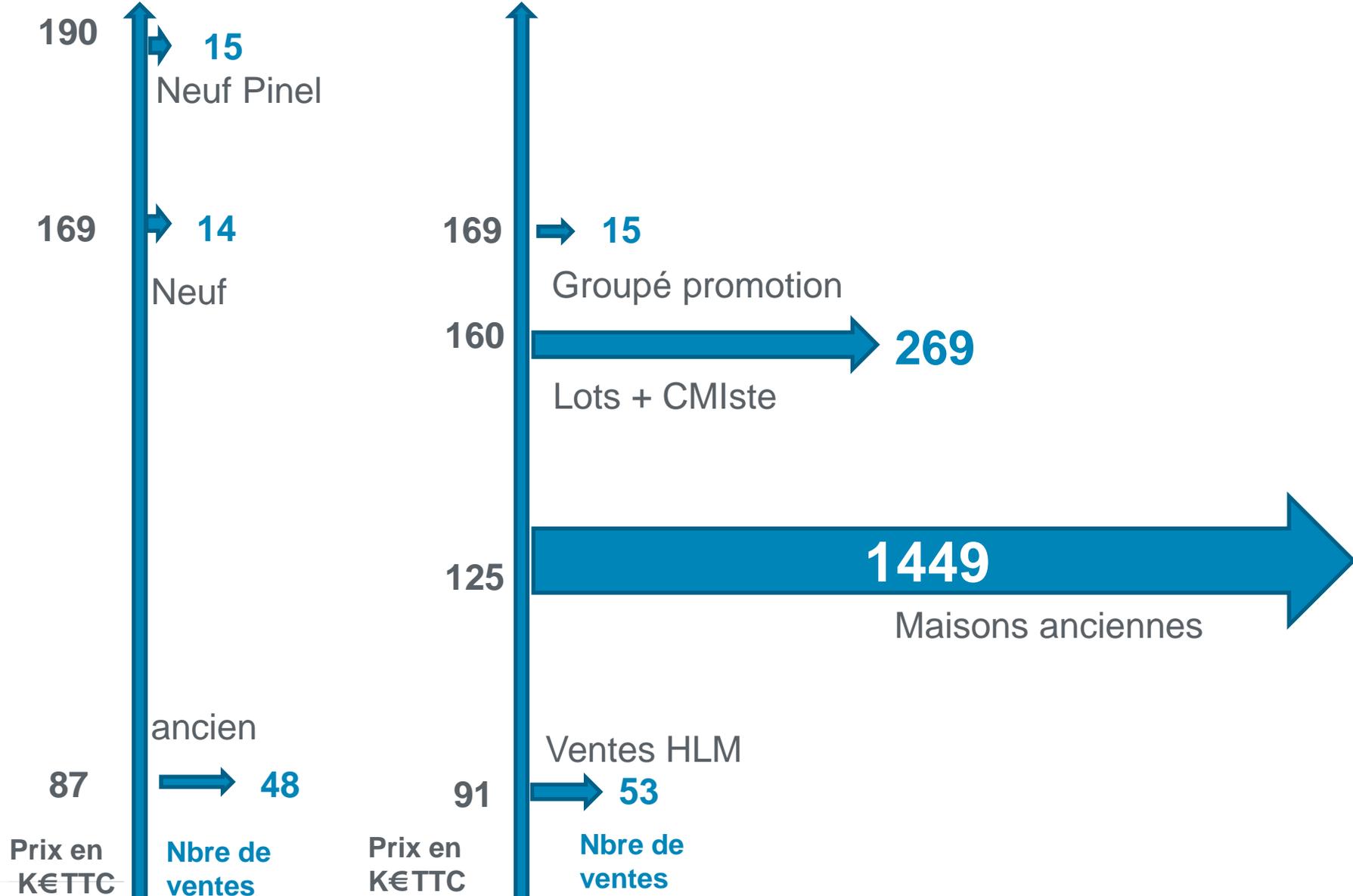
Prix en K€ TTC    Nbre de ventes



# Répartition des ventes par gammes de prix « à la bête » CABBALR

## T3 collectif

## Maisons T4/T5



Prix en K€ TTC  
Nbre de ventes

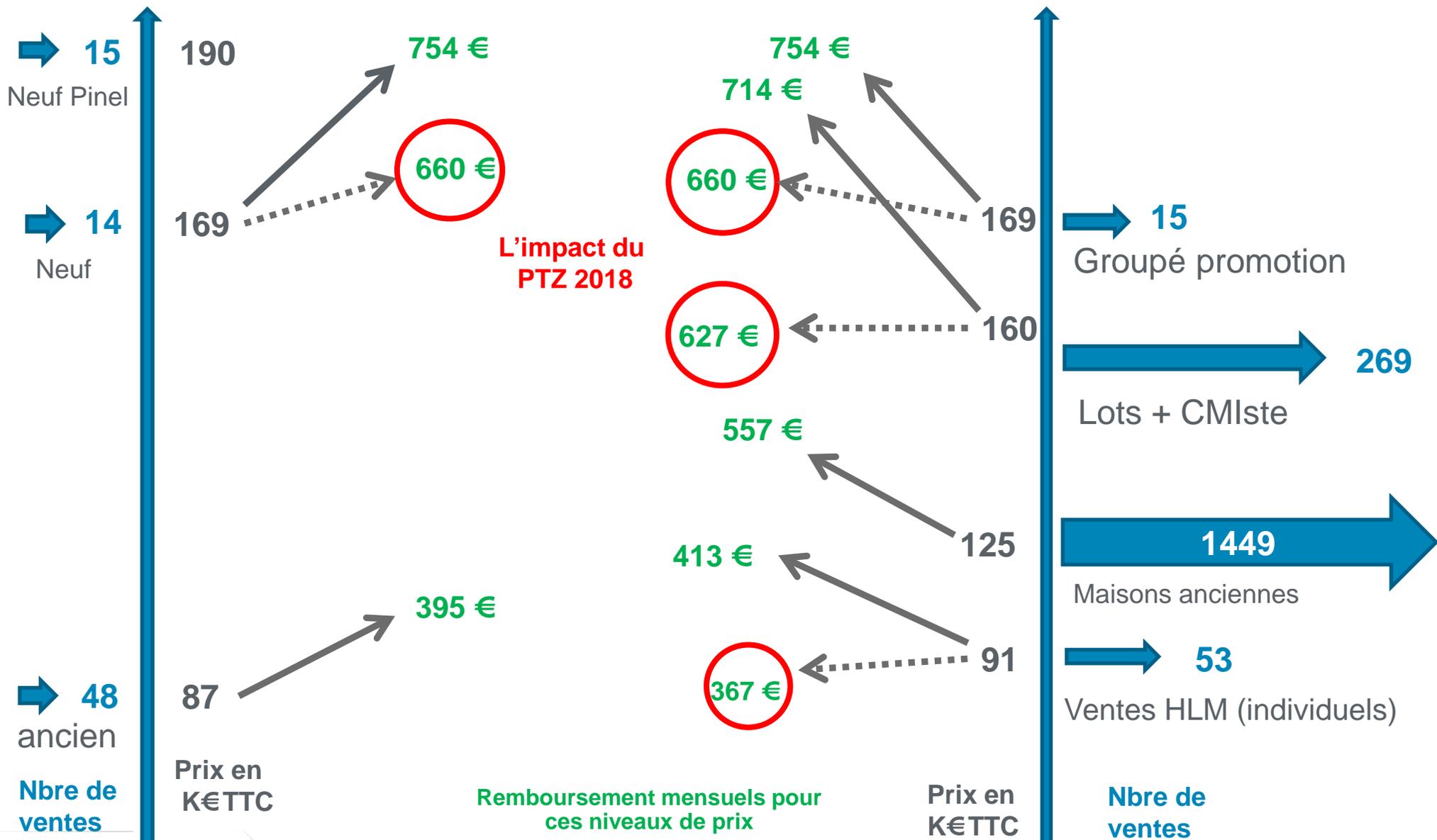
Prix en K€ TTC  
Nbre de ventes

# La compétitivité de l'individuel diffus grâce au PTZ (40 % du montant , PTZ neuf, différé 15 ans- zone B1 Béthune )

## T3 collectif

## Efforts mensuels

## Maisons individuelles

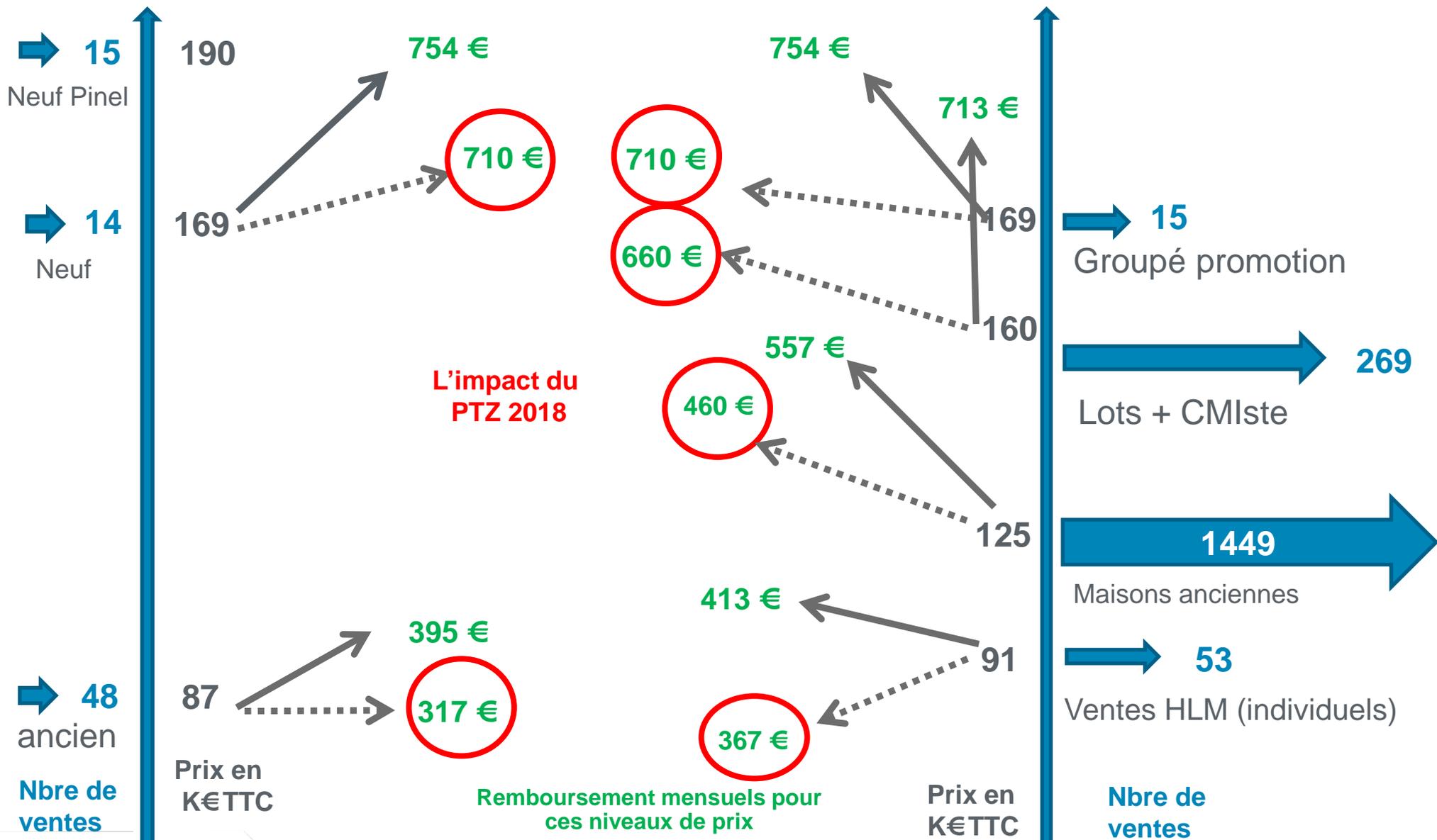


La compétitivité de l'individuel diffus grâce au PTZ (20 % du montant , PTZ neuf , et 40% du montant, PTZ ancien. Différé 15 ans- zone B2 Bruay La Buissière-)

T3 collectif

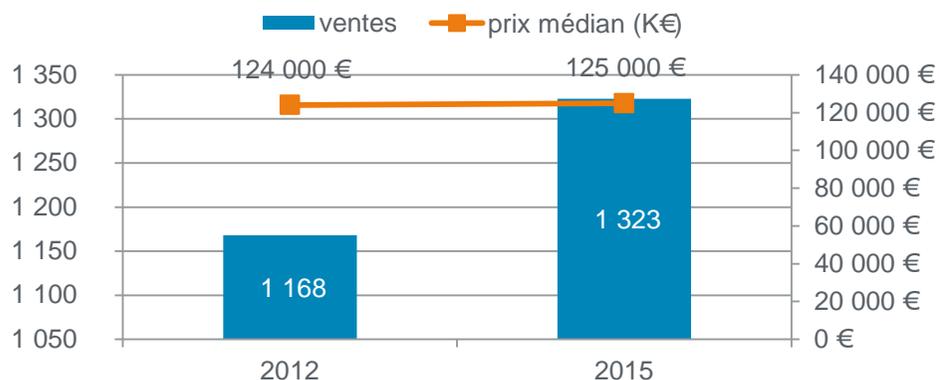
Efforts mensuels

Maisons individuelles

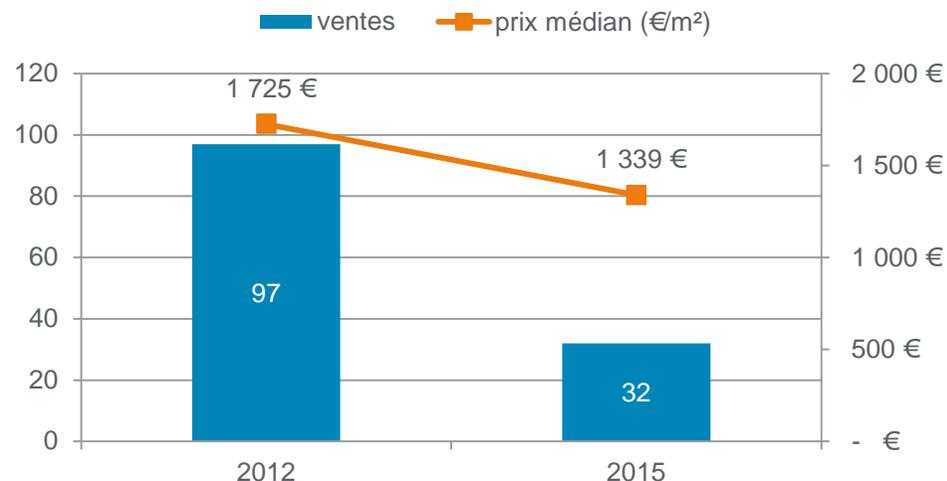


# Le marché de la revente à l'échelle de la CABBALR

Evolution du marché de la revente en individuel  
Source : Perval 2012-2015



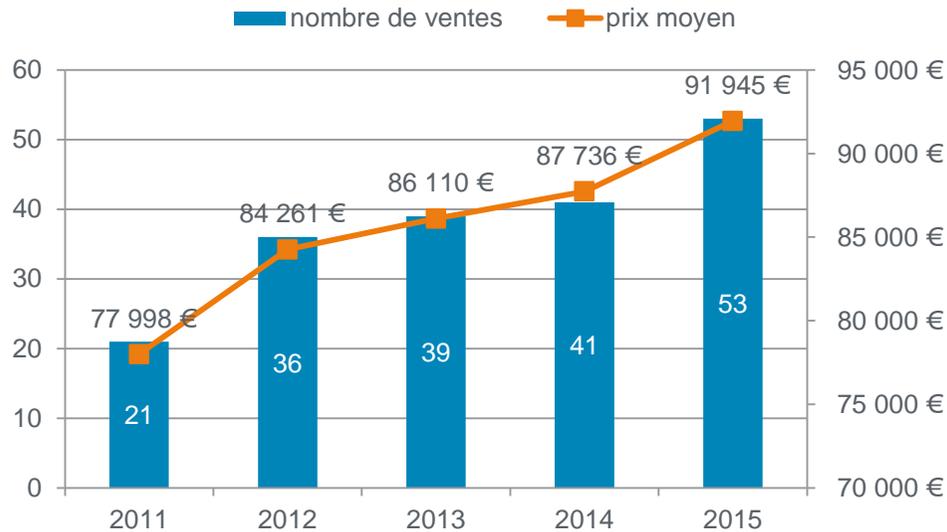
Evolution du marché de la revente en collectif Source: Perval  
2012-2015



