

# La promotion immobilière dans le renouveau des villes moyennes et petites villes

Présentation animée par Adéquation et le Cerema



13 décembre 2022 • Conférence thématique // webinaire national

Données immobilières • Études • Conseil /

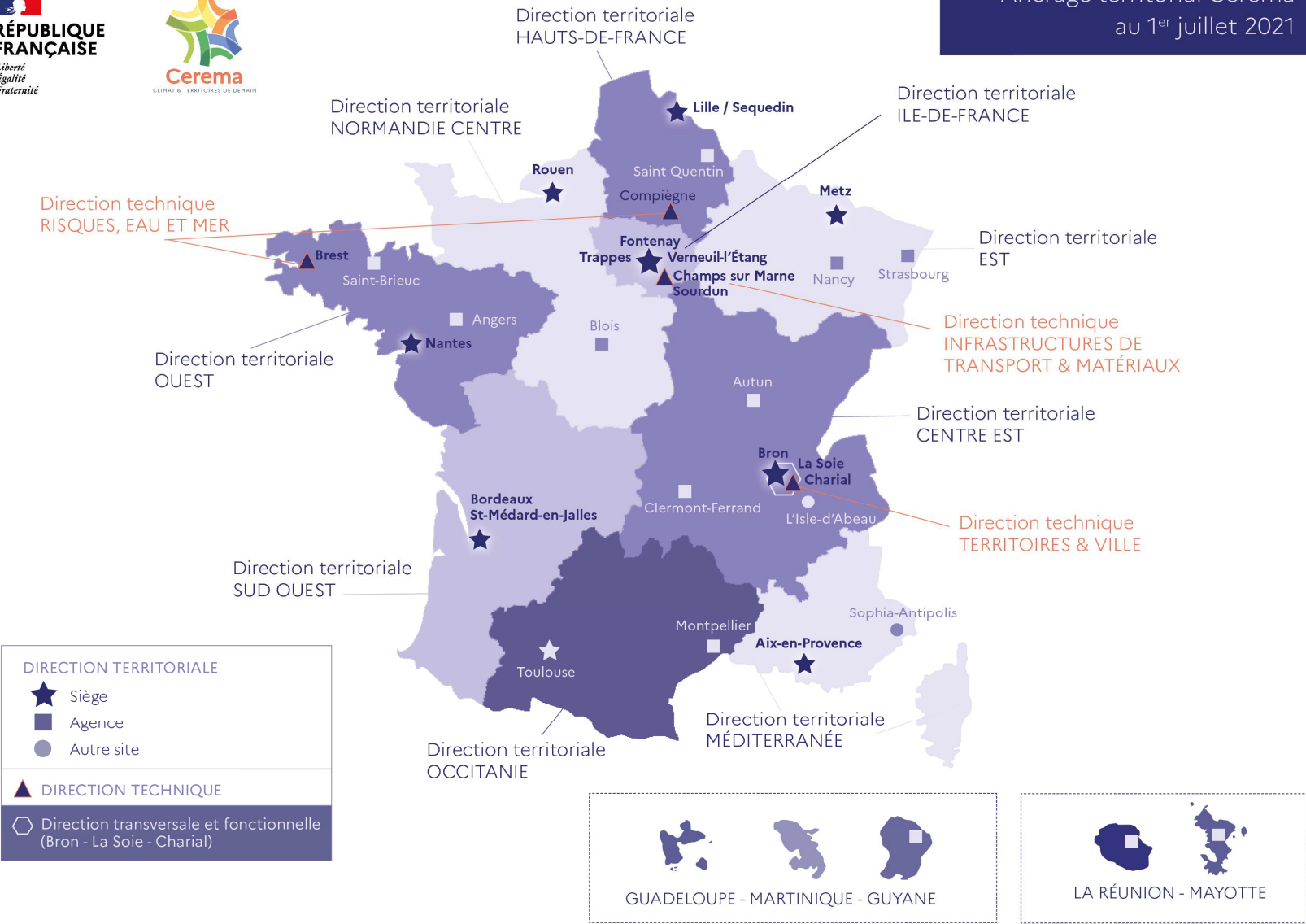
## SIX DOMAINES DE COMPÉTENCES

Le Cerema sous tutelle du Ministère TECT // **Établissement public de référence** pour développer, capitaliser l'expertise publique et accompagner les territoires en matière d'aménagement, de cohésion territoriale et de transition écologique et énergétique



# UNE FORTE PRÉSENCE SUR LE TERRAIN

Ancrage territorial Cerema  
au 1<sup>er</sup> juillet 2021



## Déroulé de la séance

- Introduction **Raphaèle Ratto Cerema**  
Outils de l'aménagement **Sarah Olei Cerema**
- **Les marchés secondaires de la promotion immobilière, nouveaux territoires du développement ?** Restitution de l'étude réalisée par Adéquation et pilotée par le Cerema  
**Yann Gérard Adéquation et Marie Llorente**
- **Témoignages d'acteurs**  
**Fabrice Bonnamour**, Directeur Commercial, Bouygues Immobilier AURA  
**Sébastien Quéméneur**, Chef du service Habitat-Logement, Saint-Brieuc Armor Agglomération
- **Les outils numériques au service du foncier** (Urbansimul, DV3F...)  
**Guillaume Fauvet Cerema**

**Et aussi des temps d'échanges !**

## SITE OUTILS DE L'AMÉNAGEMENT // CEREMA

Un site technique grand public sur les outils de l'aménagement

Pour accompagner principalement les collectivités dans l'aménagement de leur territoire

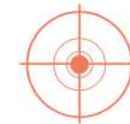
- **Inform**er et accompagner les acteurs du territoire sur l'aménagement
- Faciliter l'**émergence et la conduite de projets** (du principe à l'action) : quels outils pour quels usages ? Comment mettre en œuvre mon projet ? ...



Connaître les outils de l'aménagement et contruire une stratégie pas à pas



S'informer sur leurs évolutions



Identifier les outils mobilisables selon ses objectifs et ses problématiques

Un site de référence, avec **plus de 80 000 visites par mois** (chiffres sept-oct-nov 2022)



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

Liberté  
Égalité  
Fraternité



## SITE OUTILS DE L'AMÉNAGEMENT // CEREMA

- **7 grandes thématiques** de l'aménagement
- **Plus de 100 problématiques** et objectifs opérationnels abordés
- **Plus de 300 outils** identifiés
- **Et pour en savoir sur les outils :**
  - Une présentation synthétique de chaque outil et les principaux textes de références
  - Des fiches outils (à dominante juridique), des fiches thématiques,
  - Des articles express (juridique, méthodologie, retours d'expériences, sites et liens utiles...)

et des dossiers spéciaux pour aller plus loin

<http://outil2amenagement.cerema.fr>



1.

# Les enjeux et la méthodologie de l'étude

1. Les enjeux et la méthodologie de l'étude

## **L'évolution de la promotion immobilière après la crise sanitaire comme problématique centrale**

### **Le contexte :**

- L'arrêt brutal de l'activité lié à la crise sanitaire
- Dans un contexte de ralentissement de l'approvisionnement du marché de la promotion
- De nombreux discours et réflexions post-covid sur l' « exode urbain » (cf. travaux du PUCA)

### **3 questions :**

- L'activité de promotion immobilière confirme-t-elle ce mouvement post-covid ?
- Les modalités de production dans les marchés secondaires sont-elles les mêmes que dans les cœurs d'agglomération ?
- Et comment les opérateurs adaptent-ils leurs pratiques ?



