

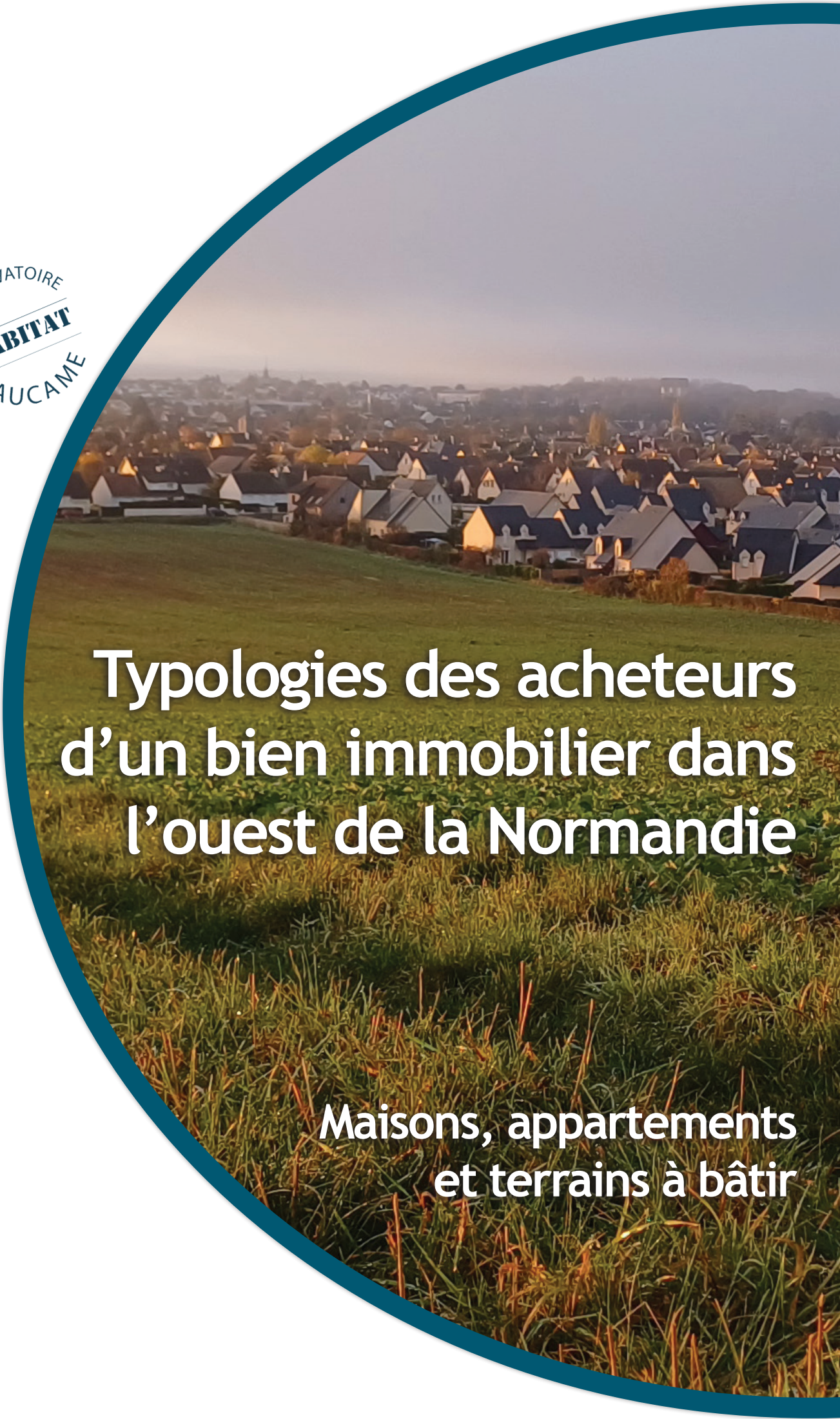
AUCAME

Caen Normandie

2006-2026

L'Aucame a **20** ans !

OBSERVATOIRE
HABITAT
AUCAME



Typologies des acheteurs d'un bien immobilier dans l'ouest de la Normandie

Maisons, appartements
et terrains à bâtir

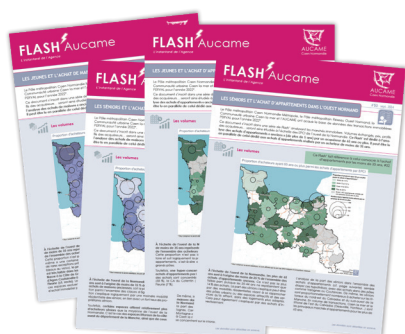
Sommaire

Introduction	3
Rappel : éléments de contexte	4
Méthodologie de la typologie	7
Typologie des acheteurs d'une maison	10
Focus : les inégalités socio-spatiales sous l'angle des achats d'une maison par les cadres et les ouvriers	12
Typologie des acheteurs d'un appartement	14
Typologie des acheteurs d'un terrain à bâtir	16

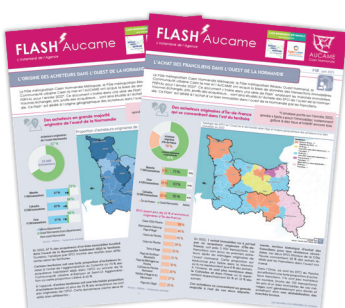
Les études
des marchés immobiliers,
en complément de la lecture de
cette note :



- Les marchés immobiliers de l'ouest normand, oct. 2025.



- Flash'Aucame # 50 à 53 : Les achats immobiliers selon l'âge dans l'ouest de la Normandie, sept. 2024.



- Flash'Aucame # 67 et 68 : Marchés immobiliers (PERVAL) : origine des acheteurs dans l'ouest de la Normandie, juin 2025.

L'analyse des marchés immobiliers repose le plus souvent sur les niveaux de prix et les volumes de transactions. Si ces indicateurs sont essentiels pour mesurer la tension ou l'accessibilité des marchés, ils ne suffisent pas à **rendre compte de la structure sociale de la demande et des logiques résidentielles à l'œuvre dans les territoires**. À partir des données issues de la base PERVAL exploitée sur les deux années 2022 et 2024, cette note propose une lecture complémentaire, centrée sur le profil socio-démographique des acheteurs de biens immobiliers dans l'ouest de la Normandie. Ces deux éléments permettent de compléter les précédentes analyses.

En effet, cette note s'inscrit dans la continuité de plusieurs travaux menés par l'AUCAME sur les dynamiques immobilières et foncières (*cf. ci-contre*). Elle en propose une lecture transversale, en **comparant les profils d'acheteurs de maisons, d'appartements et de terrains à bâtir, afin de mettre en évidence des types de marchés résidentiels aux logiques distinctes**.