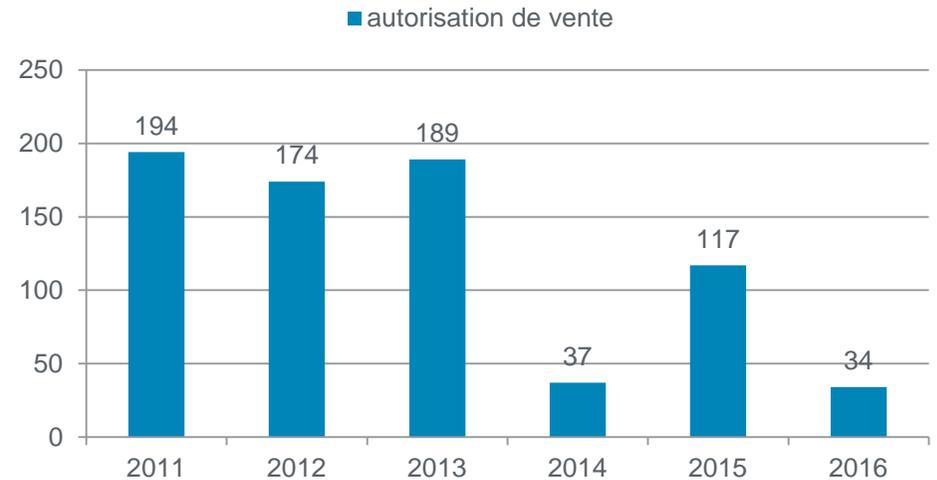
- ✦ Une prédominance des logements individuels sur le marché de la revente:
- 1 323 logements vendus en individuel en 2015 ( 125 00€)
- 32 logements vendus en collectif en 2015 (1 339€/m<sup>2</sup>)

# Évolution des ventes et autorisations de vente de logements sociaux à l'échelle de la CABBALR

Evolution des ventes effectives de logements sociaux  
Source: DDTM 2011-2015

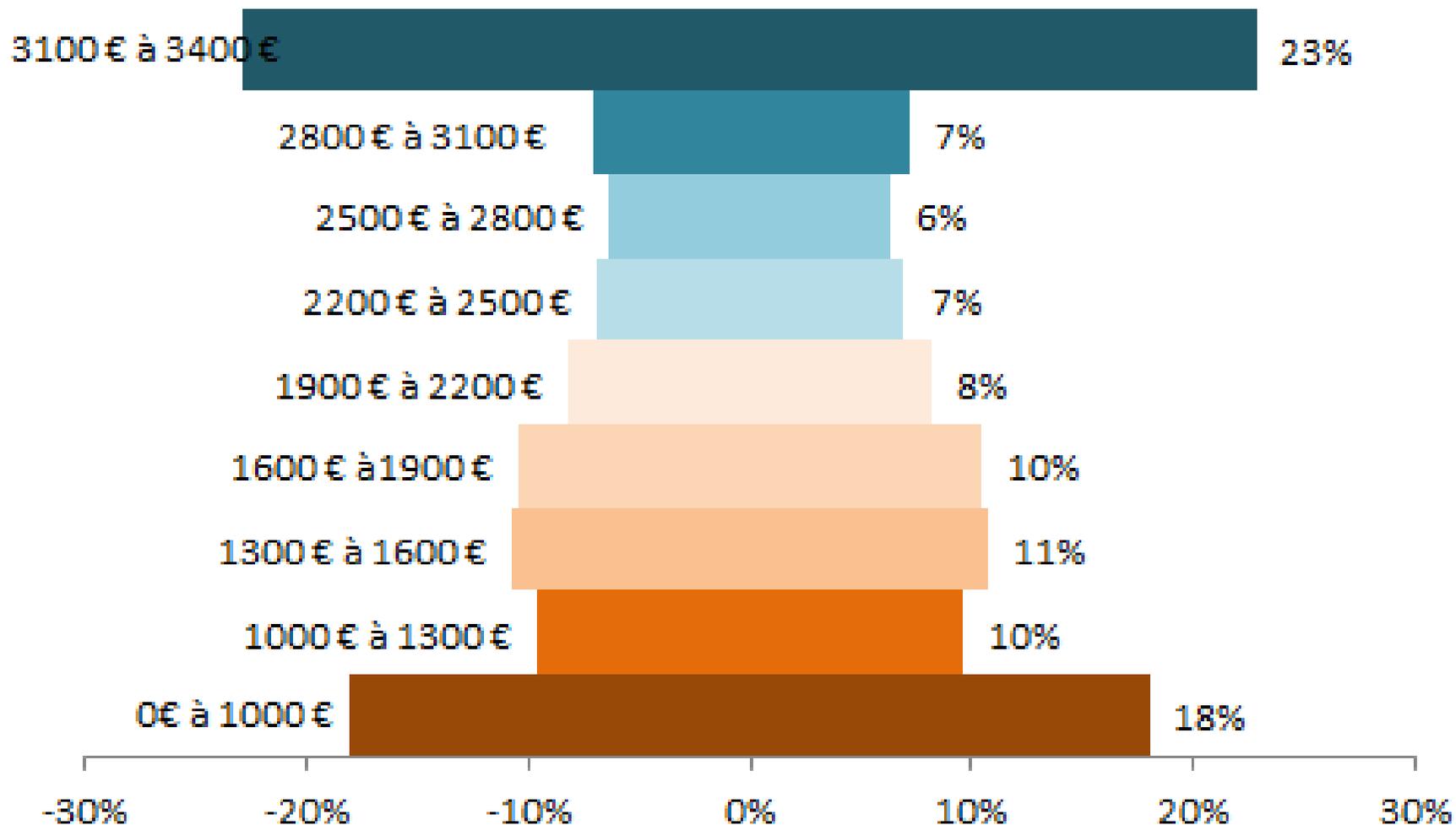


Evolution des autorisations de ventes de logements sociaux délivrées  
Source: DDTM 2011-2016



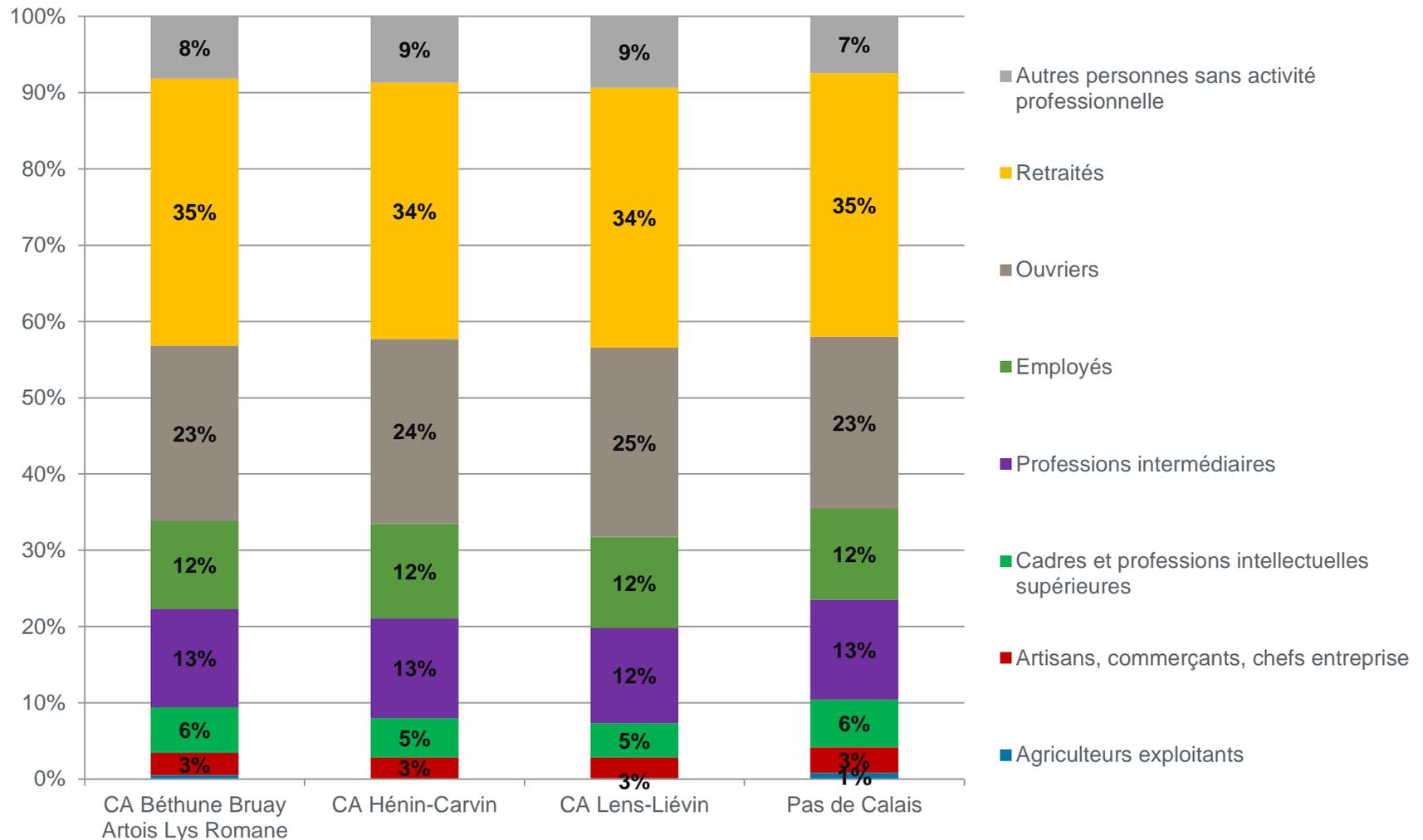
- ✦ Une baisse des demandes d'autorisation de vente de logements sociaux depuis 2016 liée au meilleur ciblage des logements par les bailleurs ainsi qu'à la performance thermique minimale requise depuis 2015 (art R443-11 du CCH)
- ✦ Statistiquement, il y a toujours un décalage entre les logements sociaux autorisés à la vente et les ventes effectives.

# Les revenus à l'échelle de la CABBALR



# Répartition des CSP

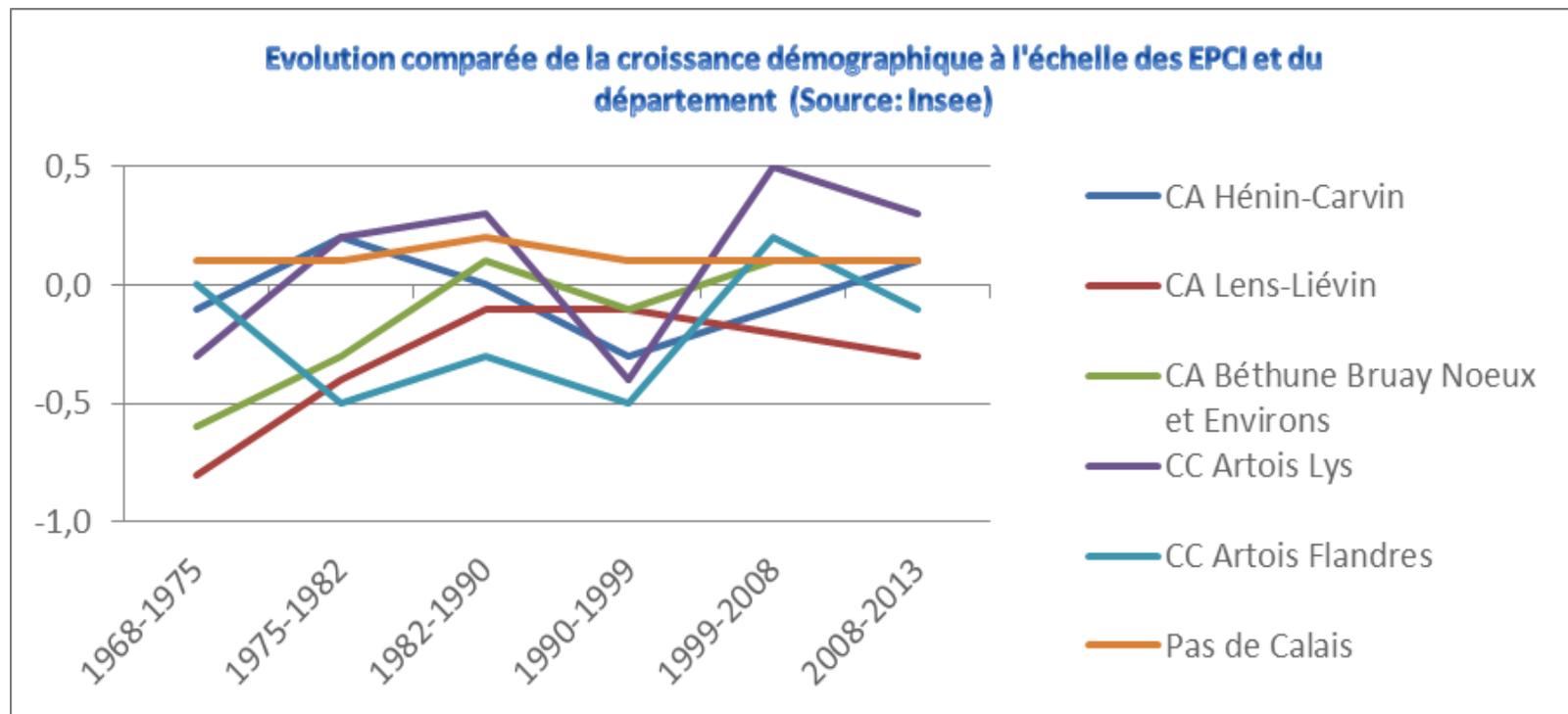
Comparaison de la répartition des ménages par CSP – 2008/2013 (Source: Insee 2013)



- Les différentes CSP se répartissent de manière homogène sur l'ensemble des EPCI

# Déprise démographique et perte d'attractivité

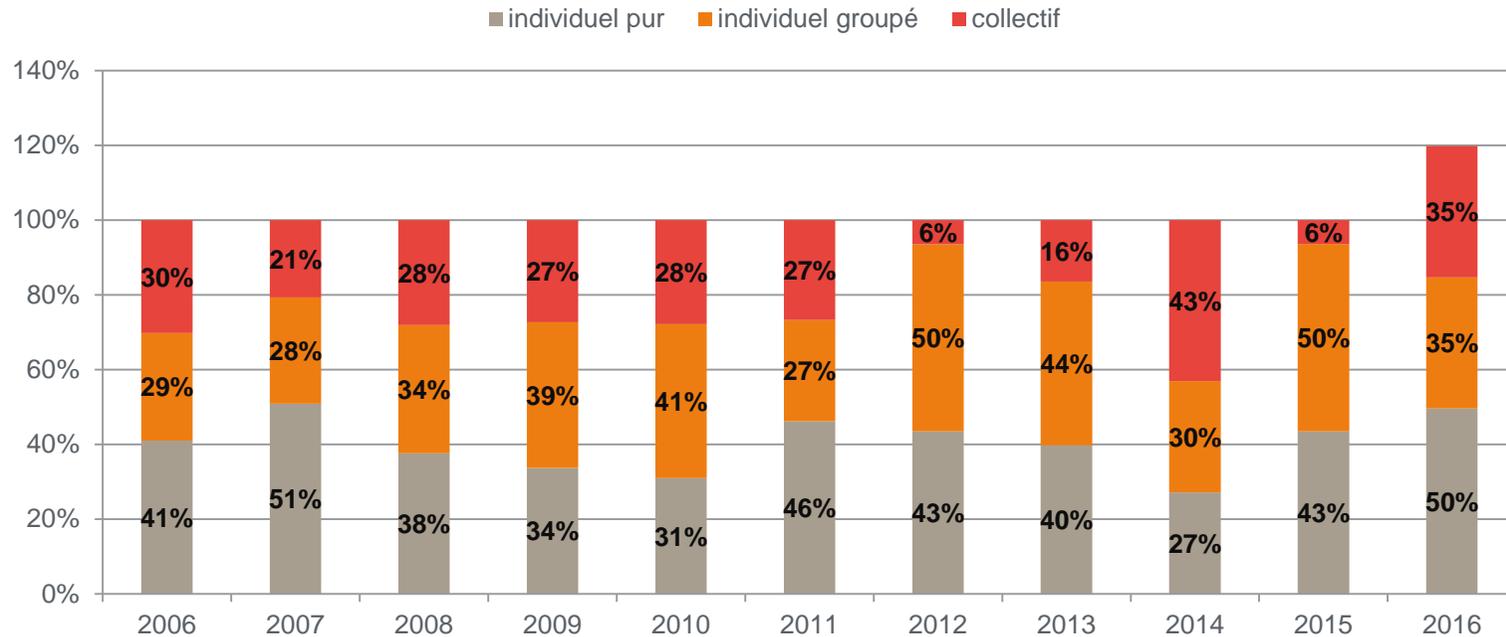
- Depuis une quarantaine d'années, une situation de déprise démographique qui touche particulièrement la CA Lens – Liévin, qui a perdu entre 1968 et 2013 environ 35 975 habitants.
- Les projections de l'INSEE à 2040 prévoient, au niveau régional, un trend similaire avec une évolution démographique faible qui tendrait à s'essouffler progressivement en raison de l'interaction du solde naturel et du solde migratoire .