## Une analyse qui articule le quantitatif et le qualitatif

### Définition des marchés secondaires (critères mobilisés dans l'étude)

*Les marchés secondaires sont définis comme les territoires (ici les EPCI) qui accueillent une activité de la promotion régulière (au moins une opération annuelle en moyenne), tout en affichant des volumes de ventes limités*

= entre 20 et 500 ventes annuelles

### Deux approches complémentaires :

- Une analyse statistique, appuyée sur la « *Plateforme Promotion France* » d'Adéquation (ensemble des ventes au détail de la promotion France entière).  
Période traitée : 2018-2021.
- Des interviews de promoteurs et acteurs de l'aménagement, entre août et octobre 2022 (merci à tous !)

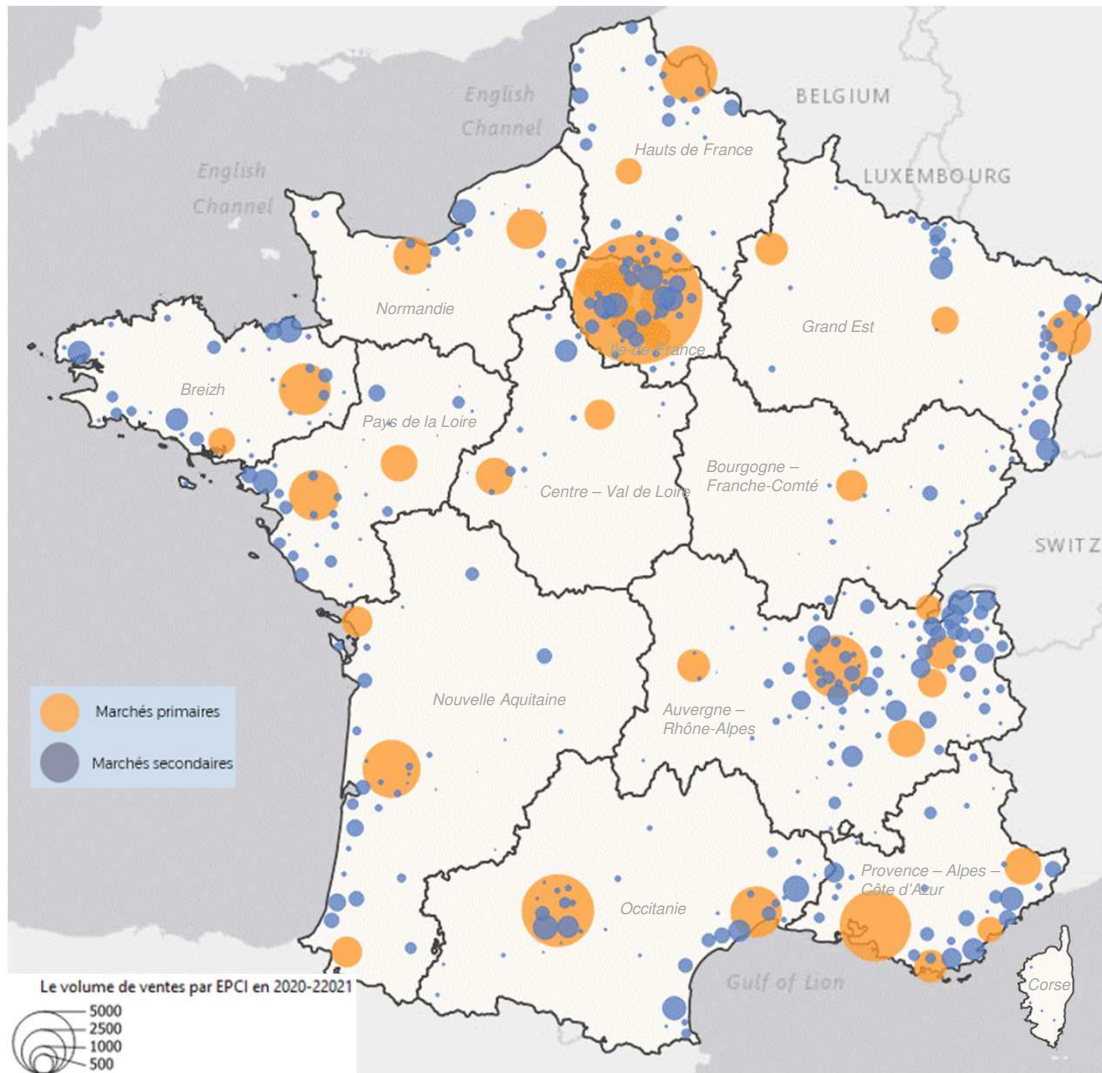
B. Bouvier et F. Bonnamour, *Bouygues Immobilier* ; F. Lannes, *Le Point Immobilier* ; S. Paris, *Desimo* ; M. C. Boscher, M. Gaudin, et S. Quéméneur, *Saint-Brieuc Armor Agglomération* ; I. Cica, *CC du Pays Mornantais* ; G. Valade, *CU de Limoges Métropole* ; V. Thollon-Bayeul, *Carré de l'Habitat* ; G. Rollin, *Troyes-Aube-Habitat* ; M. Farkas, *Groupe Edouard Denis*, A. Fabrice, *Etablissement Public Foncier de l'Ouest Rhône-Alpes*.

**2.**

**Les marchés secondaires de  
la promotion immobilière,  
nouveaux territoires du  
développement ?**

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

**1/3 du marché, concentré en périphérie des métropoles et à proximité du littoral**



- **La promotion est présente dans 550 EPCI, sur 1 253, soit 44 % des EPCI**
- **247 EPCI** correspondent à des marchés secondaires (20 à 500 ventes / an en moy.), soit **45 %** des EPCI accueillant de la promotion.
- **1/3 des ventes** (VS 2/3 pour les marchés primaires, et 2% pour les marchés inférieurs à 20 ventes annuelles), soit **30 000 ventes** au détail (moy. 2020-2021)
- Dans le prolongement des **métropoles**, en **zones littorales et frontalières**. Plus rarement : des marchés isolés.

**=> La concentration du marché de la promotion en volumes n'exclut pas une présence de la promotion dans de nombreux territoires, y compris secondaires, singulièrement en Rhône-Alpes.**

Source : Plateforme Promotion France, Adéquation, 2022

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

**Après la crise sanitaire, une résilience beaucoup plus forte des marchés 2<sup>nd</sup>aires, mais une extension limitée en volumes**