L'étude est réalisée à une échelle très fine (carreau de 10 km sur 10 km) et repose sur des typologies pour offrir une lecture synthétique. Les résultats montrent que **les marchés immobiliers de l'ouest normand sont loin d'être homogènes. Ils opposent des espaces principalement investis par des actifs relativement jeunes à d'autres davantage portés par des acheteurs plus âgés, souvent extérieurs au territoire. Ils révèlent également de fortes différenciations sociales**, qui traduisent des capacités d'accès au marché inégales et des arbitrages résidentiels parfois contraints.

Dans un contexte de tension croissante sur l'offre de logements et de recomposition des mobilités résidentielles, ces éléments constituent des enjeux majeurs pour les politiques locales de l'habitat, tant en matière d'accessibilité que d'équilibre social et territorial.

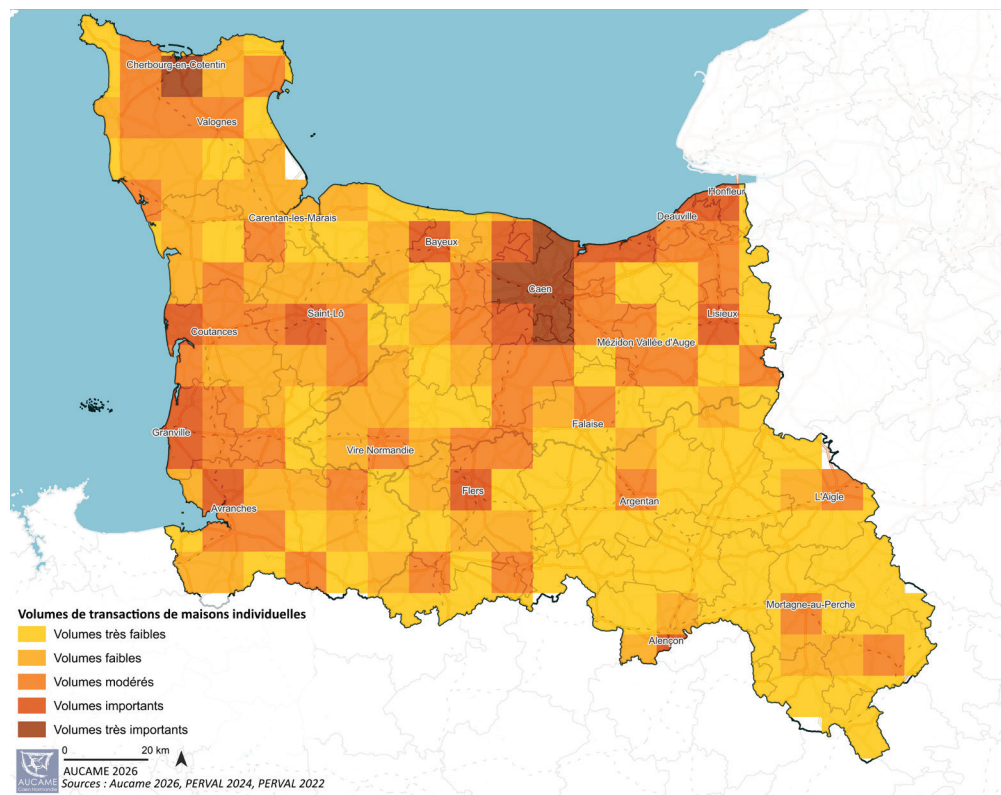
Rappel : éléments de contexte

Afin de contextualiser les typologies, voici quelques cartes permettant de préciser le poids de chaque carreau en termes de volumes et les prix médians pour chaque marché.

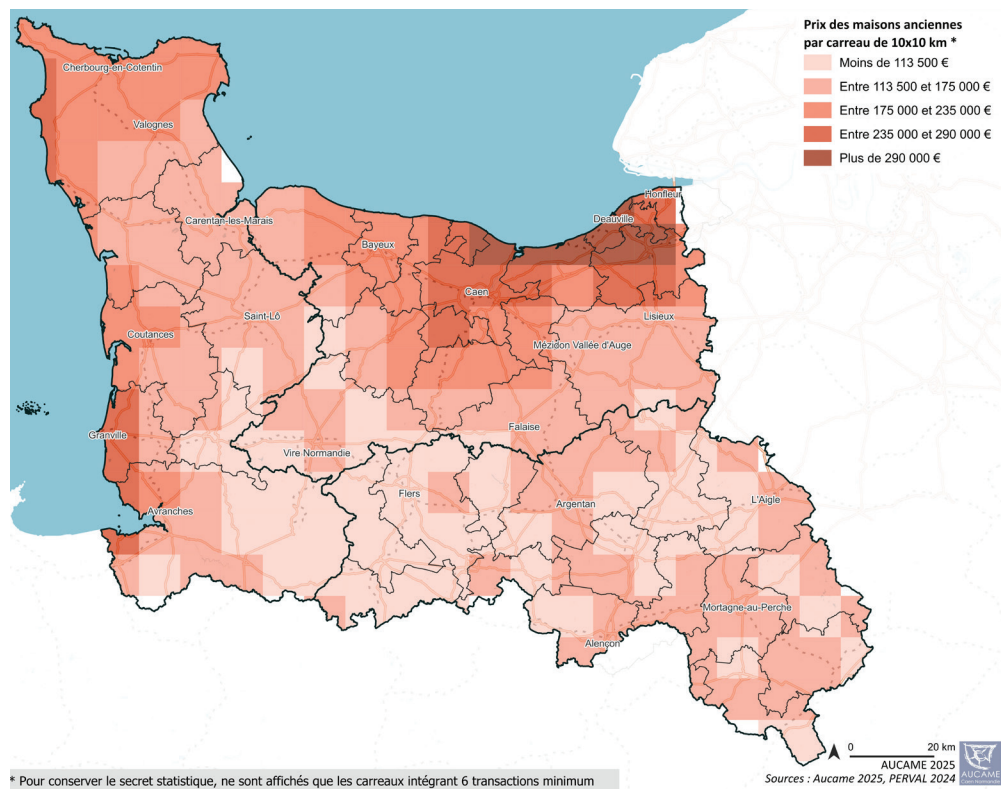
Note de lecture de l'ensemble des cartes :

Les principaux marchés (en volume mais aussi en valorisation immobilière) se situent dans les grands pôles urbains et leurs aires d'attractions, ainsi que sur les littoraux de l'est du Calvados et du sud ouest de la Manche.