# La dynamique de production neuve à l'échelle de la CABBALR

## Evolution des logements ordinaires commencés par type depuis 2006

Source: Sit@del2



# Retours qualitatifs des entretiens avec les opérateurs

Deux exemples d'opérations en PSLA pour Maison et Cité (un échec/une réussite):

- ✦ Une opération à Noyelles-Sous-Lens de 148 logements, avec construction de 19 logements en PSLA: 1 seule personne s'est manifestée jusqu'à aujourd'hui malgré une forte publicité, une communication en mairie et des tarifs attractifs...
- ✦ Une opération à Fouquières-lès-Lens de 15 logements livrés en PSLA en 2016: très bien marché et les ménages voulaient lever l'option avant la fin de la première année.
- Quelle différence entre les deux opérations ? La localisation et « l'image du quartier » (une en franges de cité/une en cœur de cité). Le produit est le même (produit qualitatif RT 2012 et prix attractif: 135 000/140 000 € pour un T4)
- ✦ Les banques ne favorisent pas l'accession.
- ✦ Un marché locatif social saturé et concurrentiel.
- ✦ Une demande limitée pour l'accession sociale.
- ✦ Un enjeu de communication et de régulation pour les collectivités locales.
- ✦ Le produit: Individuel et prix bas.

# Les constats majeurs

- ✦ Relative faiblesse du PINEL qui représente 16% des investissements, en dessous de la moyenne nationale.

(La tendance est à la disparition programmées des dispositifs de défiscalisation)

- ✦ La culture locale, c'est l'individuel: 90% du marché depuis toujours!
- ✦ La clientèle est locale et il se confirme que les zones de chalandise des programmes à développer sont proches
- ✦ Le désir d'acheter existe bien mais la solvabilité est faible
- ✦ Le référentiel des prix est dicté par l'ancien et se situe donc très bas.



**L'offre peut créer la demande à deux conditions:**

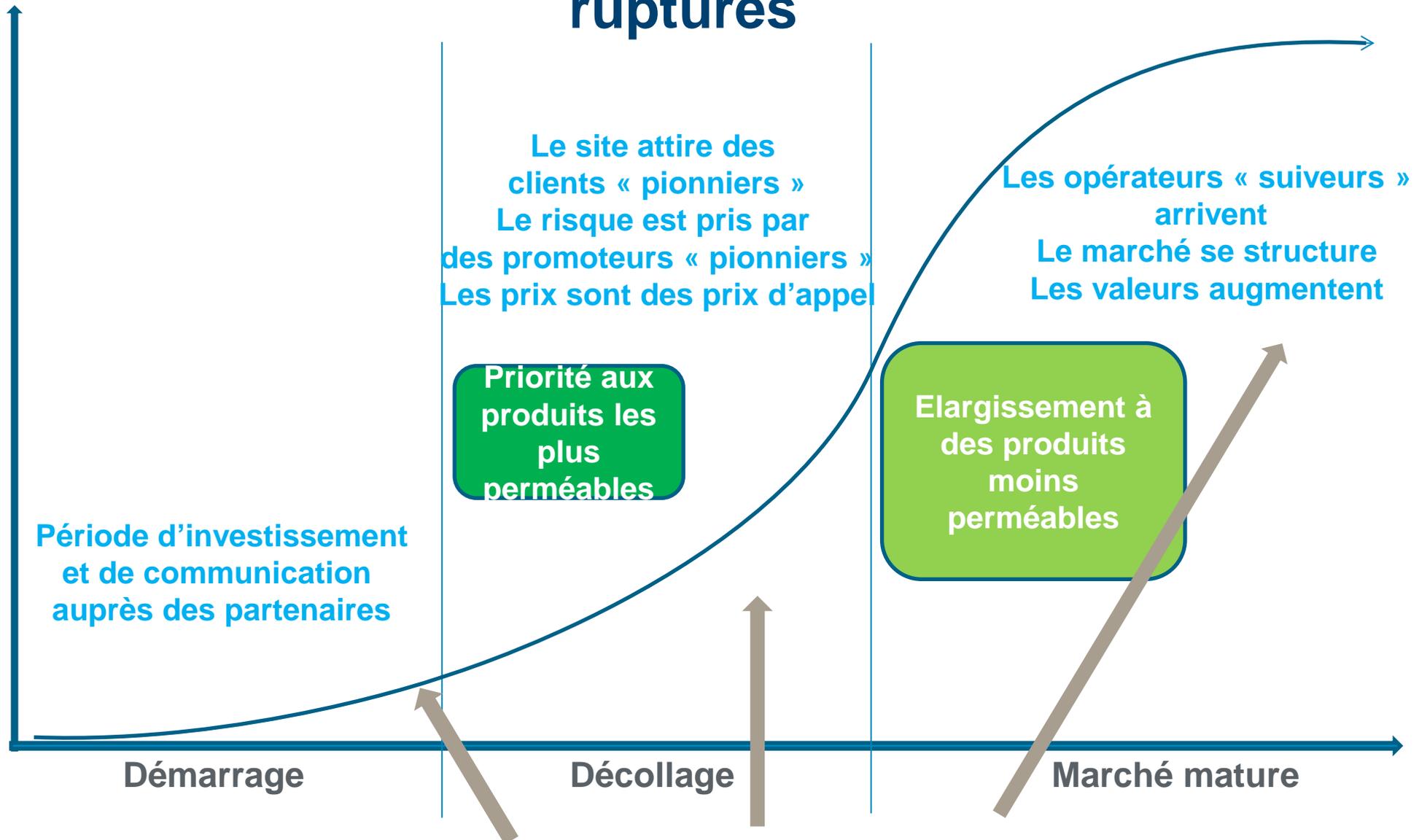
- **Des produits individuels**
- **Des prix en phase avec des taux d'effort faibles**

# Les ressorts d'une diversification réussie

# La diversification en 5 questions

- ✦ A quelle phase nous situons nous dans le processus?
- ✦ Quel doit être le bon « timing » du développement de l'offre?
- ✦ Quels sont les produits correspondant aux attentes des clients prêts à enclencher un parcours « ascendant »?
- ✦ Quels sont les opérateurs mobilisables en fonction des produits développés?
- ✦ Comment réguler l'offre sur le territoire pour créer les conditions de succès?

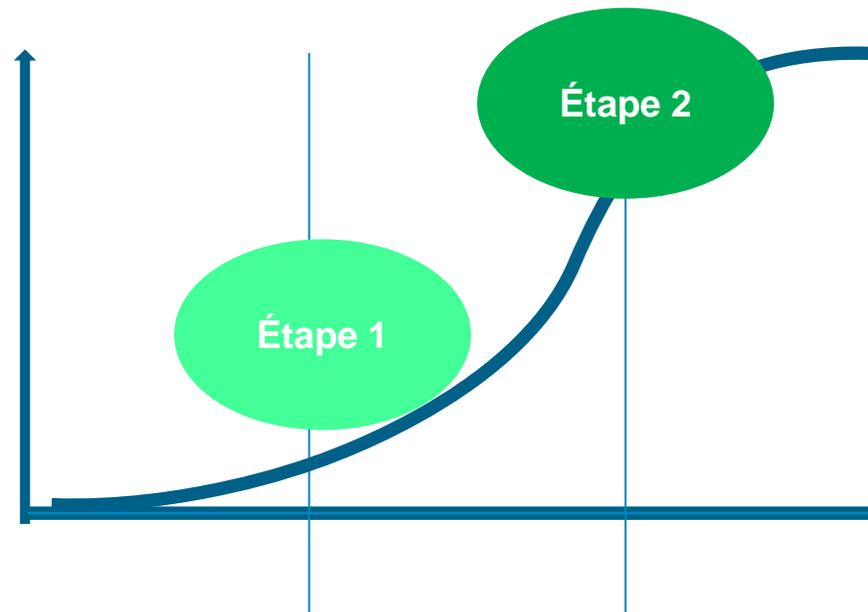
# Le processus de diversification: 3 phases et deux ruptures



La question est de savoir où se situe chaque quartier dans cette temporalité?

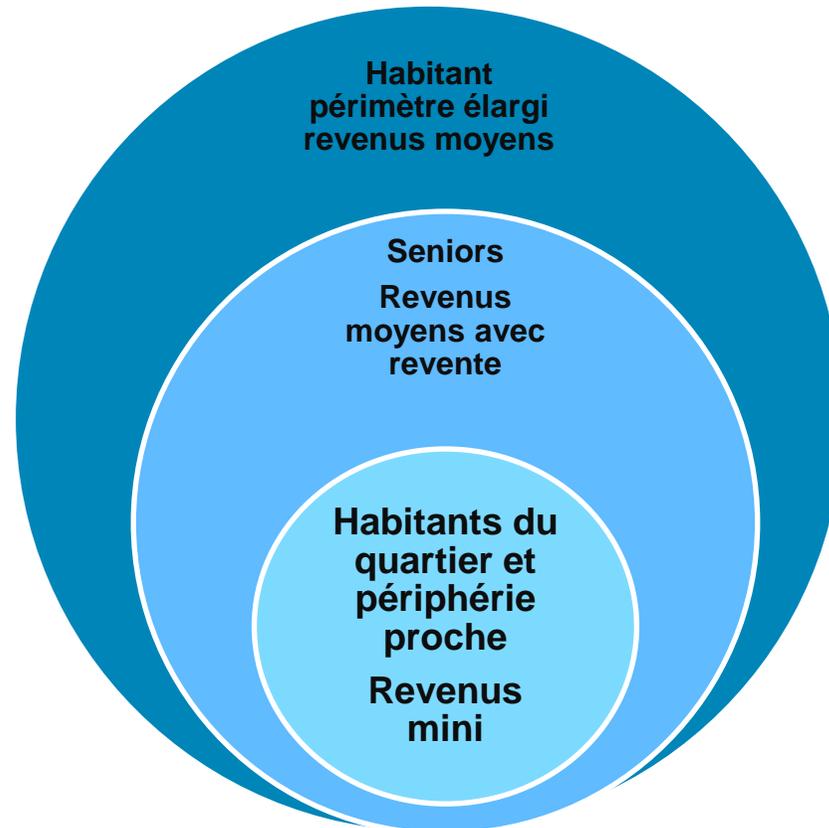
# Le bon timing?

- ✦ La question est: comment développer la programmation en 2 étapes?
  - Une **première étape** correspondra à une **prise de risque « raisonnée »**: les clients les plus proches, aux revenus faibles ou moyens sur les produits les plus marchands
  - Une **seconde étape plus ambitieuse** qui consistera à consolider la production de l'étape précédente et à accepter des risques plus importants: des clients aux revenus plus élevés ( locaux ou extérieurs) sur des produits à plus forte valeur ajoutée