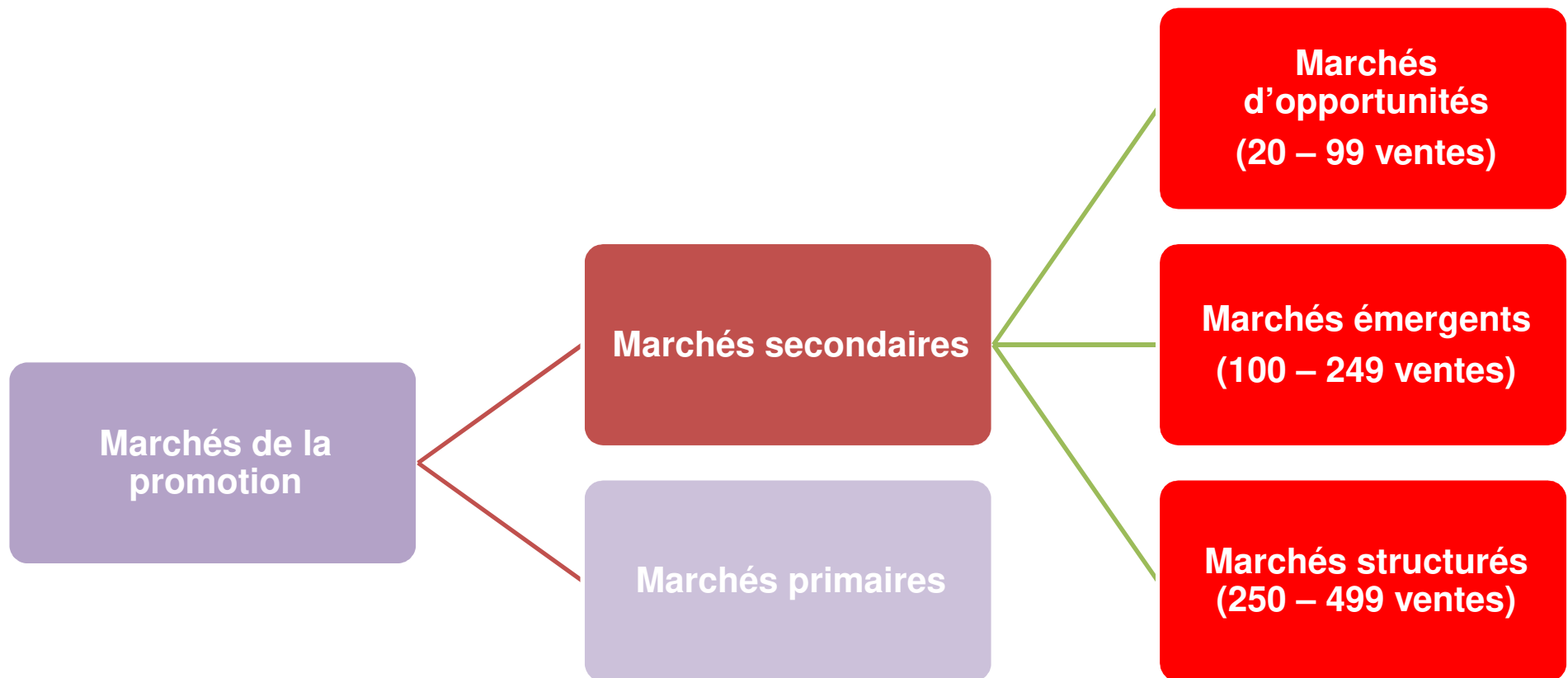
Source : Plateforme Promotion France, Adéquation, 2022

- Après la chute Post-covid, les marchés secondaires reviennent à leur niveau d'avant-crise = 32 700 ventes en 2021 VS 33 800 en 2018
- Les marchés primaires, malgré un rattrapage, restent en-deçà des chiffres de 2018 = 62 700 en 2021 VS 82 600 en 2018
- En 2018, les marchés secondaires représentent 28 % du marché, VS 54 % pour les marchés primaires, en 2021, c'est 34 % VS 49 %

⇒ **C'est donc avant tout la chute des marchés primaires qui explique la place grandissante des marchés secondaires**

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

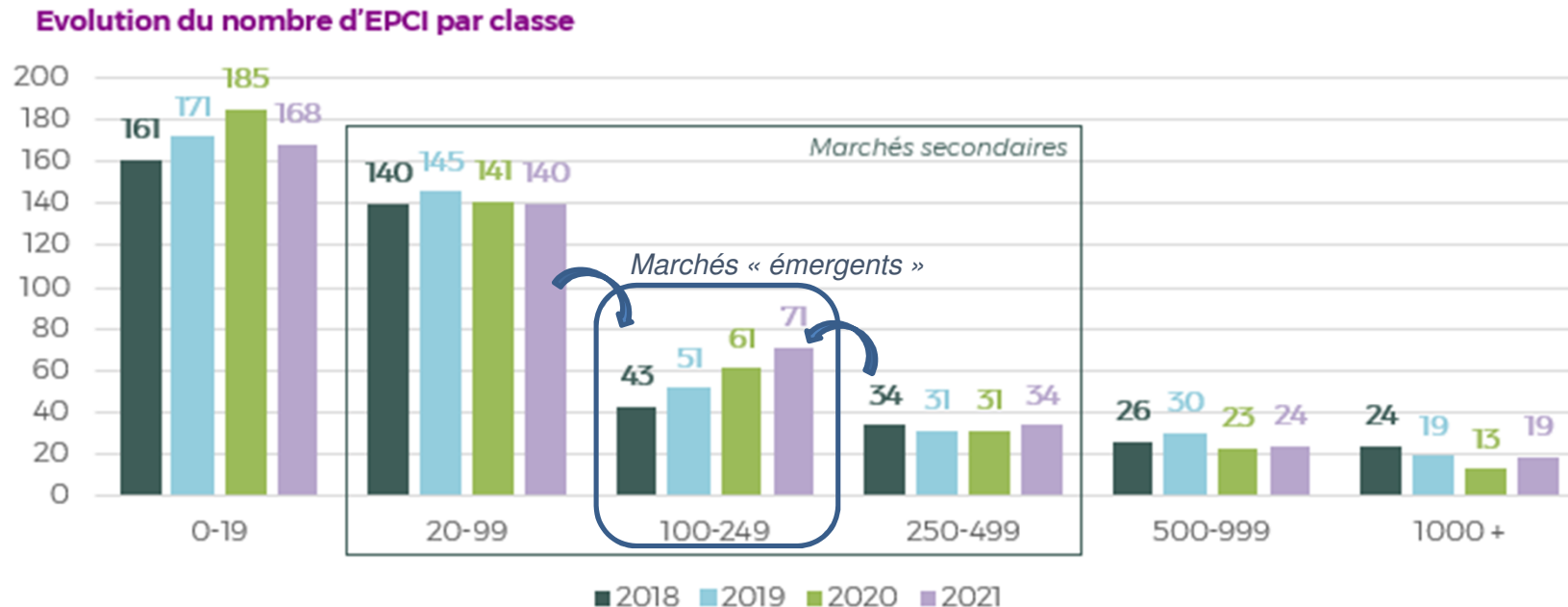
## Trois sous-marchés : d'opportunités, émergents, structurés



*Nota* : ces découpages ont été réalisés en découpant la série statistique (un individu = un EPCI) selon la méthode des seuils naturels (cf. annexe méthodologique du rapport).