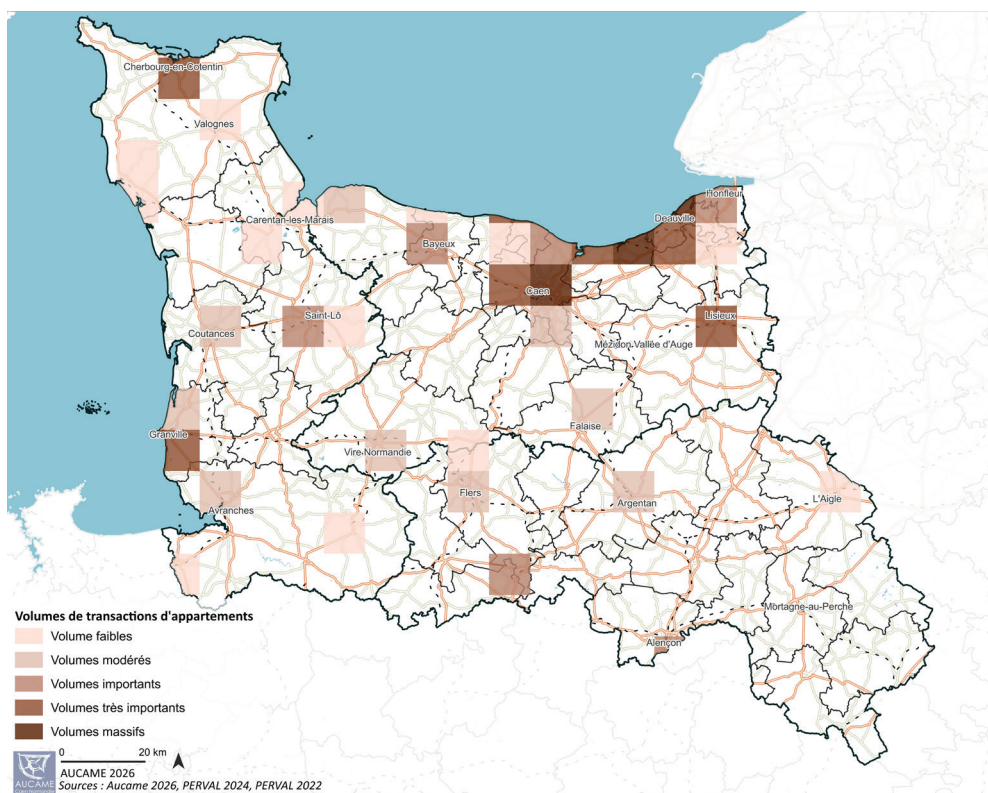
Maisons individuelles - Volumes des transactions en 2022 et 2024



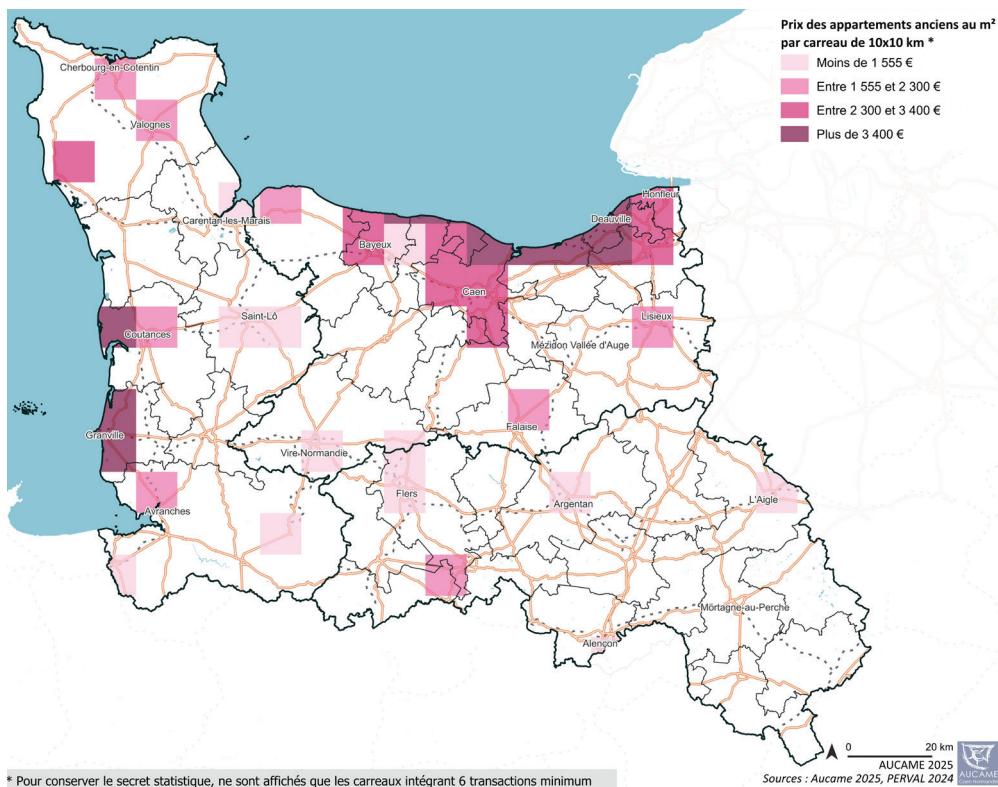
Prix médians des maisons anciennes en 2024