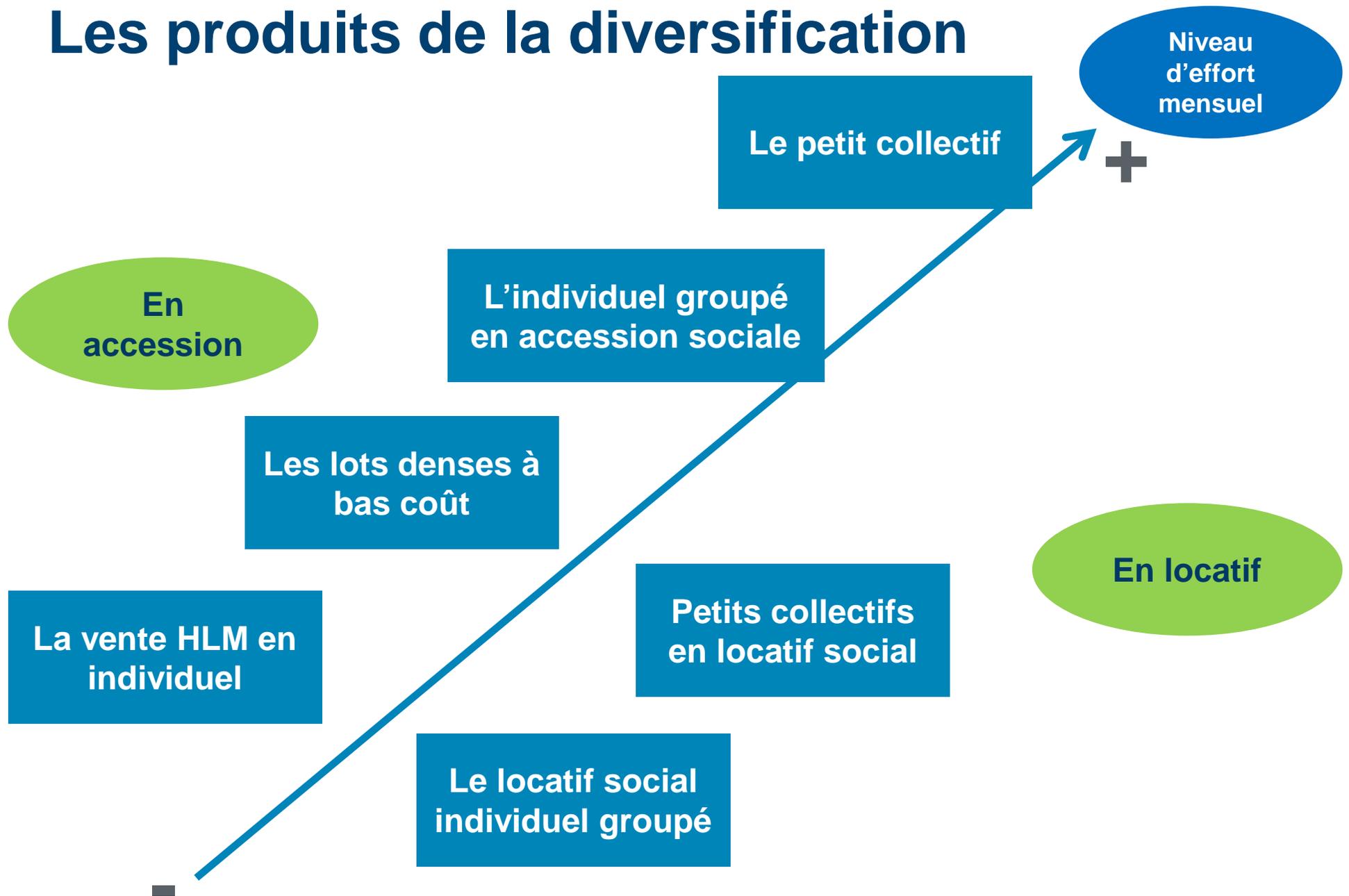


# Les bonnes cibles dans ce timing?

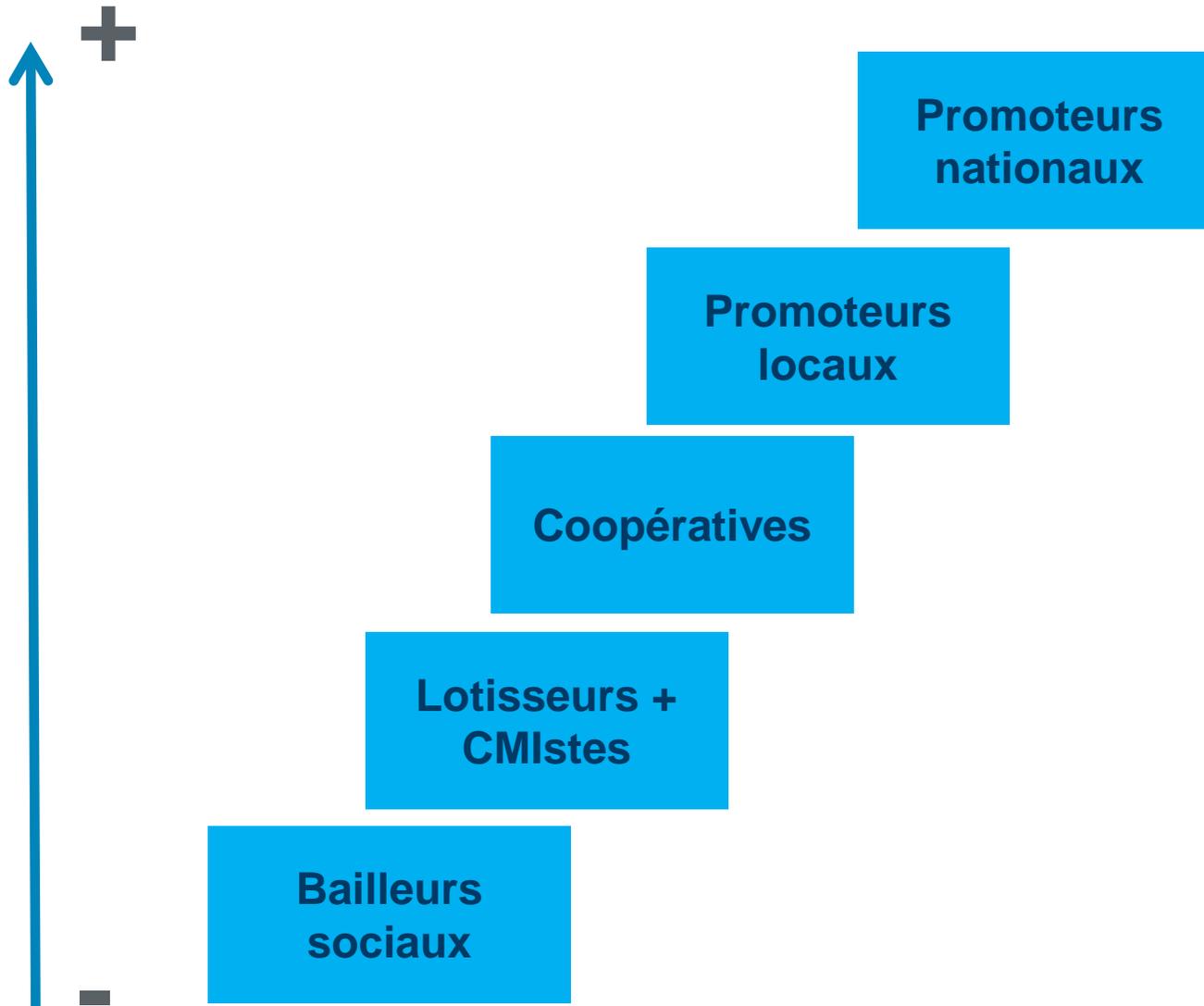
✦ Exemple à décliner suivant les sites:



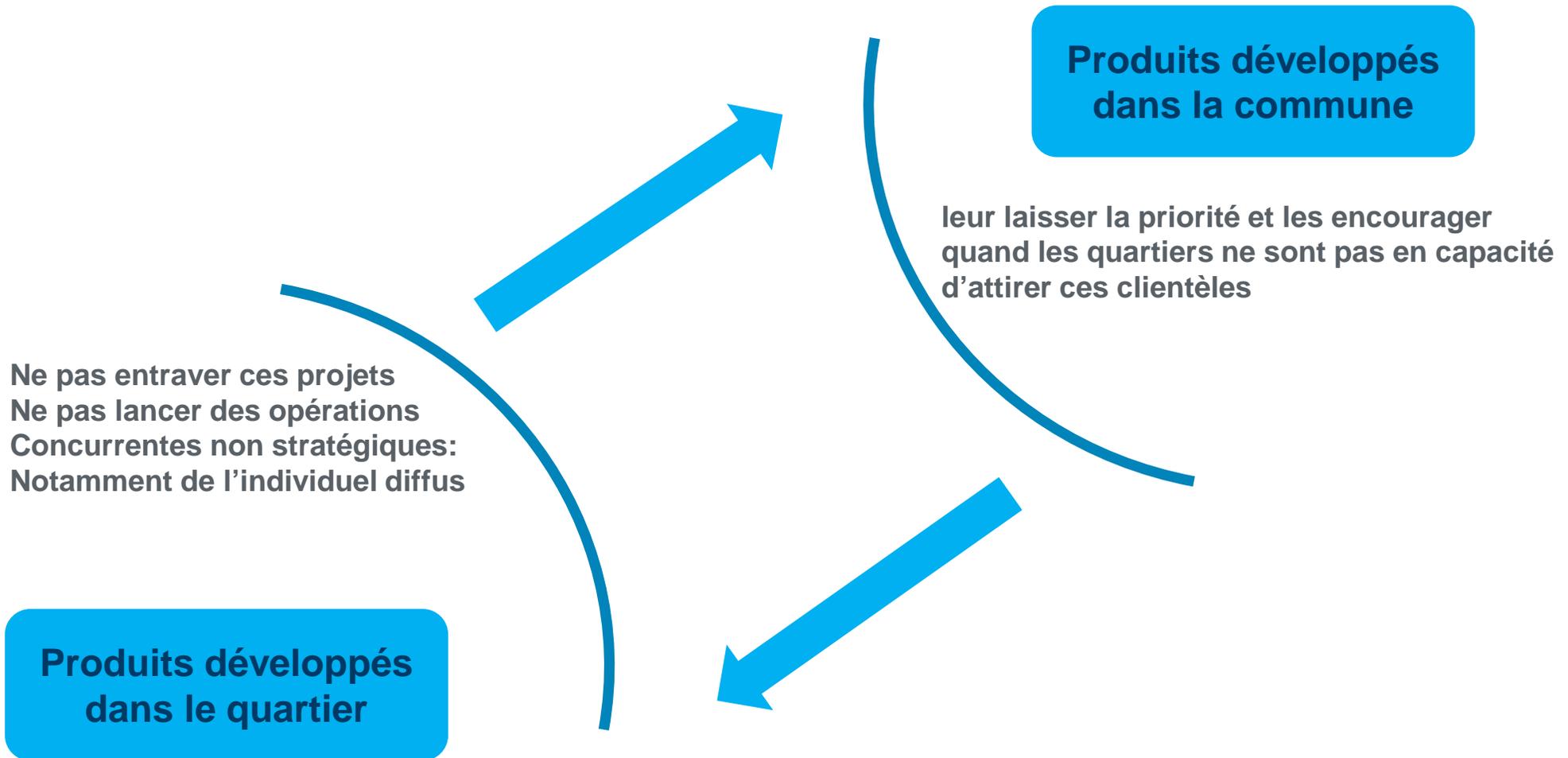
# Les produits de la diversification



# Les opérateurs mobilisables



# Réguler l'offre dans les deux sens...



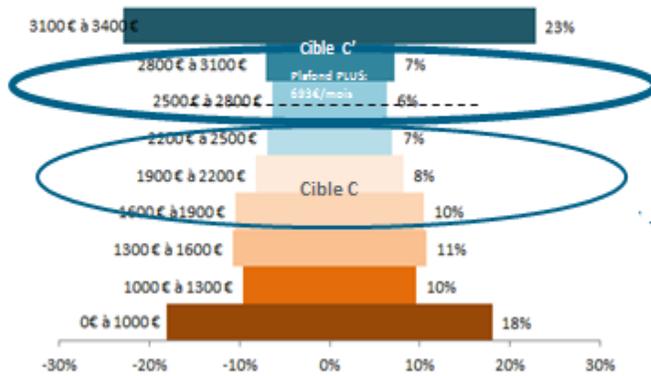
# Les cibles de ménages

- ✦ Cible A: Les ménages du quartier ayant des revenus mensuels entre 900 et 1400 euros
- ✦ Cible B: Les ménages du quartier ayant des revenus mensuels entre 1300 et 1850 euros
- ✦ Cible C: Les ménages de la commune ayant des revenus mensuels au dessus de 1 700 euros
- ✦ Cible C': Les ménages de la commune locataires du parc locatif social au dessus des plafonds PLUS

# Enjeu de maîtrise et de régulation de la programmation de nouveaux logements par les collectivités locales

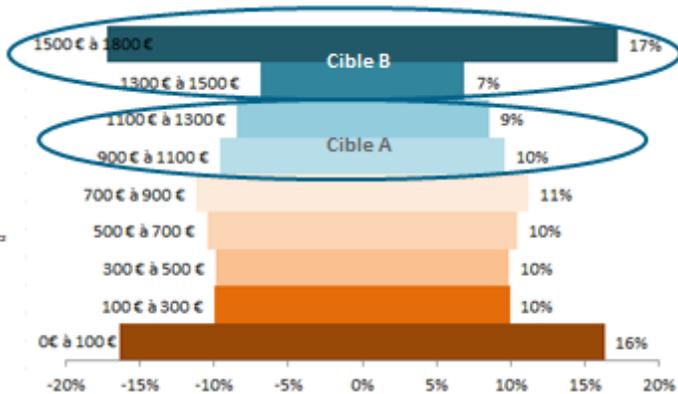
- Les opérations en cours de commercialisation sur la commune de Lens

## CA Artois - Comm



Revenus fiscaux localisés de l'ensemble des ménages - Année 2011  
(Insee-DGFIP Revenus fiscaux localisés des ménages)

## Mont-Liébaut



Répartition des revenus mensuels déclarés de l'ensemble des ménages par unité de consommation – QPV ZAC de deux Villes, 2013 (INSEE, DGFIP, Cnaf, Cnav-CCMSA)



### Légende - Opérations en cours de commercialisation

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>A</b> Ardeko - European Homes     | <b>D</b> Les Preludes - PROMODUNE        |
| <b>B</b> Narratio - LE BLAN          | <b>E</b> Delisse Engrand - Les Recollets |
| <b>C</b> 121 Bld Kitchener - LE BLAN | <b>F</b> Winston Churchill - SCI DICO    |

Plusieurs opérations en cours de commercialisation situées dans le centre ville proposant des logements collectifs avec une fourchette de prix moyen entre: 2 714 € et 3 413 €/m<sup>2</sup>,

# Enjeu de maîtrise et de régulation par les collectivités locales de la programmation de nouveaux logements

**Objectif:** empêcher la concurrence avec d'autres éventuelles opérations qu'elles soient publiques ou bien privées.

Interroger la **capacité du site à accueillir une nouvelles offre** et ajuster le cas échéant la production aux capacités d'absorption aussi bien du marché interne que du marché externe permet d'inscrire la nouvelle offre à une plus grande échelle, celle du territoire.

Un **travail de coordination** avec l'ensemble des acteurs et partenaires impliqués dans le développement urbain du territoire est indispensable.

# Quels sont les potentiels de diversification dans les quartiers NPNRU de la CABBALR?

# Quels indicateurs pour évaluer le potentiel de diversification?

- ✦ Localisation et « image du quartier »
- ✦ Proximité aux pôles d'activités
- ✦ Desserte/Mobilité
- ✦ Qualité urbaine
- ✦ Espaces publics
- ✦ Equipements (commerces et services)
- ✦ Equipements scolaires
- ✦ Foncier disponible

***Ces indicateurs permettent de déterminer l'attractivité et le positionnement concurrentiel du quartier.***

# Mont-Liébaut (Béthune)

# Mont-Liébaud



# Mont-Liébaud

## État du foncier en zone U et AU (vocation habitat)

Phase terrain entre Novembre 2016 et Janvier 2017

	QPV	Zone tampon	Total
Disponible (terrain non bâti)	<b>0,6ha</b>	<b>7,8 ha</b>	<b>8,4 ha</b>
Friche ou logement vacant	-	<b>1 ha</b>	<b>1 ha</b>
Projet connu en cours ou à venir	-	<b>4,6 ha</b>	<b>4,6 ha</b>

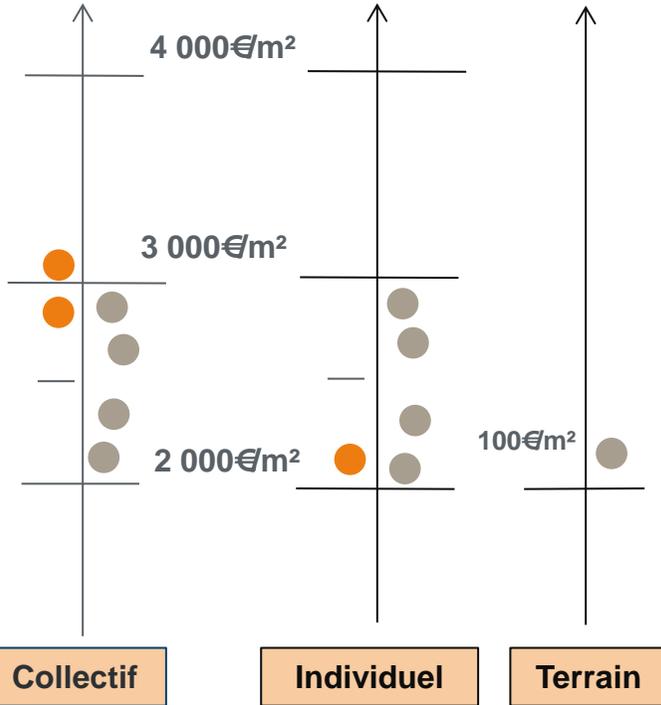
- 1 787 logements dont 1 364 appartements et 423 maisons (MAJI 2013).
- 70 % du parc de logements a été construit entre 1949 et 1974. 15% du parc est plus récent (construit depuis la fin des années 80).
- La part de logements T1/T2 est de 14,5%, les logements T5 et plus représentent 18,5%.
- 86,4% de locataires.
- Principal bailleur: Pas de Calais Habitat.
- Taux de vacance en 2013: 20%.