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

## Stabilité de la hiérarchie des marchés, et croissance marquée des « marchés émergents »



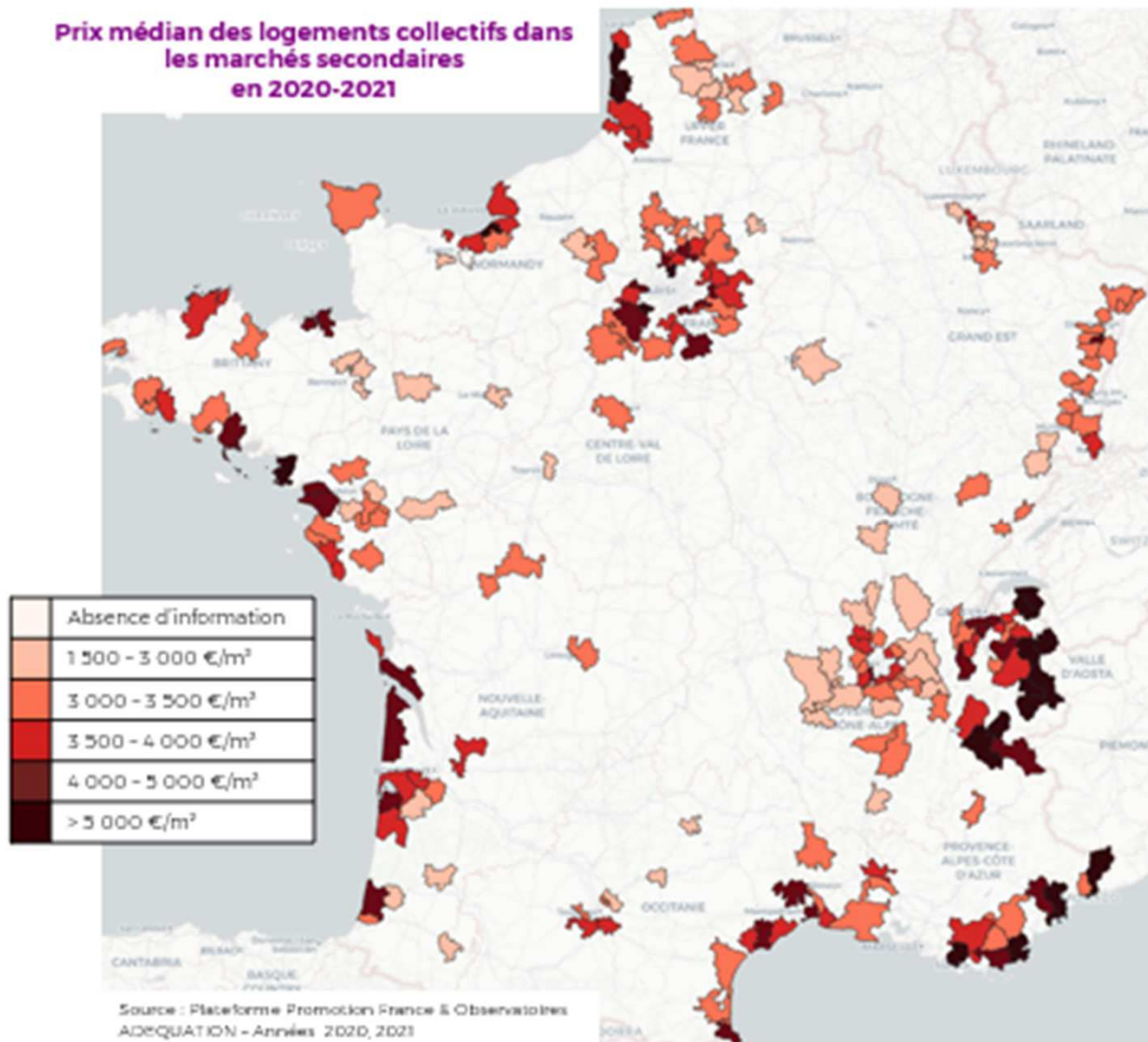
Source : Plateforme Promotion France, Adéquation, 2022

- Une géographie relativement stable dans le temps : la hiérarchie est stable et peu d'EPCI changent de catégorie.
- En l'état, la progression des marchés secondaires n'est pas liée spécifiquement à 2020.
- La catégorie « marchés émergents » connaît une augmentation forte et continue, de moins de 50 à + de 70 EPCI. Cette catégorie est à la fois alimentée par une baisse d'activité dans les marchés primaires et par une augmentation de l'activité dans les marchés de 20 à 99 ventes.

**=> Les territoires à plus forte croissance (marchés émergents) étaient donc des marchés déjà investis par la promotion**

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

## Une hausse moins soutenue que dans les marchés primaires



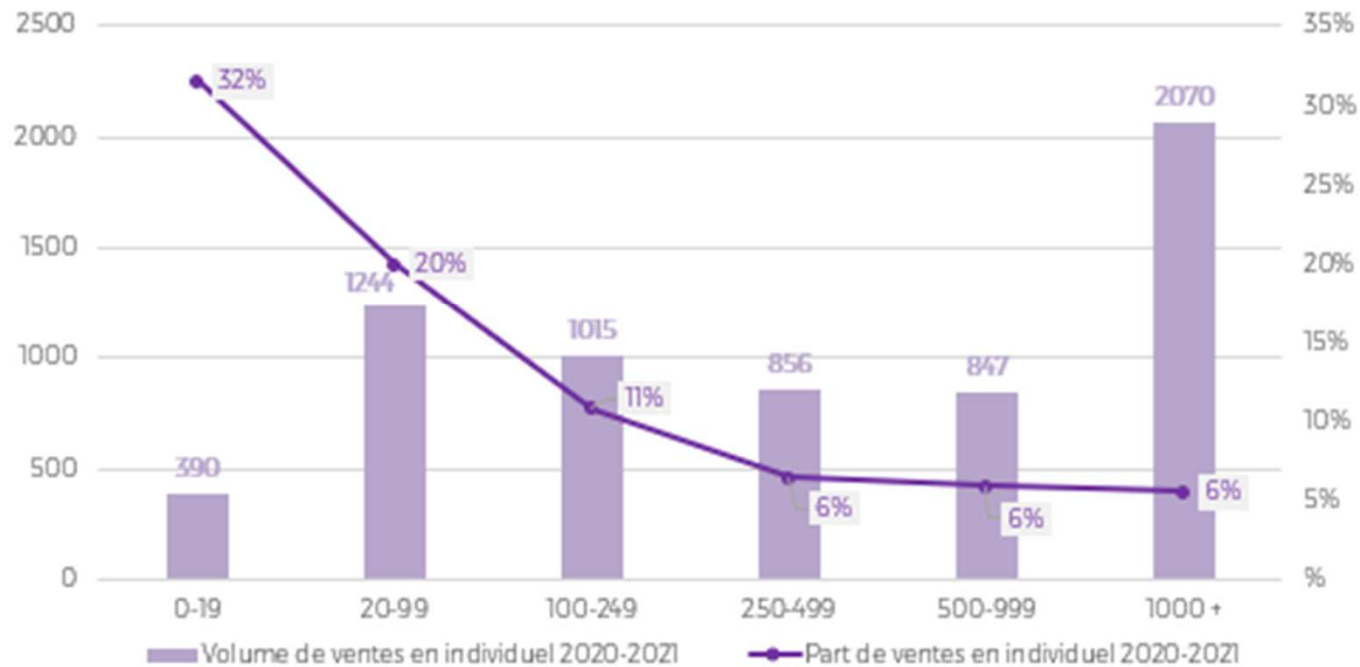
- **Des niveaux de prix très variables, fortement liés à la localisation.**
- Les prix moyens augmentent avec la taille des marchés
- **La croissance des prix est moins rapide dans les marchés secondaires** (3,66 % par an entre 2018 et 2021 VS 5,27 % pour les marchés primaires).
- **Ce sont les marchés « émergents »,** entre 100 et 250 ventes annuelles, **qui voient leurs prix augmenter le plus rapidement** (+ 4,6 % par an entre 2018 et 2021 VS 3,66 % pour les marchés secondaires).
- *Note* : Les prix moyens augmentent légèrement moins rapidement dans les communes ACV qu'à l'échelle des EPCI qui les abritent (+ 3,48 % VS 3,80 %).