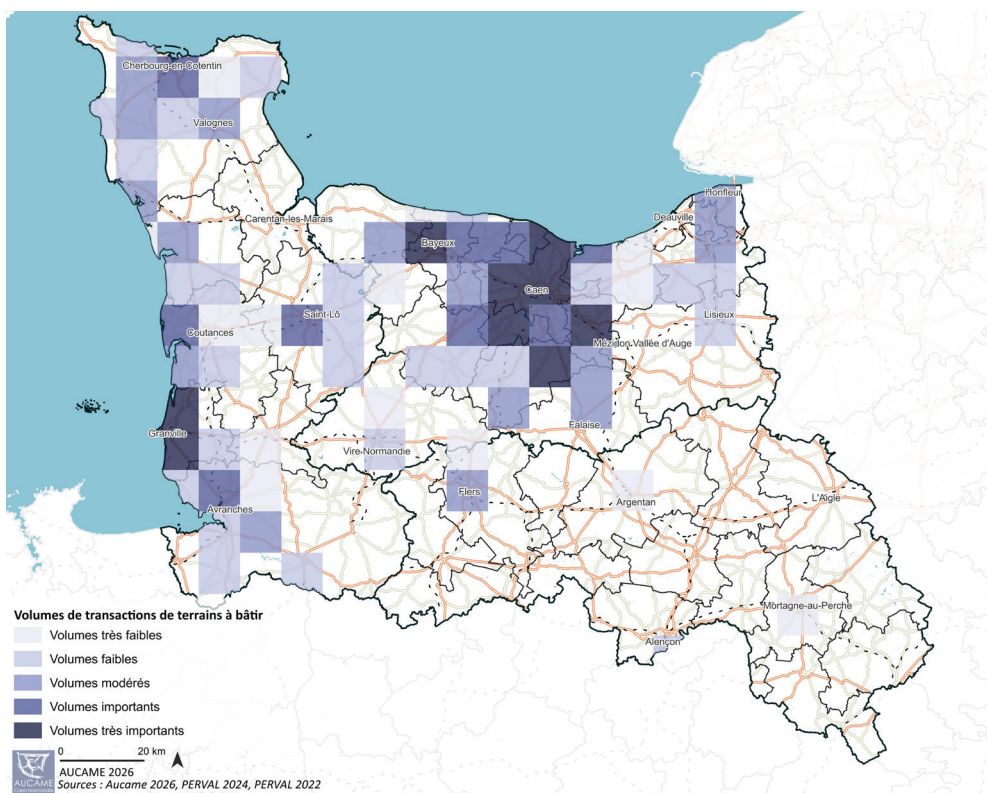
Appartements - Volumes des transactions en 2022 et 2024



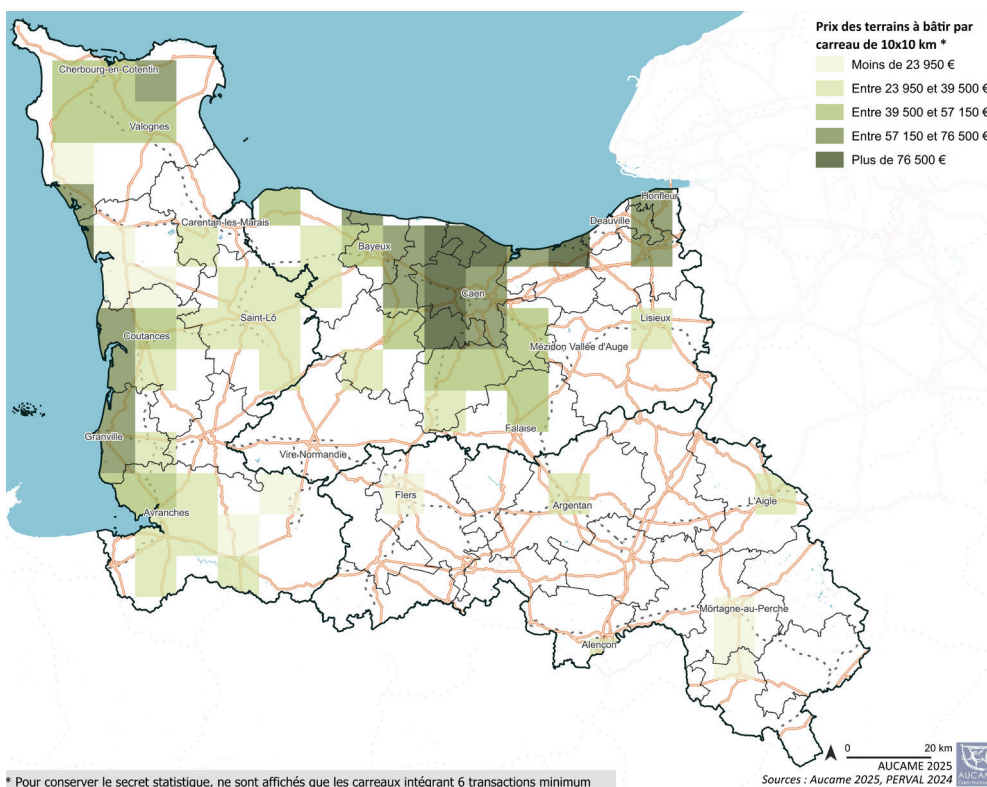
Prix médians au m² des appartements anciens en 2024