# Forces et faiblesses du quartier

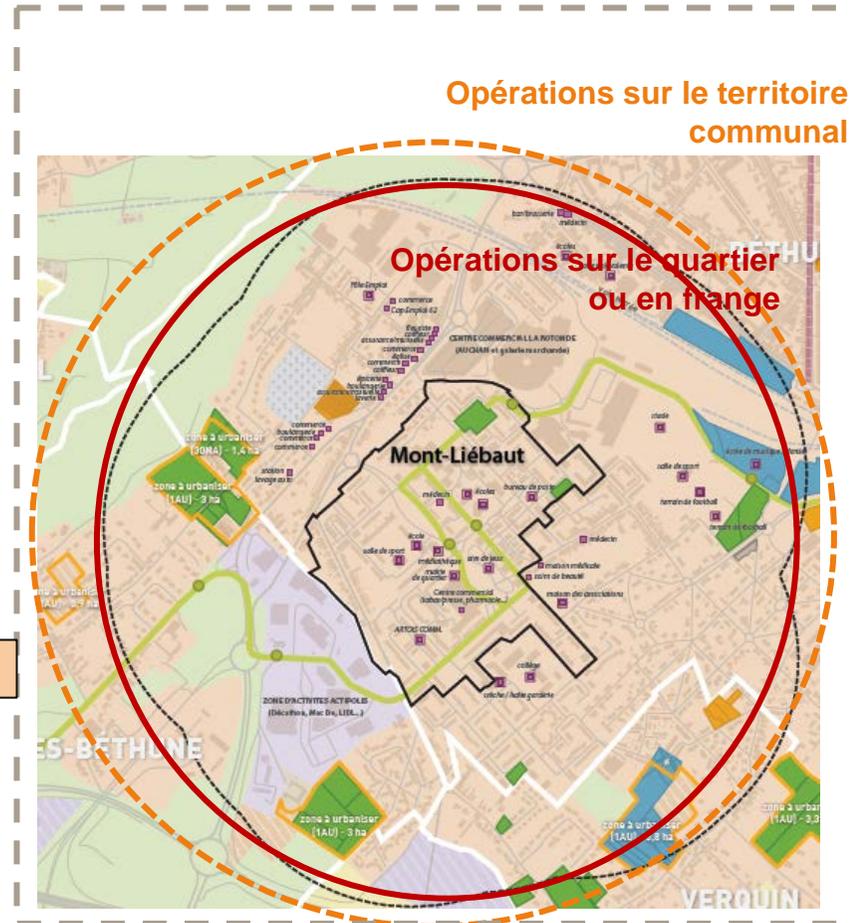
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Offre de services et équipements</li><li>✓ Impact de l'ANRU 1 visible, réhabilitation et nouvelle construction</li><li>✓ Projet d'implantation des services communaux</li><li>✓ Projet de reconnexion au pôle gare</li><li>✓ Projet de reconversion du pôle commerciale Olympie</li><li>✓ Désenclavement du collège (ANRU 1)</li><li>✓ Proximité centre commercial (Auchan)</li><li>✓ Commerces de proximité: Pharmacie, Bar Tabac, Poste</li><li>✓ Connexion du bus à haut niveau de service (BHNS)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Echec de la diversification dans le cadre de l'ANRU 1</li><li>✓ Fiscalité locale</li><li>✓ Beaucoup de turn-over dans le parc social et un taux de vacance élevé (20%)</li><li>✓ Manque d'une offre commerciale, notamment d'une offre de restauration pour les professionnels</li><li>✓ Enjeu d'amélioration de la gestion urbaine de proximité: convention GUP existe mais jamais mise en œuvre</li><li>✓ Départ des services de la DDT et de l'Agence Pas de Calais Habitat</li></ul>

# Quelle offre concurrente à proximité des quartiers ou dans un secteur proche ?

**NEUF**



Zone concurrentielle



**ANCIEN**

**Collectif**

Transactions sur le quartier  
(prix moyen):  
Recoupement à l'IRIS  
**1 520 €/m<sup>2</sup>**

Transactions sur la  
commune (prix moyen):  
**1 840 €/m<sup>2</sup>**

**Individuel**

Transactions sur le  
quartier (prix moyen):  
Recoupement à l'IRIS  
**105 K€**

Transactions sur la  
commune (prix moyen):  
**118 K€**

Transactions de terrains (prix  
moyen):  
**68 €/m<sup>2</sup>**

Opérations en cours de commercialisation situées :

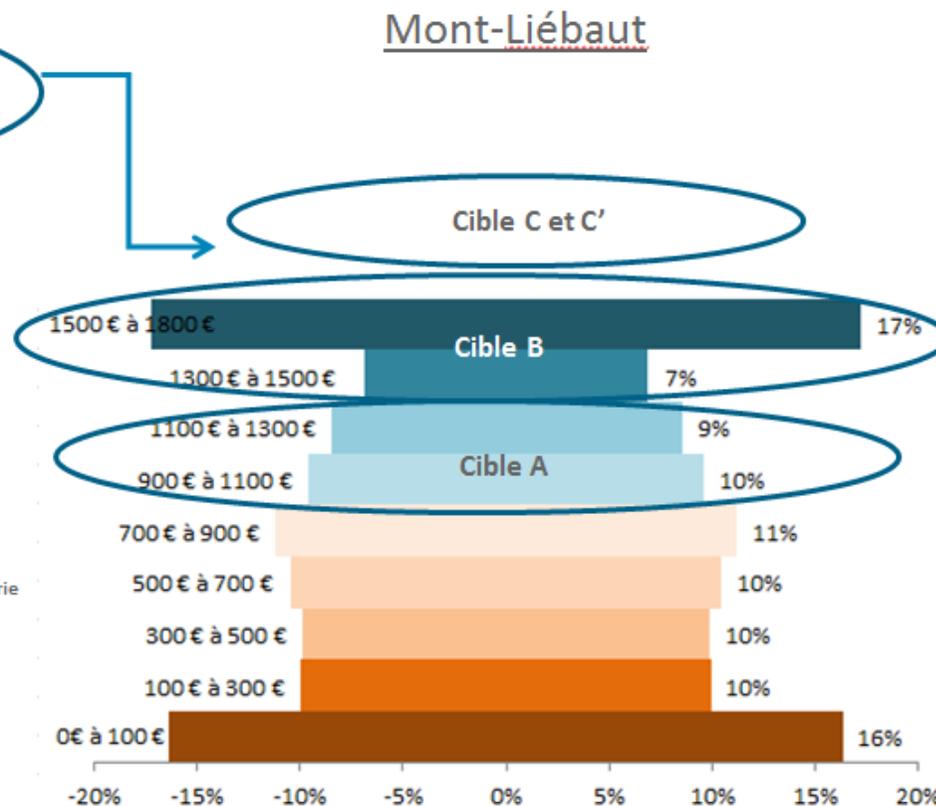
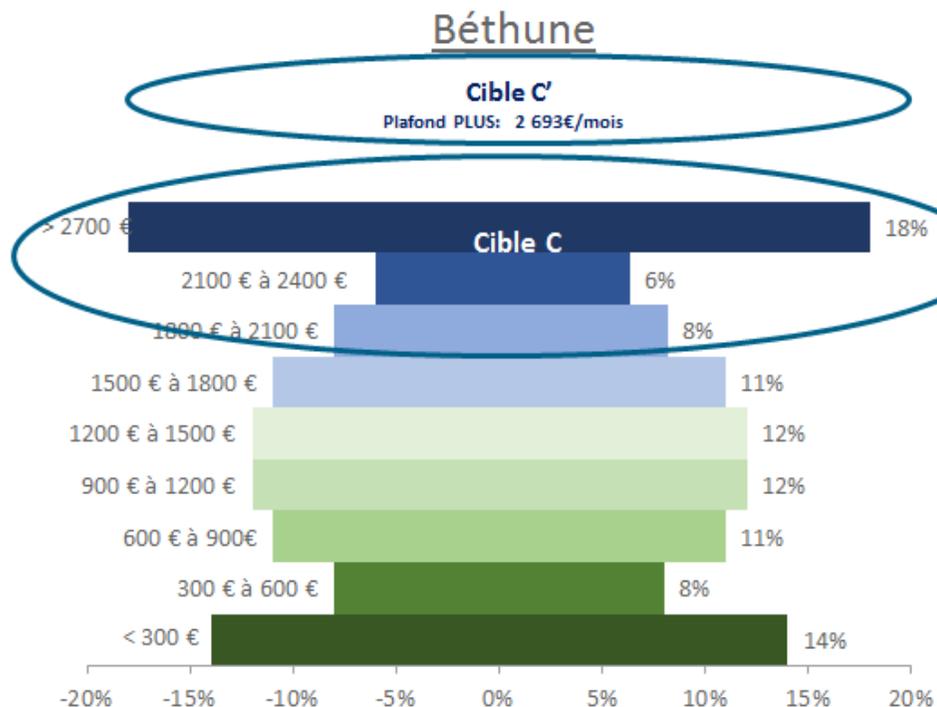
- dans le quartier ou en frange : 0
- sur la commune (Béthune) : 3
- dans la zone concurrentielle élargie (3 EPCI) : une vingtaine de programmes

# Les cibles de ménages

- ✦ Cible A: Les ménages du quartier ayant des revenus mensuels entre 900 et 1400 euros
- ✦ Cible B: Les ménages du quartier ayant des revenus mensuels entre 1300 et 1850 euros
- ✦ Cible C: Les ménages de la commune ayant des revenus mensuels au dessus de 1 700 euros
- ✦ Cible C': Les ménages de la commune locataires du parc locatif social au dessus des plafonds PLUS

# Segmentation de la clientèle selon ses revenus à l'échelle de la commune de Béthune et du quartier Mont-Liébaut

- ✦ La répartition en quatre groupes cibles (A, B, C et C') permet d'identifier la clientèle en fonction de sa capacité d'effort mensuel



Indicateurs de distribution des revenus déclarés par les ménages - Pour l'ensemble des ménages et par catégorie de ménages - Année 2013 (Source(s) : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal.)

**Cible C:** 32 % des ménages fiscaux de la commune pourraient représenter un segment de clientèle potentiel pour favoriser la mixité dans le quartier

**Cible C':** 7% des ménages locataires du parc social de la commune sont au dessus des plafonds PLUS

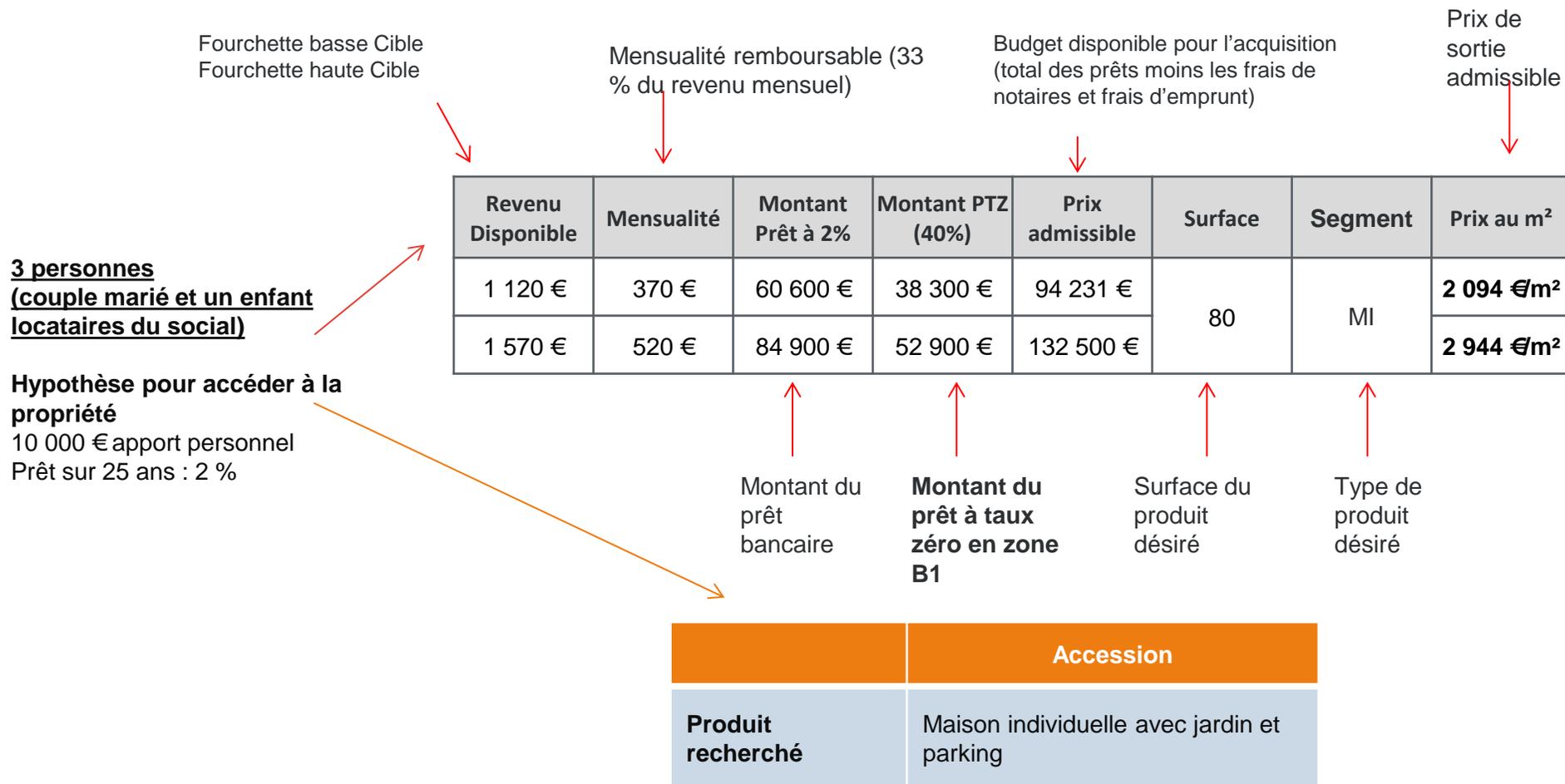
**Cible B:** 24% des ménages du quartier

**Cible A:** 19% des ménages du quartier

Répartition des revenus mensuels déclarés de l'ensemble des ménages par unité de consommation - QPV ZAC de deux Villes, 2013 (INSEE, DGFIP, Cnaf, Cnav-CCMSA)

# Grille de lecture des simulations

- ✦ Comment définir le bon niveau de prix pour être en adéquation avec les capacités des ménages ?
- ✦ Nous travaillons sur la solvabilité des ménages en fonction de leurs revenus, des apports personnels, des aides mobilisables et des conditions de prêt.



# Que peut acheter le cœur de cible ?

## Habitants du quartier

- Compte tenu des revenus trop faibles de la Cible A nous avons retenus pour nos simulations uniquement la cible B. Par ailleurs, au sein de la Cible B, seulement la tranche haute, 17% des ménages, semble en mesure de pouvoir accéder à la propriété

### Prix de sortie admissible



#### **Cible B** Hypothèse pour accéder à la propriété

Apport personnel:

0 à 10 000 €

PTZ

Prêt sur 25 ans : 2 %



Revenu Disponible	Mensualité	Apport	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 300 €	429 €	0 €	74 400€	31 200 €	98 700 €			
1 800 €	594 €	10 000 €	94 000 €	56 600€	152 000 €	85	MI	1 788 €/m <sup>2</sup>

Revenu Disponible	Mensualité	Apport	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 300 €	429 €	0 €	71 700€	35 400€	100 200€			
1 800 €	594 €	10 000 €	91 300€	60 800 €	153 400 €	85	MI/ Collectif T3	1 804 €/m <sup>2</sup>

# Que peut acheter la cible élargie ?



**Cible C**  
**Hypothèse pour accéder à la propriété**  
 Apport personnel: 10 000 €  
 PTZ  
 Prêt sur 25 ans : 2 %

Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2 %	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 800 €	594 €	94 000€	56 600 €	152 000€	85	MI Groupée	1 788€/m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	137 400 €	90 700 €	226 800 €	90	MI/LOT+MI	2 500 €/m <sup>2</sup>



Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2 %	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 800 €	594 €	91 300 €	60 800 €	153 400€	85	MI Groupée/ COLLECT	1 804/m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	109 900 €	73 500 €	183 700 €	90	MI/LOT+MI/ cOLLECT	2 041 €/m <sup>2</sup>



**Cible C'**  
**Hypothèse pour accéder à la propriété**  
 Apport personnel: 10 000 €  
 PTZ  
 Prêt sur 25 ans : 2 %

Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	137 400 €	90 700 €	226 800 €	90	MI/LOT+MI	2 500 €/m <sup>2</sup>



Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (40%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	109 900 €	73 500 €	183 700 €	90	MI/LOT+MI	2 041 €/m <sup>2</sup>