**=> Des marchés (68 %) globalement plus accessibles que les marchés primaires, malgré les hausses de prix.**

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

## Davantage de maisons, de grandes typologies et de propriétaires occupants

Volumes et part de ventes en maisons en 2020-2021 sur les différents marchés



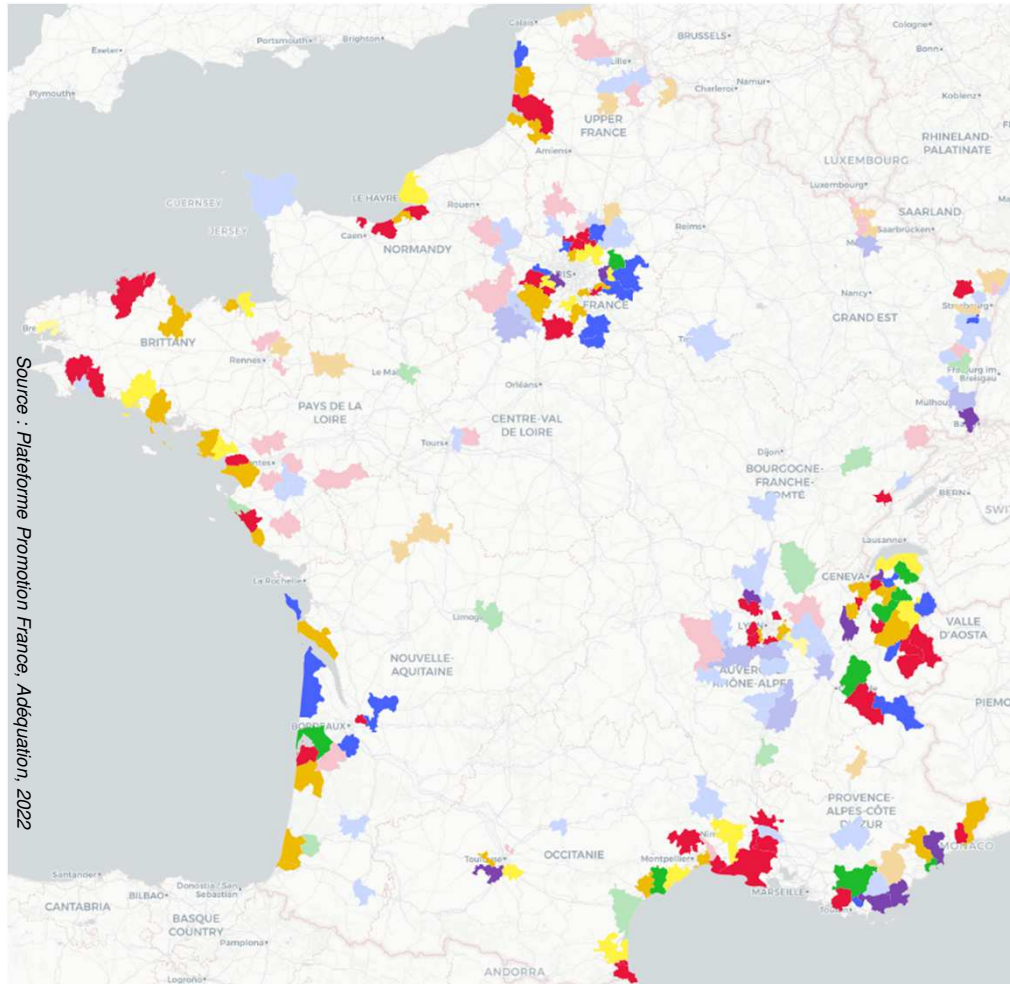
Source : Plateforme Promotion France, Adequation, 2022

- La part de maisons réalisées est globalement faible, et plus importante dans les petits marchés
- Dans les marchés secondaires, la part de T4 est plus importante que dans les marchés primaires (20 % VS 18 %), c'est l'inverse pour les T1 : 3 % pour les marchés secondaires (VS 5 % dans les marchés primaires).
- Les investisseurs représentent 42,5 % des acquéreurs dans les marchés secondaires en 2021 (VS 52 % dans les marchés primaires).
- Les investisseurs des marchés secondaires représentent 30 % de l'ensemble des investisseurs (VS 25 % en 2019).



2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

## Une forte hétérogénéité des contextes de marché



- Une classification en 12 catégories selon le volume de marché, le niveau de prix et la dynamique du marché
- Des marchés dynamiques (55,9 %) VS des marchés plus contenus (44,1 %).
- Une majorité de marchés (55,5 %) affiche des prix médians supérieurs à 3 500 €/m<sup>2</sup> TTC.
- Plus d'1/3 des marchés (38,1 %) cumulent **prix fortement en hausse et niveaux de prix élevés = des tensions à venir ?**
- Les marchés « atones » (peu dynamiques et aux prix modérés) ne représentent que 26,7 % des marchés secondaires. Ce sont les marchés les moins attractifs.

**=> Des trajectoires différenciées qui incitent à nuancer les analyses sur le développement de la promotion en-dehors des Métropoles**

	Marchés d'opportunités		Marchés structurés			
	Prix élevés	Prix modérés	Prix élevés	Prix modérés	Prix élevés	Prix modérés
Marchés dynamiques						
Marchés contenus						
TCAM élevé	1	2	5	6	9	10
TCAM limité	3	4	7	8	11	12

2. Les marchés secondaires, nouveaux territoires du développement

## **Le vécu des acteurs du marché**

**Fabrice Bonnamour, Directeur Commercial,  
Bouygues Immobilier Auvergne – Rhône-Alpes**

**Sébastien Quéméneur, Chef du service Habitat-Logement,  
Saint-Brieuc Armor Agglomération**

**Temps d'échanges**



*La terre, la mer, l'avenir en commun*

    [saintbrieuc-armor-agglo.fr](http://saintbrieuc-armor-agglo.fr)





**32 communes**

**151 755 habitants (INSEE 2019)**

**5ème intercommunalité en Bretagne**  
(nombre d'habitants sur les 15  
agglomérations bretonnes)

**ST BRIEUC (43 605 habitants)**

Façade littorale

LGV : **2h15** de Paris



## LE PLH 2019-2024

### Avant le PLH (période 2013-2019)

Une stagnation de la population, due à un solde naturel déficitaire

Une population âgée, les « 60 ans et + » représentent plus de 42 % des habitants des communes littorales, contre 30 % environ dans le secteur urbain

Une présence limitée de promoteurs, notamment nationaux

### Depuis le PLH

La crise Covid a accéléré un mouvement qui était déjà enclenché.

=> renforcement de l'attractivité du bassin d'habitat de Saint-Brieuc. Une enquête auprès des professionnels a mis en évidence l'arrivée de populations nouvelles.