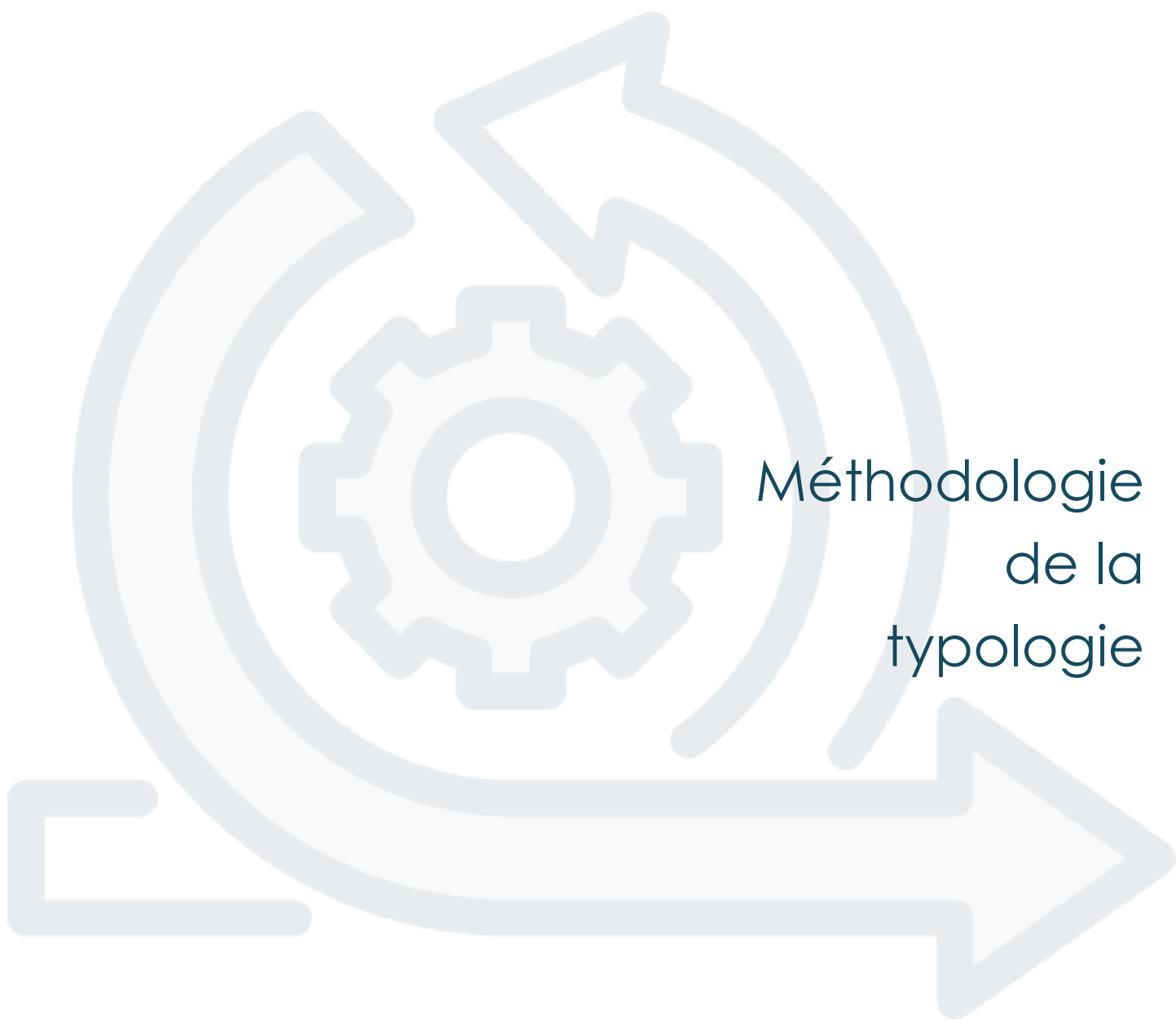


Terrains à bâtir - Volumes des transactions en 2022 et 2024



Prix médians des terrains à bâtir en 2024





Méthodologie de la typologie

Variables pour qualifier les profils des acheteurs

La typologie s'appuie sur plusieurs **variables socio-démographiques** des acheteurs d'un bien immobilier en 2022 et 2024. Toutes ces variables permettent, en grande partie, de caractériser la demande immobilière.

Les biens étudiés indépendamment :

- ☐ Maison de plus de 5 ans,
- ☐ Appartement de plus de 5 ans,
- ☐ Terrain à bâtir.

NB : La variable « **origine géographique francilienne** » a été ajoutée pour tenir compte des spécificités, notamment des espaces littoraux.

Les prix n'ont pas été intégrés mais font partie de l'analyse post-traitement.

► **Âge / position dans le cycle de vie**

- ☐ Moins de 35 ans
- ☐ 35-49 ans
- ☐ 50-64 ans
- ☐ 65 ans et plus

► **Catégorie socioprofessionnelle**

- ☐ Cadre
- ☐ Profession intermédiaire
- ☐ Employé
- ☐ Ouvrier

► **Franciliens**

- ☐ Commune de résidence de l'acheteur au moment de l'achat

Analyse à l'échelle du carreau de 10 km x 10 km



La base PERVAL offre une **géolocalisation des biens à l'adresse**, permettant d'effacer les limites administratives.

- ▶ L'analyse est donc conduite à l'échelle de carreaux de 10 km par 10 km, afin de conserver une **lecture fine des dynamiques locales**,
- ▶ Pour chaque carreau, les variables sont exprimées en part relative parmi l'ensemble des acheteurs observés sur la période,
- ▶ Cette approche permet de **comparer des structures de demande indépendamment du volume de transactions**.

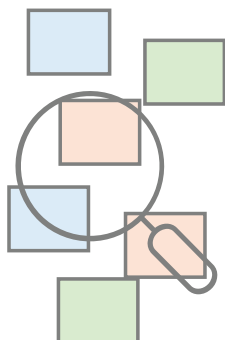
Example :

Part des moins de 35 ans dans l'ensemble des acheteurs d'un bien situé dans le carreau.

Elle permet d'identifier de grands types de marchés résidentiels, fondés sur la structure sociale de la demande, et non sur les seuls niveaux de prix ou les volumes de transactions.

3

Comparaison des carreaux entre eux



Les carreaux sont ensuite comparés les uns aux autres à partir de leurs profils d'acheteurs.

La lecture s'effectue en termes de **sur-représentation et sous-représentation relative des différentes catégories**, et non en valeur absolue. La comparaison ne porte pas sur le nombre d'acheteurs, mais **sur la structure relative de la demande** : deux carreaux peuvent ainsi être rapprochés même s'ils n'enregistrent pas le même volume de transactions.

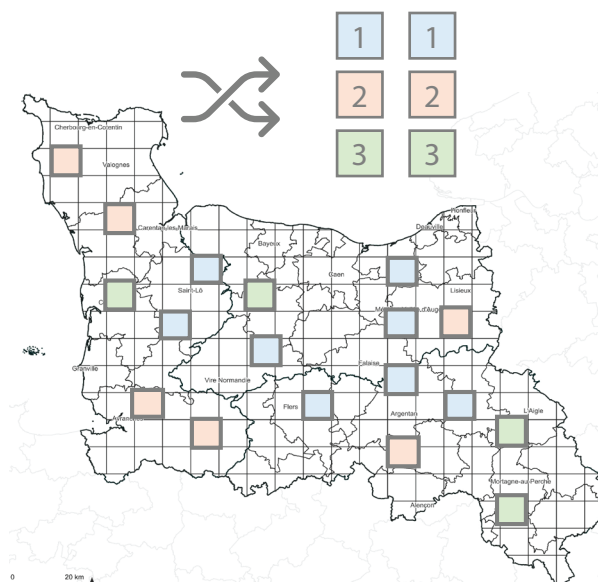
Cette étape vise à identifier les carreaux présentant des structures de demande proches. A cette étape, la localisation du carreau n'a aucune influence, le traitement est statistique.

Exemple :

Un carreau où la part des acheteurs de moins de 35 ans et celle des ouvriers est élevée sera rapprochée d'autres carreaux présentant des structures de demande similaires, et distingué de ceux où dominent les cadres et les acheteurs plus âgés.

4

Regroupement des carreaux aux profils similaires



Les carreaux présentant des profils d'acheteurs similaires sont regroupés.

Ensuite, **la donnée est cartographiée**, chaque carreau prenant la couleur du profil lui correspondant. La carte met en évidence de grands types de marchés résidentiels à l'échelle du territoire.