# Cibles de clientèle

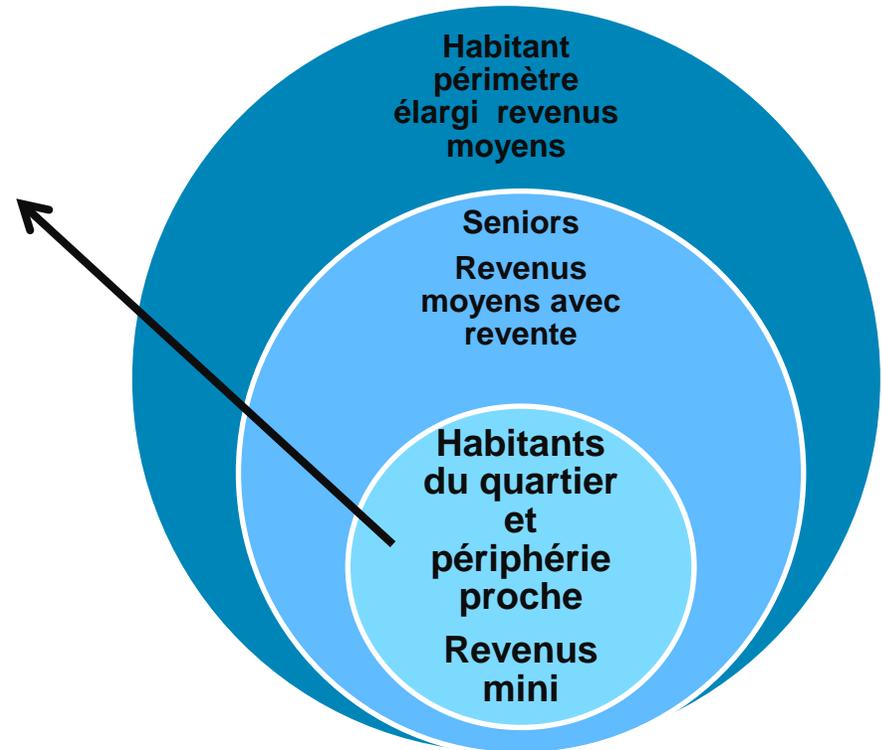
- ✦ Nous retenons comme cible potentielle de la diversification à l'échelle du quartier la **Cible B** tranche haute (ménages dont les **revenus mensuels déclarés par UC sont d'environ 1 800€**)
- ✦ **Cible B** (fourchette haute) = **254 ménages** sur l'ensemble du quartier Mont- Liébaud
- ✦ Capacité d'acquisition : **153 K€**

Puisqu'environ **5%** des locataires du parc social accèdent à la propriété chaque année (au niveau national)

A l'échelle du quartier Mont Liébaud

Ça pourrait constituer un potentiel de

↓  
**12 ménages**



# Cibles de clientèle élargie

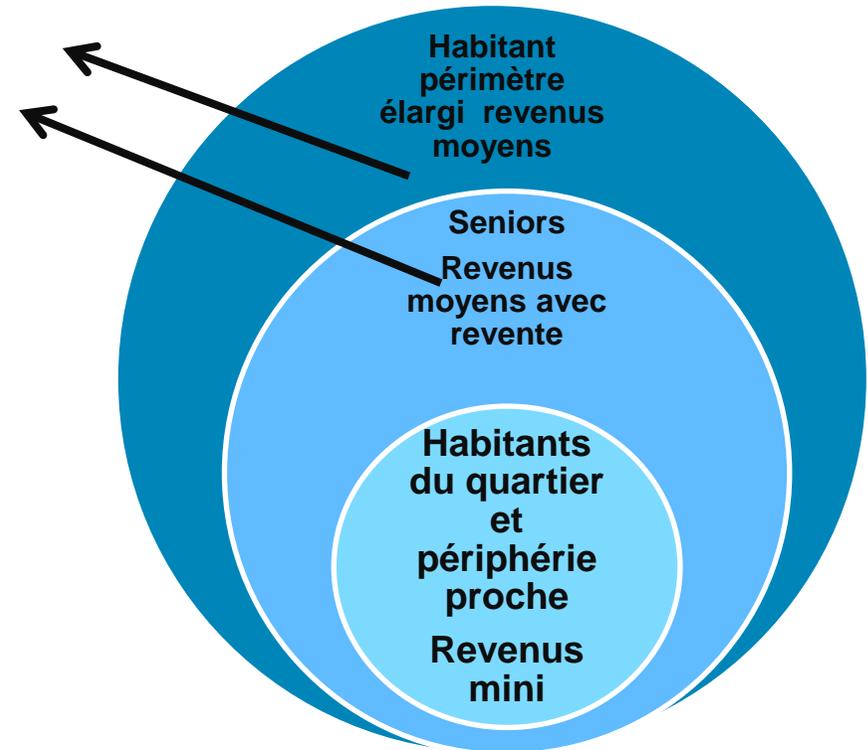
✦ Nous retenons comme cible potentielle élargie la **Cible C** (ménages dont les revenus mensuels déclarés par UC sont compris entre 1 800 et 2 700€) et **C'** (2 700€ et plus)

✦ **Cible C** = 3629 ménages fiscaux de la commune de Béthune

Capacité d'acquisition : **entre 152 à 226 K€**

✦ **Cible C'** = 180 ménages du parc social de la commune de Béthune

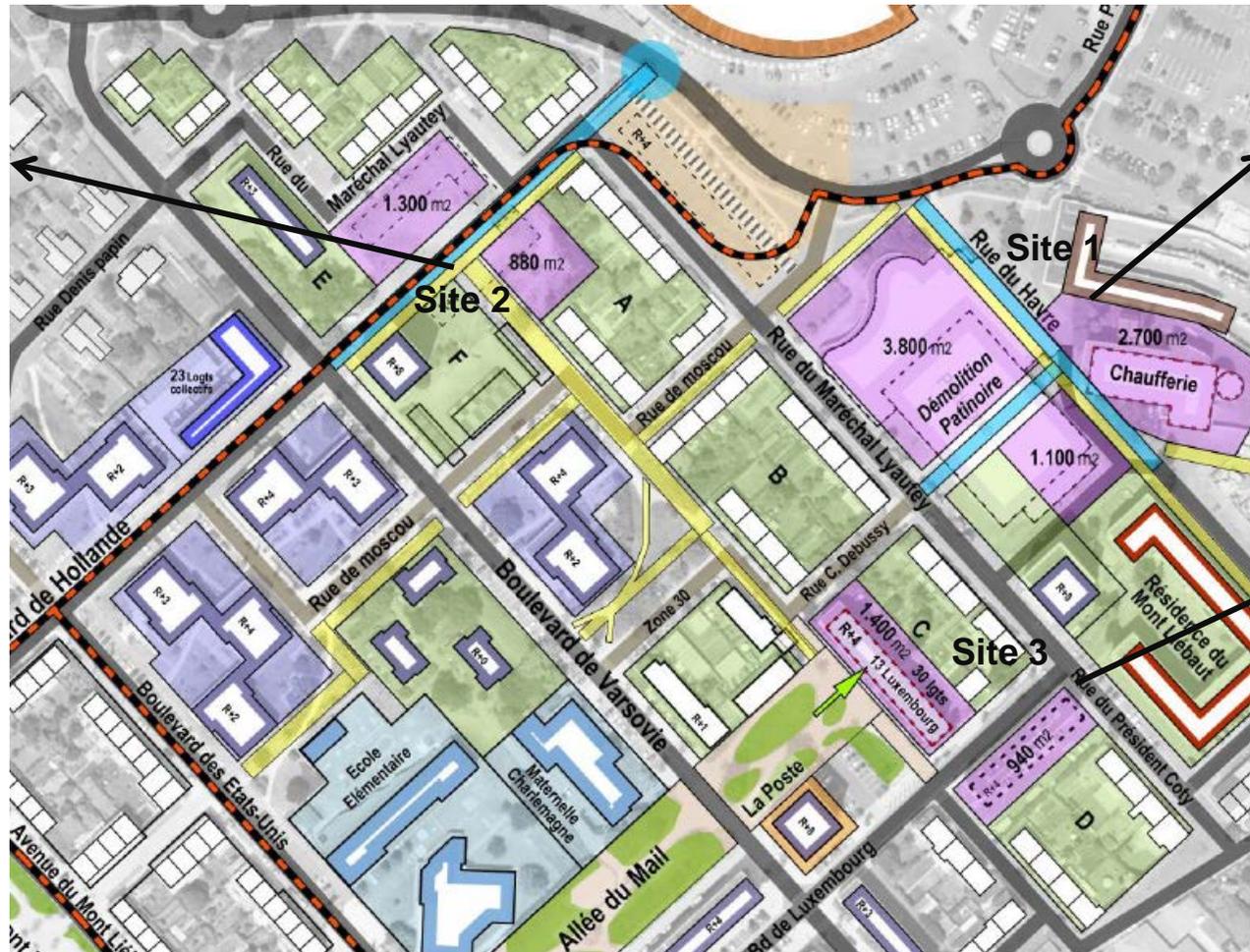
Capacité d'acquisition : **226 K€**



# Programmation Mont-Liébaud

# Disponibilités foncières dans le périmètre du quartier

- ✦ Sur cette carte apparaissent les réserves foncières actuelles représentent un total de 1,2 ha (12 120 m<sup>2</sup>) répartis en 3 sites
- ✦ Après déduction des superficies nécessaires aux voiries secondaires on peut envisager la programmation suivante



1 853 m<sup>2</sup>  
7 maisons groupés ou  
habitat intermédiaire  
(250 m<sup>2</sup> de terrain)

6461 m<sup>2</sup>  
20 maisons groupées ou TAB  
(300 m<sup>2</sup> de terrain)

MI= 1 989 m<sup>2</sup>  
7 maisons groupés (250 m<sup>2</sup>  
de terrain)

## Eléments de Programmation Mont-Liébaut

- Ce scénario préconise la reconstruction de LLS suite aux démolitions. L'idée est de produire du LLS « qualitatif », conciliant qualité architecturale et performances énergétiques

- Scénario 1 (avec LLS)**

Site	Nombre de logements	Formes Urbaine		Échéances prévisionnelles	Typologies cibles		Types de produits	Prix souhaitable de sortie (1)	Cibles de clientèle	Opérateurs ciblés
		Semi-Collect	MI			MI				
<b>Phase 1</b>										
N° 1	20		Individuel groupé ou en bande	2019		T3-T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	LLS	PLAI: 30% PLUS: 70%	A et B, C'	Bailleurs sociaux
<b>Phase 2</b>										
N° 2		Habitat intermédiaire		2022	T2-T3		Accession sociale Ou progressive	90-130K€	B/C/C' (seniors)	Bailleurs sociaux
<b>Phase 3</b>										
N°3	7		Individuel groupé ou en bande	2025		T3-T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	Accession sociale Ou progressive	150 à 170 K€	B/C'	Bailleurs sociaux

(1) Les prix souhaitables pourraient notamment être atteints avec des aides potentielles de l' Anru et/ou de la collectivité et/ou du bailleur.

# Éléments de Programmation Mont Liébaut

- Dans ce scénario qui ne prévoit pas de reconstruction de LLS, nous préconisons une première phase de «dédensification» qui consisterait à laisser les terrains, notamment après les démolitions, inoccupés en attente d'un futur usage. Au cours de cette phase des initiatives d'urbanisme transitoire pourraient être envisagées.

- Scénario 2 (ANRU)**

Site	Nombre de logements	Formes Urbaine		Échéances prévisionnelles	Typologies cibles		Types de produits	Prix souhaitable de sortie (1)	Cibles de clientèle	Opérateurs ciblés
		Semi-Collectif	TAB/MI		Collectif	TAB/MI				
<b>Phase 1</b>										
Réhabilitation- Dédensification – urbanisme de transition										
<b>Phase 2</b>										
N° 1	10		Individuel groupé	2021		T4-T5 (entre 80 et 95 m²)	Accession sociale ou progressive	150 à 170 K€	B/C'	Bailleurs
N°2	?	Habitat intermédiaire		2022		T2-T3 (50-60m²)	Accession libre	110 -150 K€	C/C' (seniors)	Promoteurs
<b>Phase 3</b>										
N° 1	10		TAB	2022		80 – 90 m² Terrain: 400 m²	Accession libre	Maison: 110 à 130 K€ Terrain: 40-45K€	C/C'	Aménageurs/ promoteurs
N° 3	Le foncier disponible n'est pas suffisant pour la rentabilité d'une opération libre de maisons individuelles									

(1) Les prix souhaitables pourraient notamment être atteints avec des aides potentielles de l' Anru et/ou de la collectivité et/ou du bailleur.

# Focus: accession progressive à la propriété le statut de SCIAPP

- + La société civile immobilière d'accès progressive à la propriété (SCIAPP) est un montage innovant permettant à des personnes qui n'ont pas accès au crédit bancaire, du fait de leurs revenus ou de leur âge, d'entrer dans un processus d'accès progressive à la propriété, par acquisition planifiée de parts sociales de la SCI propriétaire de leur immeuble.
- + Le statut de SCIAPP a été institué par une loi du 13 juillet 2006 et propose une forme innovante de coopérative d'habitation à vocation sociale et participative.
- + La SCIAPP permet en quelque sorte une capitalisation (épargne), sur l'effort mensuel (loyers) pour se loger. À l'achèvement de la construction de l'immeuble, l'opérateur HLM créé avec les « accédants » une Société Civile Immobilière d'Accès Progressive à la Propriété (SCIAPP) de forme coopérative, à laquelle il apporte l'immeuble réalisé. (source: <https://www.faire-ville.fr/habitat-participatif/modes-d-accession/>)
- + Ce montage est pour la première fois mis en œuvre en France sur le projet de Ramonville et concerne une opération de reconstruction-démolition d'une copropriété située dans un quartier de la première couronne Toulousaine qui n'est pas en zone ANRU mais qui présente l'ensemble des problématiques des quartiers relevant d'une « rénovation urbaine » :
  - constitution d'une (SCIAPP) de forme coopérative qui permet à des locataires aux revenus très modestes d'accéder à la propriété
  - possibilité du sociétaire de rompre son bail en revendant les parts acquises à un autre accédant en coopération avec le bailleur
  - Priorité aux anciens occupants de la copropriété d'accéder au projet immobilier.
  - Dans le cadre de la coopérative, certaines familles peuvent programmer le transfert de pièces d'un appartement à un autre mitoyen selon l'évolution des structures familiales. De telles évolutions sont essentielles pour des familles aux revenus limités, socialement enracinées dans leur quartier, mais tributaires de revenus de transfert liés au nombre d'enfants à charge.

# Le Centre (Bruay la Buisnière)

# Le Centre



# Le Centre

## État du foncier en zone U et AU (vocation habitat)

Phase terrain entre Novembre 2016 et Janvier 2017

	QPV	Zone tampon	Total
Disponible (terrain non bâti)	<b>3,0 ha</b>	<b>27,9 ha</b>	<b>30,9 ha</b>
Friche ou logement vacant	-	<b>5,7 ha</b>	<b>5,7 ha</b>
Projet connu en cours ou à venir	-	<b>12,9 ha</b>	<b>12,9 ha</b>

- ✦ 2 811 logements dont 1 178 appartements et 1633 maisons (MAJI 2013).
- ✦ Si 48% du parc est ancien (1915-1967), 30 % des logements ont été construits depuis la fin des années 80.
- ✦ Les logements locatifs sociaux représentent 81% des logements du quartier. La part de ménages locataires est de 92,2 %.
- ✦ Principaux bailleurs: Maison et Cités SOGINORPA, LTO Habitat SA HLM et Logis 62 SA HLM.
- ✦ Taux de vacance enregistré en 2013: 11,9%.

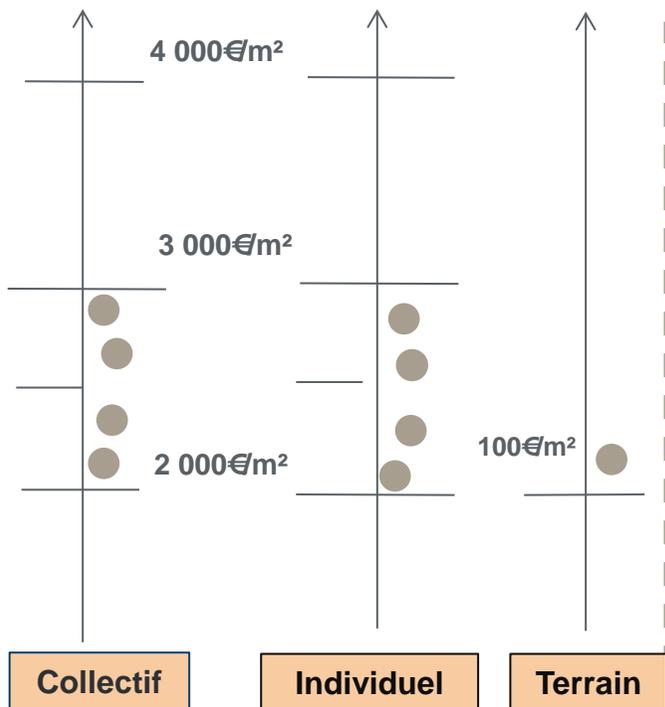
- Les ensembles Artois et Alsace vont être lourdement restructuré (démolition partielle ou totale). Ambition de la ville: reconversion du foncier en espaces paysagers de qualité pour créer une attractivité à l'échelle de l'agglomération (parc urbain).
- Ilot DOYET en face de l'hôtel de ville: mixité logements et services.