=> Les élus ont engagé une politique d'attractivité (exemple : Showroom ST BRIEUC)

=> fin du PINEL en B2 (mais « PINEL Breton »)

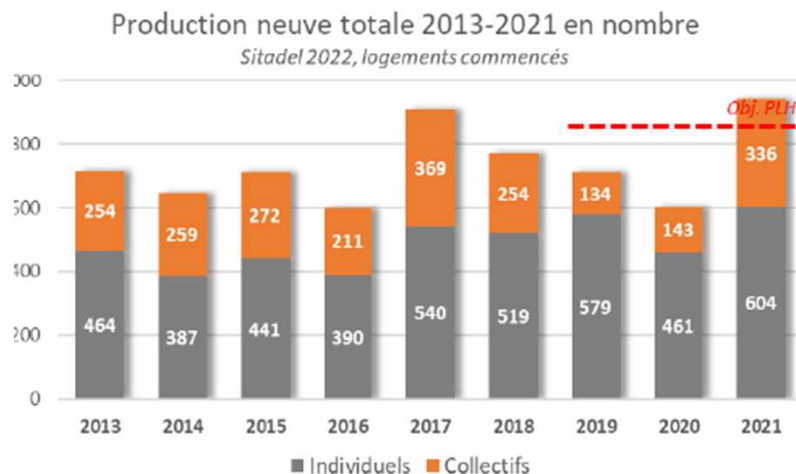
=> hausse des prix constatée sur le territoire

## Porter des politiques d'attractivité résidentielle et territoriale à l'échelle de l'agglomération en veillant au RU , à la qualité et à l'adéquation Offre/Demande

**Objectif : Produire 800 logements en construction neuve par an**  
**+ 50 logements lutte contre la vacances et transformation d'usage**

**752 logements produits en construction neuve en moyenne par an de 2019 à 2021**

**30 à 50 logements en sortie de vacance par an de 2019 à 2021**



**Objectif : Produire au moins 35 % de l'offre neuve de logement en enveloppe urbaine**

**57,5%**  
 De l'offre neuve produite dans l'enveloppe urbaine de 2019 à 2021

## Synthèse FINANCIERE PLH 2019-2024



*Budget prévisionnel* : **31 Millions €**

## Adapter les pratiques à des contextes de marchés différents

La stratégie adoptée	Les pratiques observées	Les points d'alerte
<p><b>Elargir le territoire et les produits</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des marchés primaires vers les marchés secondaires (et vice-versa)</li> <li>- Les résidences gérées</li> <li>- L'adressage vers des investisseurs locaux, hors « Pinel »</li> <li>- La maison « groupée »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un risque de saturation (l'opération « de trop ») et de déséquilibre programmatique</li> <li>- Des collectivités qui deviennent malthusiennes</li> </ul>



## Adapter les pratiques à des contextes de marchés différents

La stratégie adoptée	Les pratiques observées	Les points d'alerte
<p><b>Elargir le territoire et les produits</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des marchés primaires vers les marchés secondaires (et vice-versa)</li> <li>- Les résidences gérées</li> <li>- L'adressage vers des investisseurs locaux, hors « Pinel »</li> <li>- La maison « groupée »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un risque de saturation (l'opération « de trop ») et de déséquilibre programmatique</li> <li>- Des collectivités qui deviennent malthusiennes</li> </ul>
<p><b>Optimiser les montages</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des formes urbaines proches de l'individuel pour optimiser les coûts travaux</li> <li>- Des bilans mixtes logements social / libre</li> <li>- Le recours à la TVA réduite</li> <li>- Des charges foncières + accessibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts travaux et les équilibres de bilan souvent fragiles</li> <li>- La Vente en Bloc aux bailleurs : une solution ponctuelle mais qui doit converger avec la stratégie habitat de la collectivité</li> </ul>

## Adapter les pratiques à des contextes de marchés différents

La stratégie adoptée	Les pratiques observées	Les points d'alerte
<p><b>Elargir le territoire et les produits</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des marchés primaires vers les marchés secondaires (et vice-versa)</li> <li>- Les résidences gérées</li> <li>- L'adressage vers des investisseurs locaux, hors « Pinel »</li> <li>- La maison « groupée »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un risque de saturation (l'opération « de trop ») et de déséquilibre programmatique</li> <li>- Des collectivités qui deviennent malthusiennes</li> </ul>
<p><b>Optimiser les montages</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des formes urbaines proches de l'individuel pour optimiser les coûts travaux</li> <li>- Des bilans mixtes logements social / libre</li> <li>- Le recours à la TVA réduite</li> <li>- Des charges foncières + accessibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts travaux et les équilibres de bilan souvent fragiles</li> <li>- La Vente en Bloc aux bailleurs : une solution ponctuelle mais qui doit converger avec la stratégie habitat de la collectivité</li> </ul>
<p><b>Intervenir dans l'existant (une pratique en devenir)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'émergence d'opérateurs ou filiales dédiées</li> <li>- L'intégration horizontale de métiers ou le recours à des partenaires</li> <li>- Les subventions (orientées logement social)</li> <li>- Les foncières de promoteurs : amenées à se développer ?</li> <li>- Le Denormandie encore en test... mais en bonne voie ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La taille et l'incertitude des opérations</li> <li>- Les interventions trop diffuses (multi-propriété)</li> <li>- Des besoins de financements publics qui demeurent</li> </ul>

### Adapter les pratiques à des contextes de marchés différents

La stratégie adoptée	Les pratiques observées	Les points d'alerte
<b>Elargir le territoire et les produits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des marchés primaires vers les marchés secondaires (et vice-versa)</li> <li>- Les résidences gérées</li> <li>- L'adressage vers des investisseurs locaux, hors « Pinel »</li> <li>- La maison « groupée »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un risque de saturation (l'opération « de trop ») et de déséquilibre programmatique</li> <li>- Des collectivités qui deviennent malthusiennes</li> </ul>
<b>Optimiser les montages</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des formes urbaines proches de l'individuel pour optimiser les coûts travaux</li> <li>- Des bilans mixtes logements social / libre</li> <li>- Le recours à la TVA réduite</li> <li>- Des charges foncières + accessibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les coûts travaux et les équilibres de bilan souvent fragiles</li> <li>- La Vente en Bloc aux bailleurs : une solution ponctuelle mais qui doit converger avec la stratégie habitat de la collectivité</li> </ul>
<b>Intervenir dans l'existant (une pratique en devenir)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'émergence d'opérateurs ou filiales dédiées</li> <li>- L'intégration horizontale de métiers ou le recours à des partenaires</li> <li>- Les subventions (orientées logement social)</li> <li>- Les foncières de promoteurs : amenées à se développer?</li> <li>- Le Denormandie encore en test... mais en bonne voie ?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La taille et l'incertitude des opérations</li> <li>- Les interventions trop diffuses (multi-propriété)</li> <li>- Des besoins de financements publics qui demeurent</li> </ul>
<b>Développer les partenariats avec les collectivités</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des événements de marketing territorial à destination des opérateurs</li> <li>- La présentation claire de la stratégie foncière de la collectivité</li> <li>- Le « retour » des chartes d'encadrement des prix Des Commissions « partenariales » d'examen des PC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les effets d'emballlement des prix</li> <li>- Le ralentissement des procédures</li> </ul>

## Perspectives

- Une contribution à la **relativisation des discours sur « l'exode urbain »** (cf. travaux du PUCA) post-covid. Sans exclure un mouvement, débuté avant le covid, de **dynamisme renouvelé de certains marchés secondaires**
- Des **territoires propices** à l'observation du renouveau du métier de promoteur (souvent regardé à travers les cœurs métropolitains)
- Un « relai de croissance » limité, qui interroge les **modèles économiques des opérateurs**
- Un **renouvellement des pratiques** qui préfigure les modes opératoires de demain ? (nouveaux outils, travail dans l'existant, partenariats avec les collectivités, optimisation des bilans, etc.)