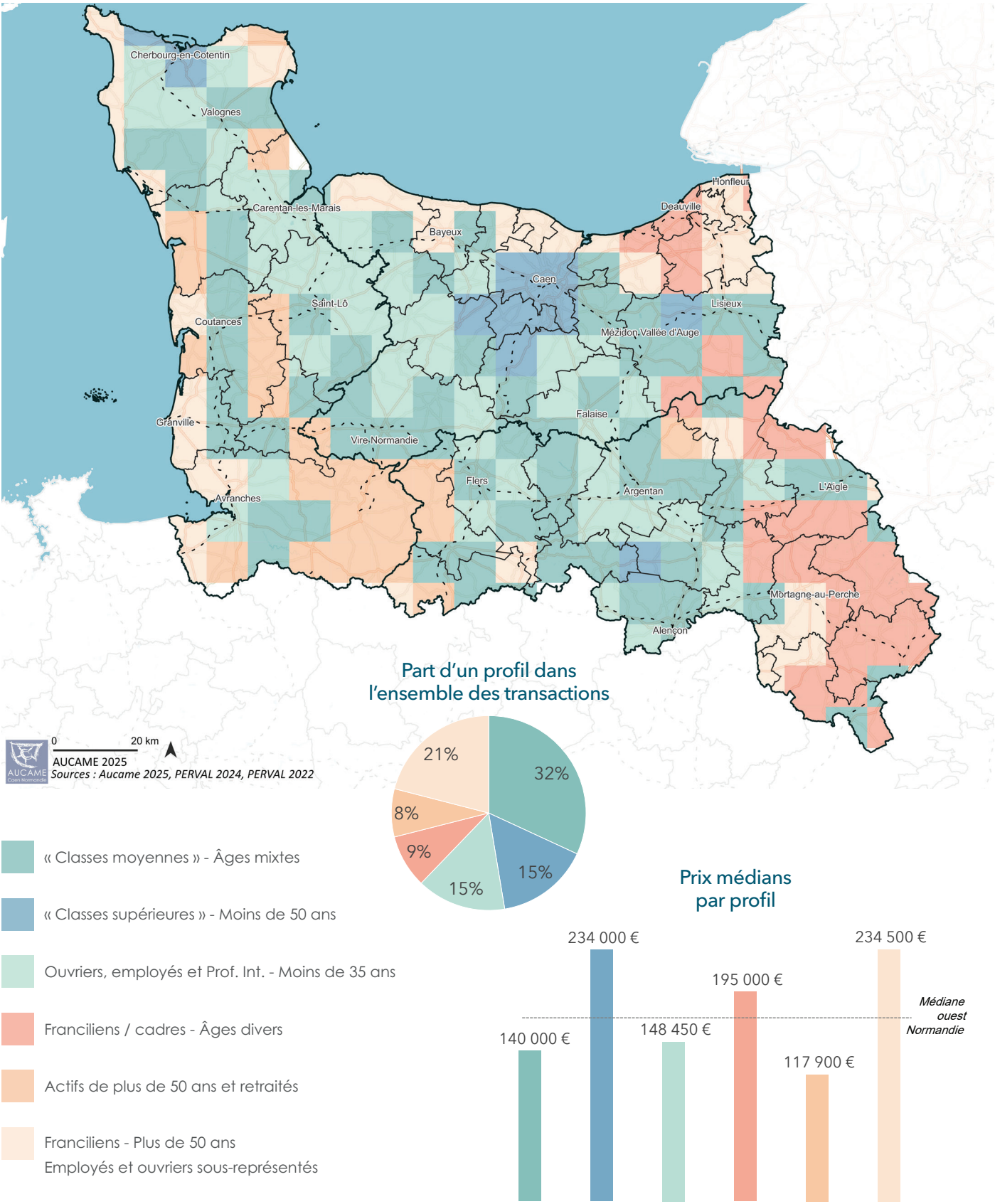
Chaque type correspond à un profil dominant d'acheteurs.

Attention, un même carreau peut toutefois accueillir plusieurs profils d'acheteurs : la typologie ne décrit pas des situations exclusives, mais des **tendances dominantes**.

Les cartes proposées doivent ainsi être lues comme une représentation synthétique des dynamiques de la demande immobilière.

Typologie des acheteurs d'une maison

Profil socio-démographique des acheteurs d'une maison



En synthèse

La typologie met en évidence des types de marchés résidentiels aux dynamiques différentes. L'ouest normand oppose schématiquement des espaces urbains, périurbains et ruraux proches, principalement investis par des actifs, à des territoires davantage portés par des acheteurs de plus de 50 ans.

- ▶ Au sein de ces ensembles, des différences dans la composition sociale apparaissent : certains espaces littoraux se distinguent par une forte présence d'acheteurs extérieurs, notamment franciliens,
- ▶ D'autres territoires, notamment au sud de la Manche et à l'ouest de l'Orne, relèvent davantage de marchés avec des profils d'acheteurs locaux de catégories sociales plus populaires.

Dans le détail

Pôles urbains, espaces périurbains et espaces ruraux :

Les carreaux en teinte bleue correspondent aux territoires où les acheteurs sont plutôt jeunes et majoritairement actifs professionnellement, âgés de moins de 35 ans ou compris entre 35 et 49 ans. Les différences observées au sein de ces catégories tiennent principalement à la part de chaque catégorie socio-professionnelle et de chaque classe d'âge.

Une large part du marché des maisons est ainsi portée par des actifs d'âges divers, avec une présence importante des professions intermédiaires, proche du profil du ménage « moyen ». La médiane des prix peut paraître modérée, mais elle masque de fortes disparités selon la localisation des biens, entre la proximité d'un grand pôle urbain comme Caen et des espaces ruraux plus éloignés, par exemple entre Argentan et Alençon.

Les deux autres classes se rapprochent par une très forte part d'acheteurs jeunes mais elles se distinguent nettement par leur composition sociale.

Ce profil d'acheteur se retrouve quasi exclusivement dans les pôles urbains cherbourgeois et caennais. Le profil des acheteurs est dominé par des cadres et, dans une moindre mesure, par des professions intermédiaires, principalement âgés de 35 à 49 ans. Les employés et surtout les ouvriers y sont peu représentés, probablement en partie en raison des prix immobiliers élevés.

À l'inverse, dans les espaces périurbains et ruraux, la part des cadres est faible, tandis que celle des ouvriers et des employés est plus élevée. Ces territoires se caractérisent également par une proportion plus importante d'acheteurs de moins de 35 ans, expliquée en partie par un accès facilité par des prix immobiliers moins élevés.

Littoraux et espaces ruraux éloignés :

Le deuxième grand groupe rassemble des acheteurs plus âgés. En son sein, trois sous-ensembles peuvent être distingués.