# Forces et faiblesses du quartier

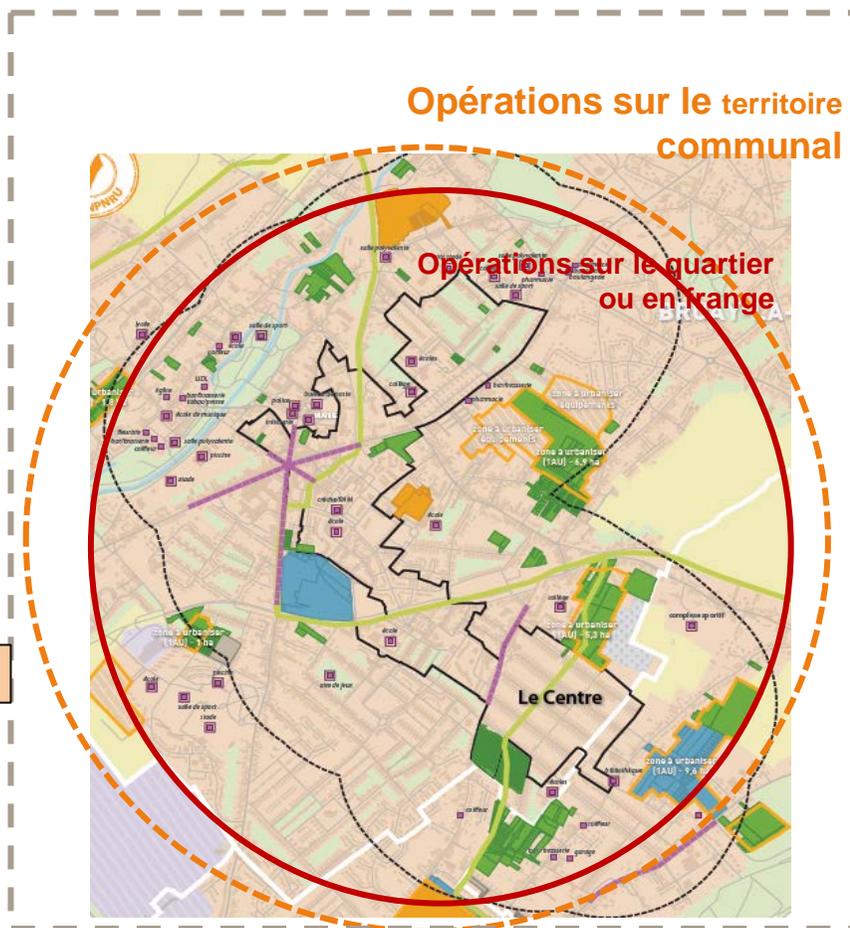
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Desserte à venir du BHNS</li><li>✓ Pôle de services autour de l'Hôtel de ville : Maison de services, poste, police, CAF, Maison de la Solidarité du Département, CCAS...</li><li>✓ Projet de conservatoire intercommunal à proximité de la Mairie</li><li>✓ Patrimoine Unesco</li><li>✓ Cinéma Arts et Essais les Etoiles</li><li>✓ Ouverture prévue en septembre 2017 de la Cité des électriciens</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Diversification peu enclenchée lors de l'ANRU 1</li><li>✓ Pas de centralité et dévitalisation du centre-ville</li><li>✓ Dégradation de la dynamique commerciale (concurrence avec porte nord)</li><li>✓ 60% de logements sociaux pour la commune et 80% de logements sociaux dans le centre ville</li><li>✓ Vacance du parc social et fort turn-over</li><li>✓ Problématique du départ des ayants droits</li><li>✓ Pas d'attachement au cœur de quartier (contrairement à la cité minière)</li><li>✓ Impôts locaux chers.</li></ul>

# L'offre existante autour du quartier

## NEUF



Zone concurrentielle



## ANCIEN

### Collectif

Transactions sur le quartier (prix moyen):  
Recouplement à l'IRIS  
1 350 €/m<sup>2</sup>

Transactions sur la commune (prix moyen): :  
1 181 €/m<sup>2</sup>

### Individuel

Transactions sur le quartier (prix moyen):  
Recouplement à l'IRIS  
80 à 120 K€

Transactions sur la commune (prix moyen):  
114 K€

Transactions de terrains (prix moyen):  
55 €/m<sup>2</sup>

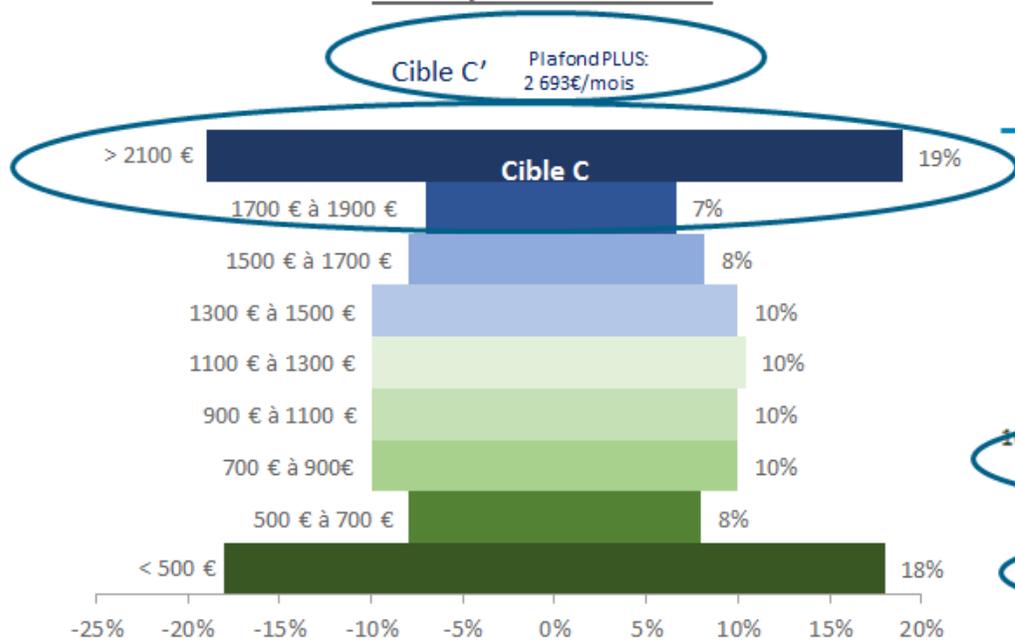
### Opérations en cours de commercialisation situées :

- dans le quartier ou en frange : 0
- sur la commune (Bruay-la-Buissière) : 0
- dans la zone concurrentielle élargie (territoire d'étude) : une vingtaine de programmes

# Segmentation de la clientèle selon ses revenus à l'échelle de la commune de Bruay La Buissière et du quartier Le Centre

- ✦ La répartition en quatre groupes cibles (A, B, C et C') permet d'identifier la clientèle en fonction de sa capacité d'effort mensuel

## Bruay-la-Buissière



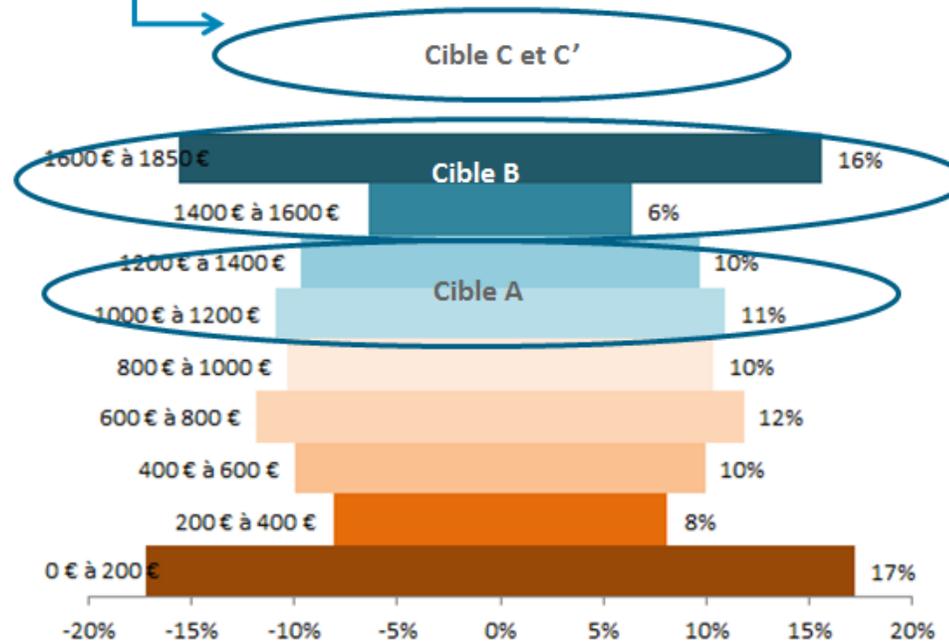
Indicateurs de distribution des revenus déclarés par les ménages - Pour l'ensemble des ménages et par catégorie de ménages - Année 2013 (Source(s) : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal.)

**Cible C:** 26 % des ménages fiscaux de la commune pourraient représenter un segment de clientèle potentiel pour favoriser la mixité dans le quartier  
**Cible C':** 8% des ménages locataires du parc social de la commune sont au dessus des plafonds PLUS

**Cible B:** 22% des ménages du quartier

**Cible A:** 21% des ménages du quartier

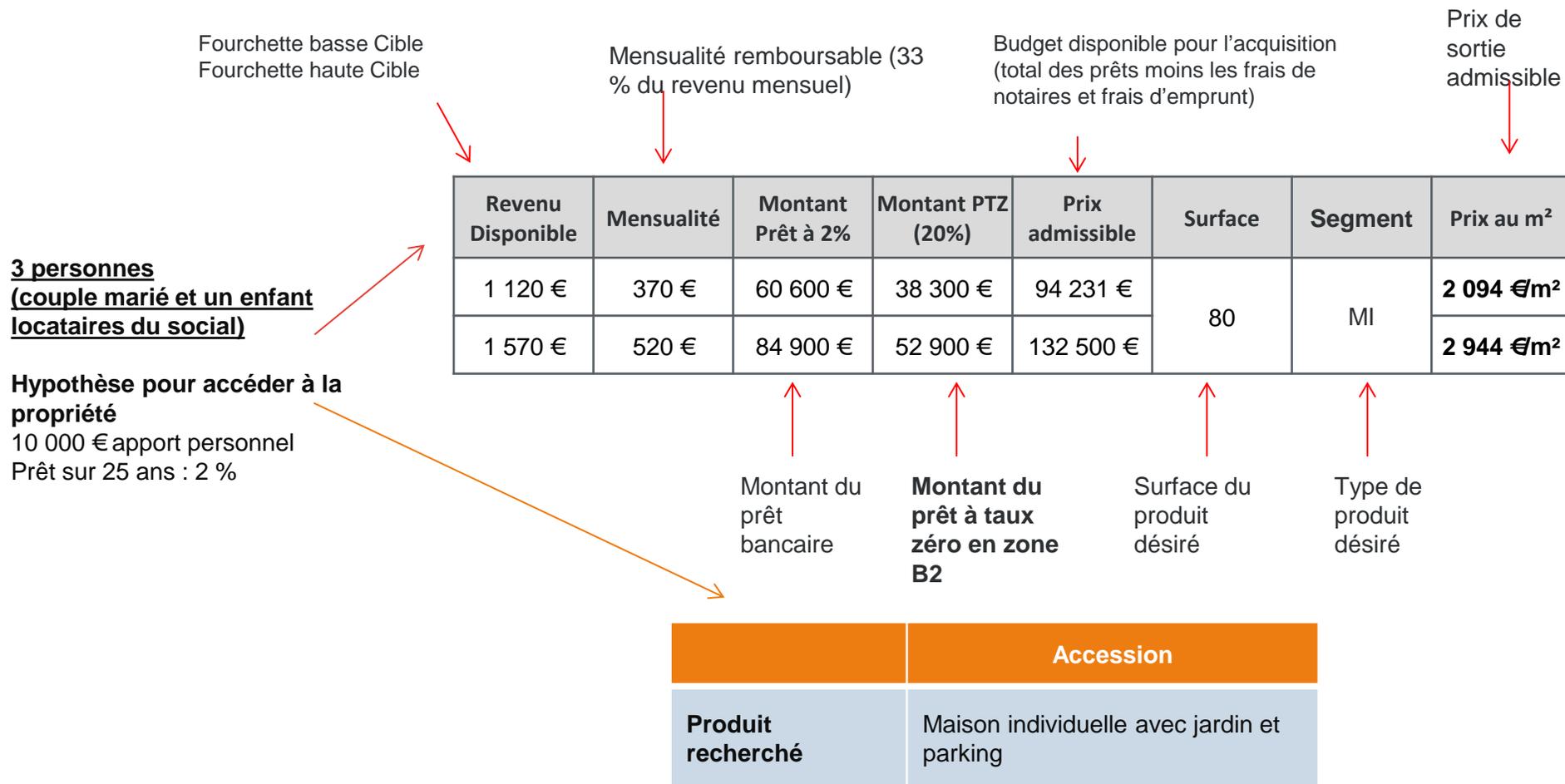
## Le Centre



Répartition des revenus mensuels déclarés de l'ensemble des ménages par unité de consommation – QPV ZAC de deux Villes, 2013 (INSEE, DGFIP, Cnaf, Cnav-CCMSA)

# Grille de lecture des simulations

- ✦ Comment définir le bon niveau de prix pour être en adéquation avec les capacités des ménages ?
- ✦ Nous travaillons sur la solvabilité des ménages en fonction de leurs revenus, des apports personnels, des aides mobilisables et des conditions de prêt.