# Propriété intellectuelle

Ce document est protégé par un copyright (©).

Les méthodologies d'intervention, les mises en œuvre s'ensuivant et les techniques d'investigation sont la propriété d'ADEQUATION.

---

## Auteurs

Pour toute information au sujet de ce document, nous nous tenons à votre disposition.

Yann Gérard  
T. 06 16 20 00 99  
[y.gerard@adequation-france.com](mailto:y.gerard@adequation-france.com)

Marie Llorente  
[mllorente.conseil@gmail.com](mailto:mllorente.conseil@gmail.com)

Pauline Guyot  
[p.guyot@adequation-france.com](mailto:p.guyot@adequation-france.com)

## La société ADEQUATION

Parce que les évolutions sociétales et technologiques interagissent avec les lieux de vie, de travail et de consommation des français, parce que le développement des territoires suppose innovation et anticipation, les acteurs des marchés de l'immobilier, du foncier et de la construction connaissent une période de grandes mutations où foisonnent les questionnements comme les opportunités. S'en saisir demande de plus en plus d'acuité.

Depuis 1992, la société ADEQUATION observe, analyse et étudie les marchés immobiliers résidentiels en France. Elle aide les acteurs de la filière à mieux comprendre leurs marchés et leurs enjeux pour y développer les meilleurs projets et définir les stratégies les plus efficaces. Une expertise au long cours qui en a fait un acteur réputé et incontournable.

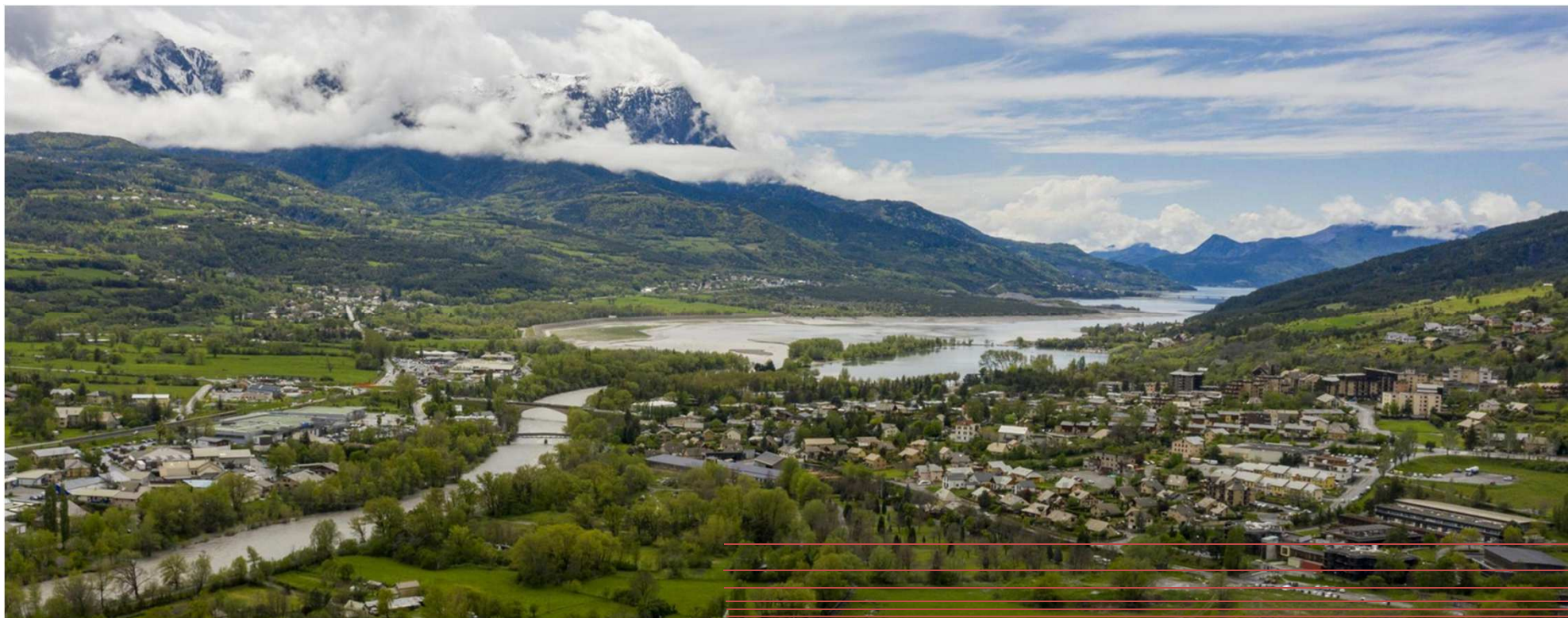
Dans cet objectif, ADEQUATION réunit un triptyque singulier d'activités : data, études, conseil. Trois métiers guidés par un principe d'hybridation adressé à l'ensemble des acteurs de la filière : promoteurs, investisseurs, institutionnels, collectivités territoriales, bailleurs. Adossée à un solide ancrage territorial (8 implantations régionales), ADEQUATION maille l'ensemble du territoire national et s'est dessinée une place de leader qui agit quotidiennement pour sécuriser, accompagner et anticiper la réussite des projets et des stratégies, en réponses aux contraintes et aux opportunités d'un marché immobilier en pleine mutation.

### CHIFFRES CLÉS

- 115 collaborateurs au 1<sup>er</sup> janvier 2022
- 170 sociétés partenaires au côté d'ADEQUATION dans le cadre de ses activités
- 1 214 clients actifs
- 3 000 missions d'études et de conseil en 2021
- 24 000 études en ligne en 2021
- Plus de 500 aires de marchés couvertes par nos observatoires immobiliers
- 8 implantations régionales : Lyon, Paris, Montpellier, Nantes, Bordeaux, Nice, Lille et Marseille
- Société créée en 1992
- 9 909 424 € de chiffre d'affaires en 2021
- Index égalité professionnelle de 79 /100.

# Nos implantations

<p><b>LYON</b></p> <p>31 rue Mazenod 69003 Lyon T. 04 72 00 87 87</p>	<p><b>MONTPELLIER</b></p> <p>50 rue Ray Charles 34000 Montpellier T. 04 67 27 11 60</p>	<p><b>NANTES</b></p> <p>11 allée Duquesne 44000 Nantes T. 02 40 95 64 64</p>	<p><b>LILLE</b></p> <p>Wereso - 104 rue Nationale 59000 Lille T. 06 79 51 25 10</p>
<p><b>PARIS</b></p> <p>32 avenue de l'Opéra 75002 Paris T. 01 40 28 12 00</p>	<p><b>BORDEAUX</b></p> <p>10 D terrasse du front du Médoc 33000 Bordeaux T. 06 24 30 72 43</p>	<p><b>NICE</b></p> <p>23 rue Jean Canavèse 06000 Nice T. 04 93 51 01 11</p>	<p><b>MARSEILLE</b></p> <p>Le Calypso - 48 Quai du Lazaret 13002 Marseille T. 04 67 27 11 60</p>