Le premier est géographiquement concentré sur le littoral deauvillais et son arrière-pays, ainsi que dans le Perche, espaces avec les plus forts prix immobiliers. Dans ces espaces, la proportion d'acheteurs actifs (35-49 ans et 50-64 ans) est proche de la moyenne de l'ouest normand mais est nettement plus élevée que dans les deux autres sous-groupes. Ce profil se distingue surtout par une part très importante d'acheteurs franciliens, la plus élevée de l'ensemble des profils ouest-normands.

Les deux autres sous-groupes sont proches du point de vue démographique, avec une surreprésentation des acheteurs de plus de 50 ans. La distinction entre les deux repose sur la composition sociale et par la place des acheteurs franciliens.

Ainsi, le groupe relevant d'un « marché local » rassemble des acheteurs de plus de 50 ans. La part d'acheteurs franciliens y est faible. Les prix immobiliers connus pour être plutôt accessibles corroborent l'idée d'un marché plutôt porté par les catégories sociales populaires.

À l'inverse, l'autre groupe rassemble également des acheteurs plutôt âgés, mais avec une part importante de cadres et d'acheteurs franciliens. À l'inverse, les acheteurs ouvriers sont fortement sous-représentés. Dans ces espaces littoraux, l'attractivité ne se limite pas à l'Île-de-France : les flux en provenance du reste de l'ouest normand et d'autres régions hors Normandie y sont également marqués. Ce sont enfin les territoires où les niveaux de prix sont également parmi les plus élevés.

Focus : les inégalités socio-spatiales sous l'angle des achats d'une maison par les cadres et les ouvriers

Derrière les moyennes et les profils dominants mis en évidence par la typologie des acheteurs d'une maison, **les pratiques d'achat diffèrent fortement selon la position sociale des acquéreurs**. En opposant volontairement deux catégories extrêmes du point de vue du pouvoir d'achat, les cadres et les ouvriers¹, ce focus vise à rendre visibles des logiques résidentielles profondément différenciées, qui traduisent autant des choix que des contraintes, et qui participent à la structuration inégale des espaces de l'ouest normand.

L'analyse cartographique révèle ainsi l'existence d'inégalités socio-spatiales, qui ne s'expliquent pas uniquement par le coût de l'immobilier, mais également par d'autres logiques territoriales contribuant à **renforcer la valeur immobilière de certains espaces**.

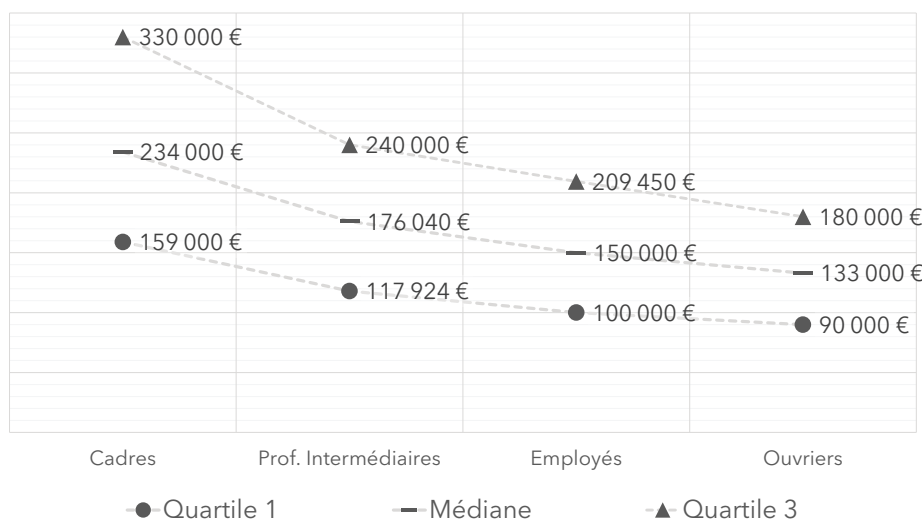
Du fait de leurs revenus plus faibles, les ouvriers sont relativement moins présents sur le marché des maisons que les cadres, lesquels sont, à l'inverse, surreprésentés. Ces deux catégories ne disposent pas du même pouvoir d'achat immobilier (cf. graphique), ce qui renvoie à des logiques résidentielles différenciées. Si, techniquement, les cadres ont da-

vantage les moyens d'acheter « partout », ils privilégient certains espaces :

- ▶ **Les espaces urbains** comme l'aire urbaine caennaise, où se concentrent à la fois les emplois cadres et les services et les aménités urbaines,
- ▶ **Les espaces littoraux**, en particulier le littoral calvadosien de la Côte Fleurie à la Côte de Grâce, espaces combinant cadre de vie, commerces et services,
- ▶ **Des espaces de villégiature**, dont les espaces littoraux cités précédemment mais aussi le Perche.

À l'inverse, les ouvriers achètent très peu dans le centre urbain métropolitain caennais ainsi que sur les littoraux manchois et calvadosiens, en grande partie en raison de **prix devenus prohibitifs**. Leur présence s'accroît à mesure de l'éloignement des grands pôles urbains de l'ouest de la Normandie, notamment dans les espaces ruraux, ce qui traduit davantage une logique de contrainte qu'un choix résidentiel. **Cette organisation spatiale renvoie également à des conditions d'accès différenciées à l'emploi et à la mobilité quotidienne, et met en évidence un gradient à la fois spatial et social.**

Prix d'achat d'une maison
selon la CSP de l'acheteur (2022 et 2024)



Note de lecture :

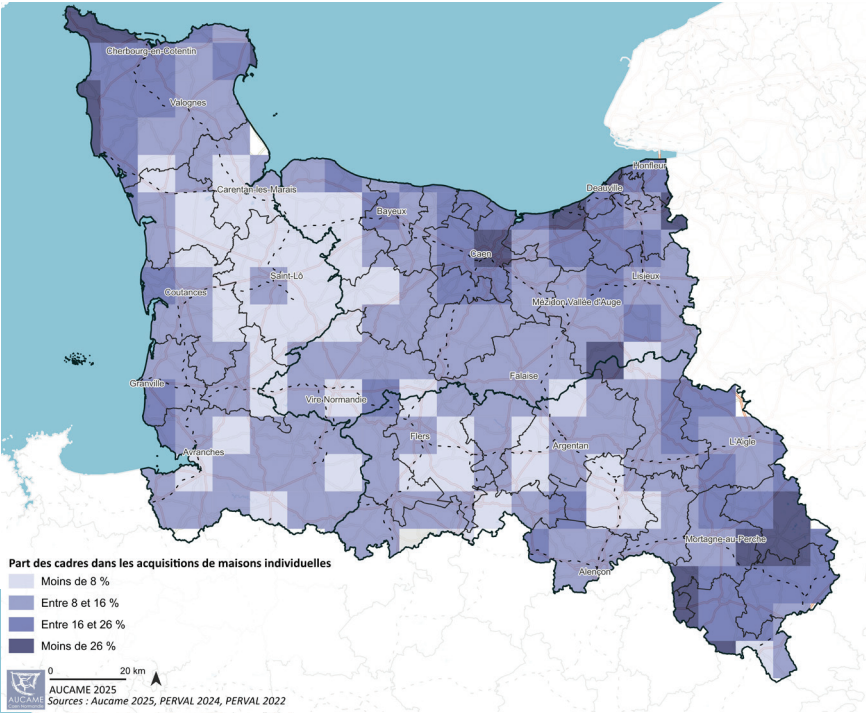
Quartile 1 : prix en-deçà duquel 25 % des ménages ont acheté une maison