# Que peut acheter le cœur de cible ?

## Habitants du quartier

- Compte tenu des revenus trop faibles de la Cible A nous avons retenus pour nos simulations uniquement la cible B. Par ailleurs, au sein de la Cible B, seulement la tranche haute, 16% des ménages, semble en mesure de pouvoir accéder à la propriété



Revenu Disponible	Mensualité	Apport	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 400 €	462 €	0 €	88 700 €	20 500 €	102 300 €			
1 850 €	610 €	10 000 €	108 000 €	27 500 €	137 400 €	85	MI	1 616 €/m <sup>2</sup>

**Cible B**  
**Hypothèse pour accéder à la propriété**  
 Apport personnel:  
 0 à 10 000 €  
 PTZ  
 Prêt sur 25 ans : 2 %

Prix de sortie admissible



Revenu Disponible	Mensualité	Apport	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 400 €	462 €	0 €	88 700 €	20 500 €	102 300 €			
1 850 €	610 €	10 000 €	115 500 €	29 300 €	146 500 €	85	MI	1 723 €/m <sup>2</sup>

# Que peut acheter la cible élargie ?



**Cible C**  
**Hypothèse pour accéder à la propriété**  
 Apport personnel: 10 000 €  
 PTZ  
 Prêt sur 25 ans : 2 %

Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2 %	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 700 €	561 €	106 200 €	27 100 €	135 400€	85	MI Groupée	1 592 €/m <sup>2</sup>
2 100 €	693 €	131 400 €	33 100 €	165 500 €	90	MI/LOT+MI	1 838 €/m <sup>2</sup>



Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2 %	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
1 700 €	561 €	106 200 €	27 100 €	135 400€	85	MI Groupée	1 592 €/m <sup>2</sup>
2 100 €	693 €	118 100 €	29 900€	149 600 €	85	MI/LOT+MI	1 760 €/m <sup>2</sup>



**Cible C'**  
**Hypothèse pour accéder à la propriété**  
 Apport personnel: 10 000 €  
 PTZ  
 Prêt sur 25 ans : 2 %

Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	139 800 €	35 100 €	175 400 €	90	MI/LOT+MI	1 948 €/m <sup>2</sup>



Revenu Disponible	Mensualité	Montant Prêt à 2%	Montant PTZ (20%)	Prix admissible	Surface m <sup>2</sup>	Segment	Prix au m <sup>2</sup>
2 700 €	891 €	143 100 €	30 800 €	174 600 €	90	MI/LOT+MI	1 940 €/m <sup>2</sup>

# Cibles de clientèle

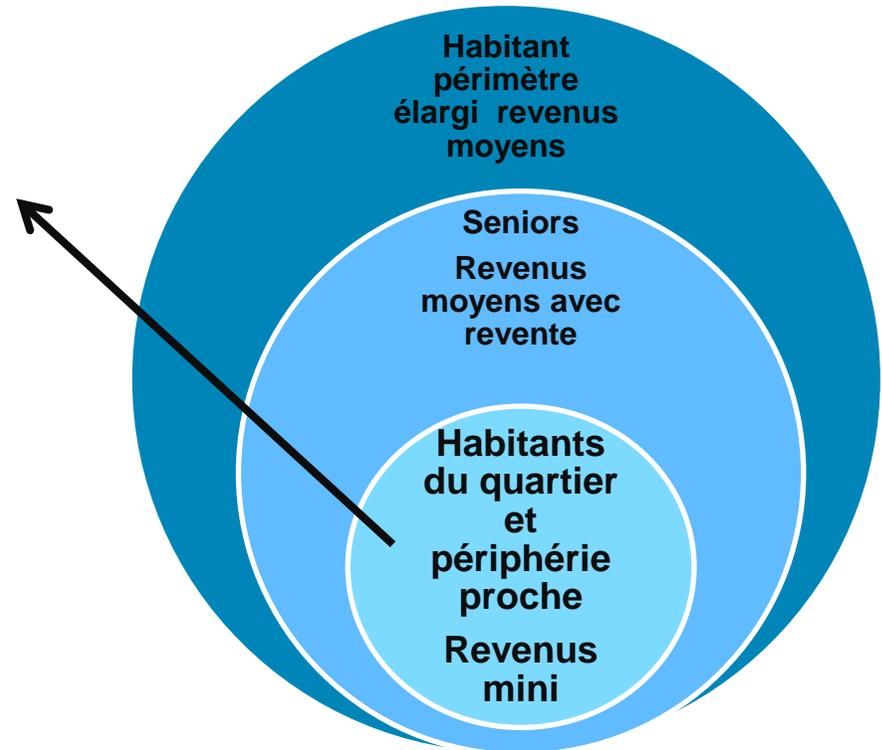
- ✦ Nous retenons comme cible potentielle de la diversification à l'échelle du quartier la **Cible B** tranche haute (ménages dont les **revenus mensuels déclarés par UC sont d'environ 1 800€**)
- ✦ **Cible B** (fourchette haute) = **396 ménages** sur l'ensemble du quartier Le Centre
- ✦ Capacité d'acquisition : **146K€**

Puisqu'environ **5%** des locataires du parc social accèdent à la propriété chaque année (au niveau national)

A l'échelle du quartier Le Centre

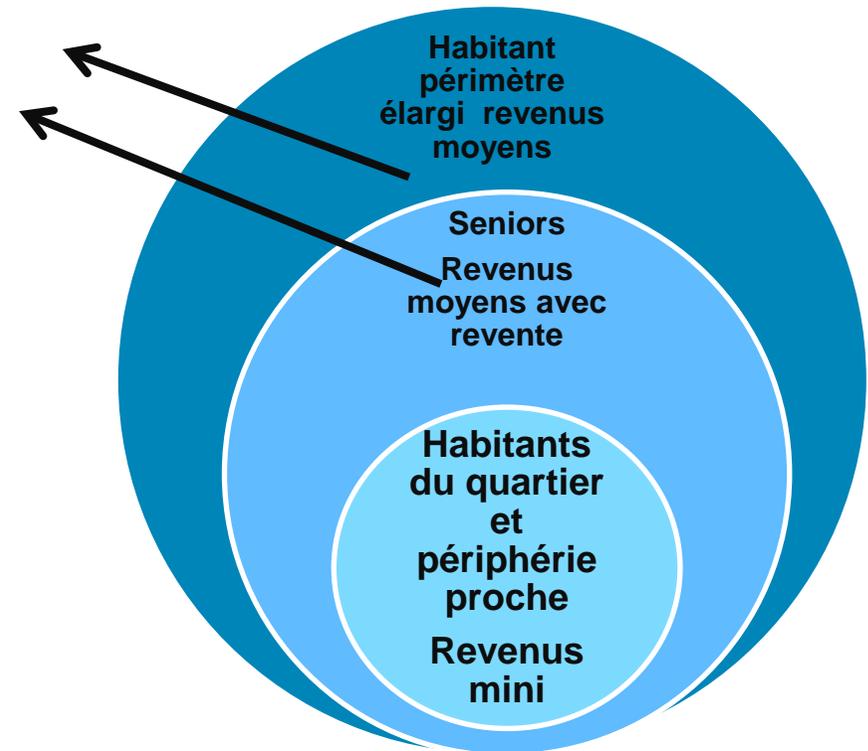
Ça pourrait constituer un potentiel de

↓  
**19 ménages**



# Cibles de clientèle élargie

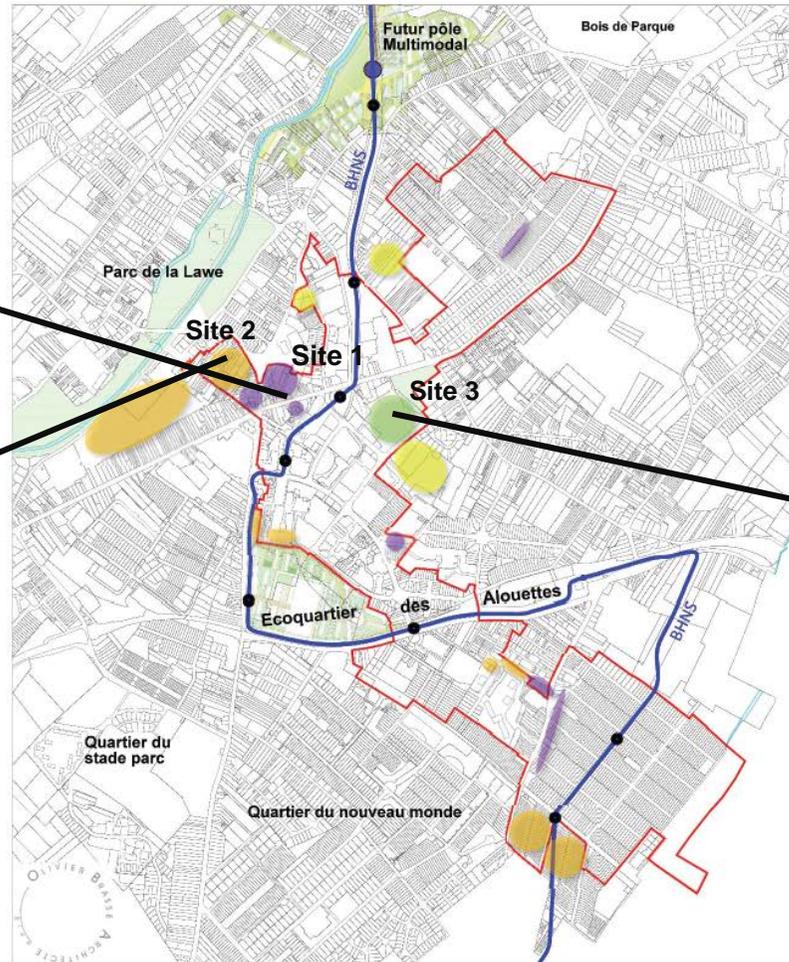
- ✦ Nous retenons comme cible potentielle élargie la **Cible C** (ménages dont les revenus mensuels déclarés par UC sont compris entre 1 700 et 2 100€) et **C'** (2 700€ et plus)  
Capacité d'acquisition : **entre 135 à 165 K€**
- ✦ **Cible C** = 2499 ménages fiscaux de la commune de Bruay la Buisnière  
Capacité d'acquisition : **entre 135 à 165 K€**
- ✦ **Cible C'** = 258 ménages du parc social de la commune de Bruay la Buisnière  
Capacité d'acquisition : **175 K€**



# Disponibilités foncières dans le périmètre du quartier

- Disponibilités foncières (après déduction des superficies nécessaires aux voiries principales)

## DIAGNOSTIC FONCIER VALORISABLE



## REPERAGE DU FONCIER STRATEGIQUE

Principales valorisations stratégiques à court, moyen et long terme, à définir en phase 2

- Fiches bâties stratégiques à valoriser en priorité (vocation à définir en phase 2 de l'étude)
- Fiches et terrains non bâtis à valoriser, (vocation à définir en phase 2 de l'étude)
- Principaux terrains privés présentant des perspectives pour la diversification de l'offre de services, de logements ou d'activités à moyen et long terme.
- Fiches produites par les démolitions prochaines, nécessitant une gestion temporaire avec concertation et valorisation paysagère pérenne.
- Limite d'emprise du quartier « Le Centre ».

5 700 m<sup>2</sup>  
Petit collectif senior et  
habitat intermédiaire

2 500 m<sup>2</sup>  
10 maisons groupés  
(250 m<sup>2</sup> de terrain)

(résidence Artois)  
maisons groupés (300 m<sup>2</sup> de  
terrain)

AGENCE O.BRASSE - AGENCE NOYON - ADENDA - ORGECO 10 - 2017

# Éléments de Programmation Le Centre

- Ce scénario préconise la reconstruction de LLS. L'idée est de produire du LLS « qualitatif », conciliant qualité architecturale et performances énergétiques

- Scénario 1 (avec LLS)**

Site	Nombre de logements	Formes Urbaine		Échéances prévisionnelles	Typologies cibles		Types de produits	Prix souhaitable de sortie (1)	Cibles de clientèle	Opérateurs ciblés
		Collect	MI		Collect	MI				
<b>Phase 1</b>										
N° 1		Petit Collectif (Seniors)		2019	T2-T3		LLS (25%)/ Accession sociale (75%)	LLS: PLAI: 40% PLUS: 60%  Accession sociale: 95 – 120 €K	A , B, C'	Bailleurs sociaux
N° 1		Habitat intermédiaire		2019	T3-T4		LLS (25%)/ Accession sociale (75%)	LLS: PLAI: 40% PLUS: 60%  Accession sociale :130 – 150 €K	A, B, C'	Bailleurs sociaux
<b>Phase 2</b>										
N° 2	10		Individuel groupé	2021		T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	LLS (25%)/ Accession sociale (75%)	LLS: PLAI: 40% PLUS: 60%  Accession sociale :140 – 160 €K	A, B, C'	Bailleurs sociaux
<b>Phase 3</b>										
N° 3	25		Individuel groupé	2025		T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	Accession sociale Ou progressive	140 à 160 K€	C/C'	Bailleurs

(1) Les prix souhaitables pourraient notamment être atteints avec des aides potentielles de l' Anru et/ou de la collectivité et/ou du bailleur.

# Éléments de Programmation Le Centre

- Dans ce scénario qui ne prévoit pas de reconstruction de LLS, nous préconisons une première phase de «dédensification» qui consisterait à laisser les terrains, notamment après les démolitions, inoccupés en attente d'un futur usage. Au cours de cette phase des initiatives d'urbanisme transitoire pourraient être envisagées.

## • Scénario 2 (ANRU)

Site	Nombre de logements	Formes Urbaine	Échéances prévisionnelles	Typologies cibles		Types de produits	Prix souhaitable de sortie (1)	Cibles de clientèle	Opérateurs ciblés
				Collectif	TAB/MI				
<b>Phase 1</b>									
Site 2 et 3					Dédensification – urbanisme de transition				
N° 1		Petit Collectif (Senior)	2020	T2-T3		Accession sociale ou progressive	95 – 120 €K	C et C' (seniors)	Promoteur pionnier
N° 1		Habitat intermédiaire	2020	T3-T4		Accession sociale ou progressive	130 – 150 €K	C/C'	Bailleurs sociaux
<b>Phase 2</b>									
N° 2	10	Individuel groupé	2023		T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	Accession sociale ou progressive	130 – 150 €K	C et C'	Bailleurs sociaux
<b>Phase 3</b>									
N° 3	25	Individuel groupé	2028		T4-T5 (entre 80 et 95 m <sup>2</sup> )	Accession libre	180 – 200 €K	C et C' et autres	Promoteur

(1) Les prix souhaitables pourraient notamment être atteints avec des aides potentielles de l' Anru et/ou de la collectivité et/ou du bailleur.

# Trouver l'équilibre entre le projet et la réalité du marché



# Quelles conditions ? Quels acteurs mobiliser ?

# Une implication nécessaire des différents acteurs

- ✦ L'équation financière qui permettra de sortir des logements aux prix indiqués requiert:
  - Un foncier à coût très faible voire nul
  - Des marges quasi inexistantes
  - Des frais de commercialisation et de publicité faibles
- ✦ Puisqu'il faut convaincre en premier lieu les habitants du quartier pour commercialiser les premiers logements et relancer un cercle vertueux, les premiers opérateurs à mobiliser en phase de diversification sont les bailleurs sociaux
  - Ils connaissent leurs clients et ont un accès direct à ces derniers
  - Il sont les plus légitimes à bénéficier des bonifications de prix de foncier nécessaire à la faisabilité financière
- ✦ Ce n'est que dans un second temps et suivant aussi bien les évolutions intervenues dans les quartiers que la situation du marché du logement local qu'il sera envisageable de faire appel à des promoteurs privés

# Comment mettre en œuvre ces stratégies de commercialisation ?

# Une approche marketing adaptée

Une communication réduite et exclusivement locale .....

- Qui parle du projet de construction et de l'avancement des projets sur les espaces publics , les équipements du quartier
- Qui promette une création de valeur pour les futurs acquéreurs compte tenu de la qualité recherchée

..... pour **donner un sentiment de fierté** aux habitants et leur faire prendre conscience que ces nouveaux projets sont construits pour eux avant de les réserver à d'autres clients venus d'ailleurs.

# Stimuler la commercialisation par des méthodes de ventes adaptées

- Utiliser un langage adapté à l'accession sociale: parler plutôt d'ingénierie financière et sociale que de vente
- Partant du constat partagé que dans la majorité des cas 70% des clients se situent à moins de 800m à la ronde d'un projet, nous préconisons une commercialisation sur mesure:
  - Un panneau sur le lieu de construction visible pour les habitants proches du site et ceux qui passent en voiture
  - Un local dans une maison de quartier est suffisant pour recevoir les clients.
  - Un ou deux week-end de lancement dédiés aux habitants et aux associations locales (Impliquer le politique dans la communication)
  - Mailing aux locataires à proximité, démarches auprès des entreprises et commerces locaux
  - Accompagnement des clients dans leurs démarches auprès des banques

L'accompagnement des ménages vers un parcours résidentiel ascendant est une autre dimension du rôle du commercialisateur. En effet, d'anciens locataires qui deviennent propriétaires n'ont pas nécessairement toute les armes/codes/reflexes pour pérenniser leur statut.

La sécurisation de l'accession sociale ne suffit pas il faut un accompagnement social une diffusion de l'information (guide du propriétaire ? Réunion d'information droit et devoir du propriétaire... )

## Le marketing aval: profiter du foisonnement des projets et mutualiser certains moyens

Nous suggérons de créer un guichet spécialisé dans l'information des candidats à l'accession dans la mairie du quartier.

Des opérations de communication auprès des associations locales devront être organisées dans un premier temps.

Ce guichet s'appuierait sur une communication mutualisée entre les collectivités et les opérateurs concernés et pourrait être cofinancé entre tous ces acteurs.

Il pourrait également accueillir les opérations de lancement et mettre à disposition un bureau à un partenaire bancaire.

# Structurer le jeu d'acteurs, des partenariats à développer, de nouveaux liens à tisser