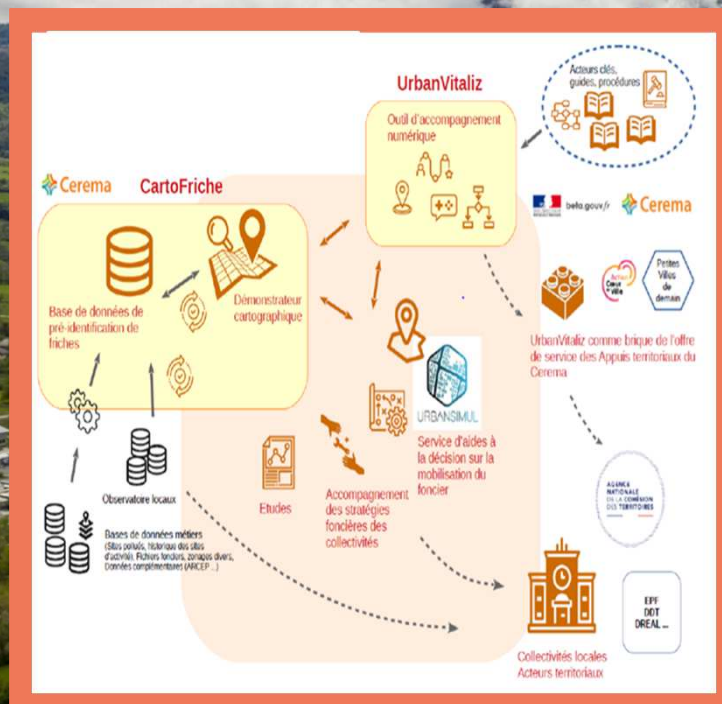
**URBANSIMUL**

Outil collaboratif d'analyse et de prospective sur le foncier

**Analyser les dynamiques immobilières  
et Identifier les gisements fonciers**

# La sobriété foncière au cœur des politiques d'aménagement

## Des clés pour comprendre et pour agir



- Gestion, diffusion et valorisation des données foncières et immobilières,
- Développement d'applications numériques au service des acteurs publics de l'aménagement,
- Accompagnement à l'élaboration des stratégies foncières locales,



## Des données et applications à votre disposition

### Une équipe d'experts à votre écoute



**Mieux caractériser les enjeux locaux**

<https://datafoncier.cerema.fr/>



**Evaluer la consommation d'espace**

<https://artificialisation.biodiversitetousvivants.fr>



**Inventorier les friches et les fonciers en renouvellement**

<https://cartofriches.cerema.fr/>



**Recenser les fonciers publics cessibles pour le logement**

<https://orfel.cerema.fr/>



**Faciliter la reconversion de terrains complexes**

<https://www.urbanvitaliz.fr>



**Analyser les dynamiques et identifier les gisements fonciers**

<https://www.urbansimul.cerema.fr>



**Estimer le besoin en logements**

<https://otelo.developpement-durable.gouv.fr>



**Passer en phase opérationnelle**

<https://outil2amenagement.cerema.fr/>

[www.cerema.fr](http://www.cerema.fr)



## Un outil numérique au service des acteurs publics du foncier

### Connectez-vous à une **application cartographie en ligne**



10 ans d'expérimentation en région PACA issues d'une R&D en lien avec l'INRAE



Déploiement national en 2022 d'un 1<sup>er</sup> socle de services de base



Connexion gratuite  
Accès réservé aux « ayants droit »



Précision de l'analyse foncière au niveau parcellaire



Accès et maintenance à l'information totalement intégrée



Autonomie des utilisateurs  
Assistance en ligne

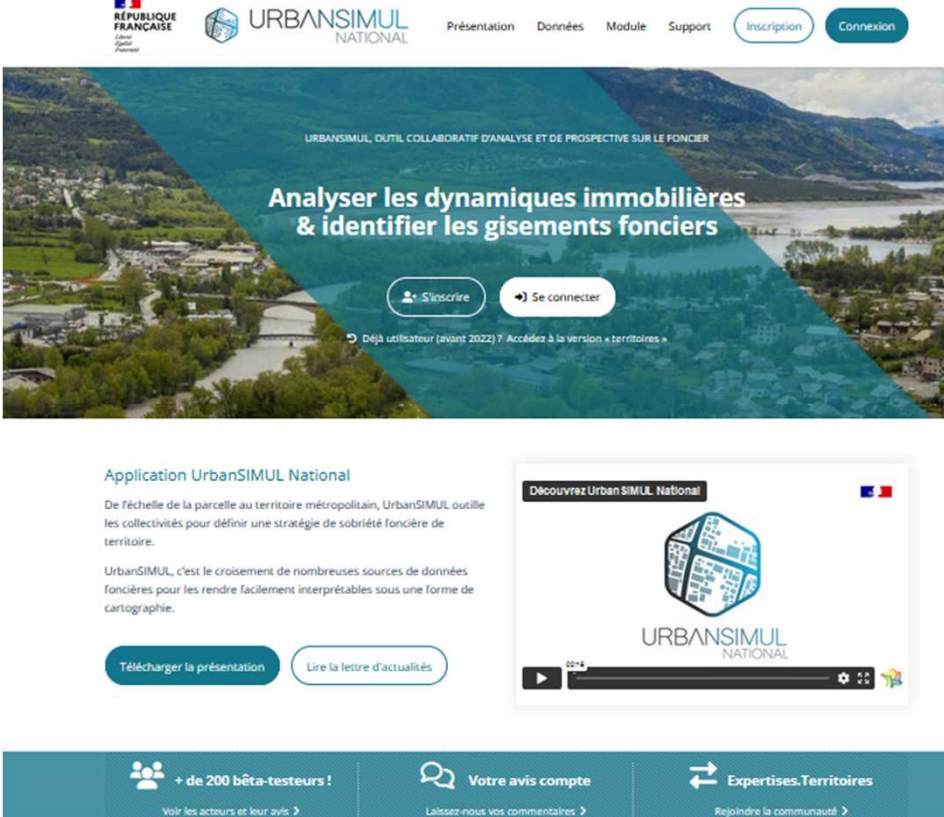


Application évolutive  
Ecoute des utilisateurs





# Un outil numérique au service des acteurs publics du foncier



The screenshot shows the website's header with the French Republic logo, the URBANSIMUL NATIONAL logo, and navigation links for 'Présentation', 'Données', 'Module', 'Support', 'Inscription', and 'Connexion'. The main banner features an aerial view of a town and a lake, with the text 'URBANSIMUL, OUTIL COLLABORATIF D'ANALYSE ET DE PROSPECTIVE SUR LE FONCIER' and 'Analyser les dynamiques immobilières & identifier les gisements fonciers'. Below the banner are buttons for 'S'inscrire' and 'Se connecter', and a note: 'Déjà utilisateur (avant 2022) ? Accédez à la version « territoires »'. The content area includes a section titled 'Application UrbanSIMUL National' with a description of the tool's scope and data sources, and buttons for 'Télécharger la présentation' and 'Lire la lettre d'actualités'. To the right is a video player titled 'Découvrez UrbanSIMUL National' with the URBANSIMUL logo and a play button. The footer contains three sections: '+ de 200 bêta-testeurs !' with a link to 'Voir les acteurs et leur avis >', 'Votre avis compte' with a link to 'Laissez-nous vos commentaires >', and 'Expertises.Territoires' with a link to 'Rejoindre la communauté >'.

Créez votre compte et connectez-vous depuis  
[www.urbansimul.cerema.fr](http://www.urbansimul.cerema.fr)

Rejoignez la communauté des utilisateurs sur  
[www.expertises-territoires.fr](http://www.expertises-territoires.fr)