



# focus

## • *Echos des professionnels* **Marché parisien :** **les anciens contre les modernes.**

Didier Flandin possède l'un des portefeuilles immobiliers les plus prestigieux de la capitale et son analyse du marché nous apporte une vision un peu différente de la demande jusque là largement et communément formulée par les acheteurs : « haussmannien sinon rien ».

En effet, le trio « parquet-moulure-cheminée » n'est plus aussi important qu'avant. Il semble que la hauteur sous plafonds, les volumes, la luminosité et la vue dégagée comptent davantage aujourd'hui. Toutes catégories confondues, le marché des biens d'exception se porte bien, soutenu par la demande des français et des étrangers hors zone « euros ».

Plus précisément, les produits prestigieux se définissent par la présence des critères suivants : emplacement, surface, volume, vue, terrasses. A ces critères s'ajoutent, pour le très haut de gamme des services tels que le gardiennage 24h\24h, piscine, club de sport, service hôtelier etc... qui n'existent que dans le « moderne ». Pour obtenir une belle vue, il faut ainsi aller chercher dans les constructions des années 70 et suivantes. Quant à la terrasse, elle est pratiquement inexistante dans les constructions antérieures aux années 60. Au delà de cette nouvelle tendance, les constructions des années 90-2000 font de plus en plus d'adeptes.

Dans les arrondissements de l'Ouest parisien, certains promoteurs réputés ont édifié quelques ensembles immobiliers haut de gamme en exploitant les nouvelles règles d'urbanisme afin de mieux répondre aux « nouveaux » souhaits des acquéreurs : balcons ou terrasses, parkings souterrains, larges baies vitrées. Actuellement, aux vues des statistiques, les appartements des années 70 avec belles terrasses et des prestations de grande qualité bénéficient d'une demande forte.

En terme générationnel, les séptuagénaires préfèrent souvent le tryptique « terrasse-jardin-parking ».

Structurellement, il est vrai que pour certains clients, les plans des appartements haussmanniens se déprécient depuis une dizaine d'années car leur agencement ne convient plus forcément aux familles d'aujourd'hui.

Pour conclure, et en prenant compte de ces nouvelles exigences de confort de la part de ce segment d'acheteurs caractéristiques souvent indicateur d'un changement d'orientation de marché, on peut malgré tout considérer que « l'haussmannien » a encore de belles perspectives devant lui.

Ce style, qui est la marque d'identité de Paris reste encore emblématique pour beaucoup d'entre nous et pour les acheteurs étrangers.

Il y a, de façon incontournable des adresses, des quartiers, des noms évocateurs tels que La Rive Gauche et les alentours du Champ-de-Mars, le Saint-Germain-des-Près branché autour du Luxembourg, le Triangle d'or avenue Montaigne, rue François 1er, rue Jean Goujeon sans oublier l'île Saint Louis, la Place des Vosges, le Marais qui resteront définitivement mythiques, irrésistibles... merveilleusement haussmannien.



**Didier FLANDIN**

*Fondateur de l'agence IMMO 33  
Conseil en immobilier de prestige*

**IMMO 33**  
**33 avenue Foch**  
**75116 PARIS**

**Tél. : 01 45 00 04 33**

**Fax : 01 48 74 24 19**

**Mobile : 06 72 73 06 97**

**[www.immo33paris.com](http://www.immo33paris.com)**