Médiane : 50 % des ménages ont acheté en-dessous de ce prix

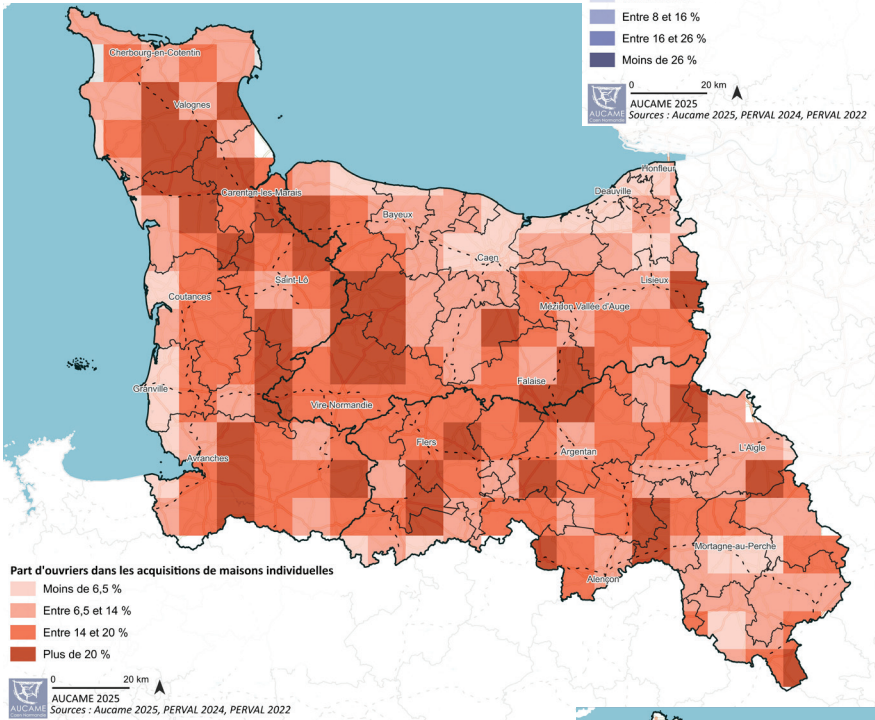
Quartile 3 : prix en-deçà duquel 75 % des ménages ont acheté une maison

¹ Au-delà des limites d'une analyse par CSP qui ne peut englober toutes les logiques sociologiques des individus, une des limites de la base PERVAL est que la CSP de l'acheteur est celle de l'acheteur le plus âgé du couple. Toutefois, les cadres et les ouvriers présentent une relative homogamie, c'est-à-dire une tendance à se mettre en ménage en restant dans les mêmes catégories sociales.

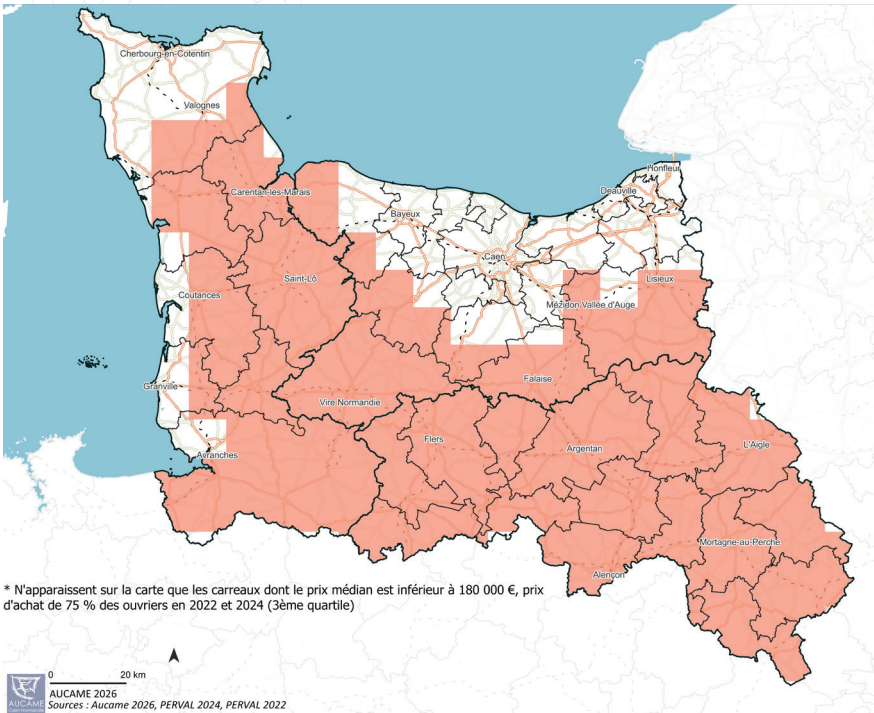
Maisons individuelles acquises par des cadres



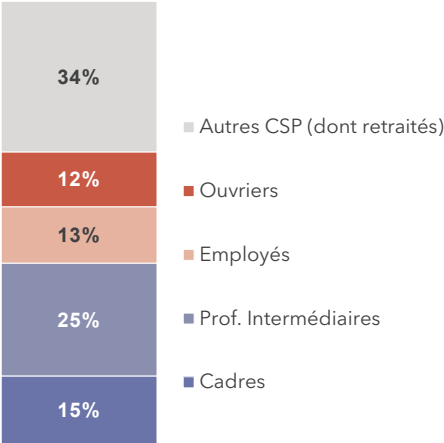
Maisons individuelles acquises par des ouvriers



Maisons individuelles Localisation des territoires "accessibles" à 75 % des ouvriers



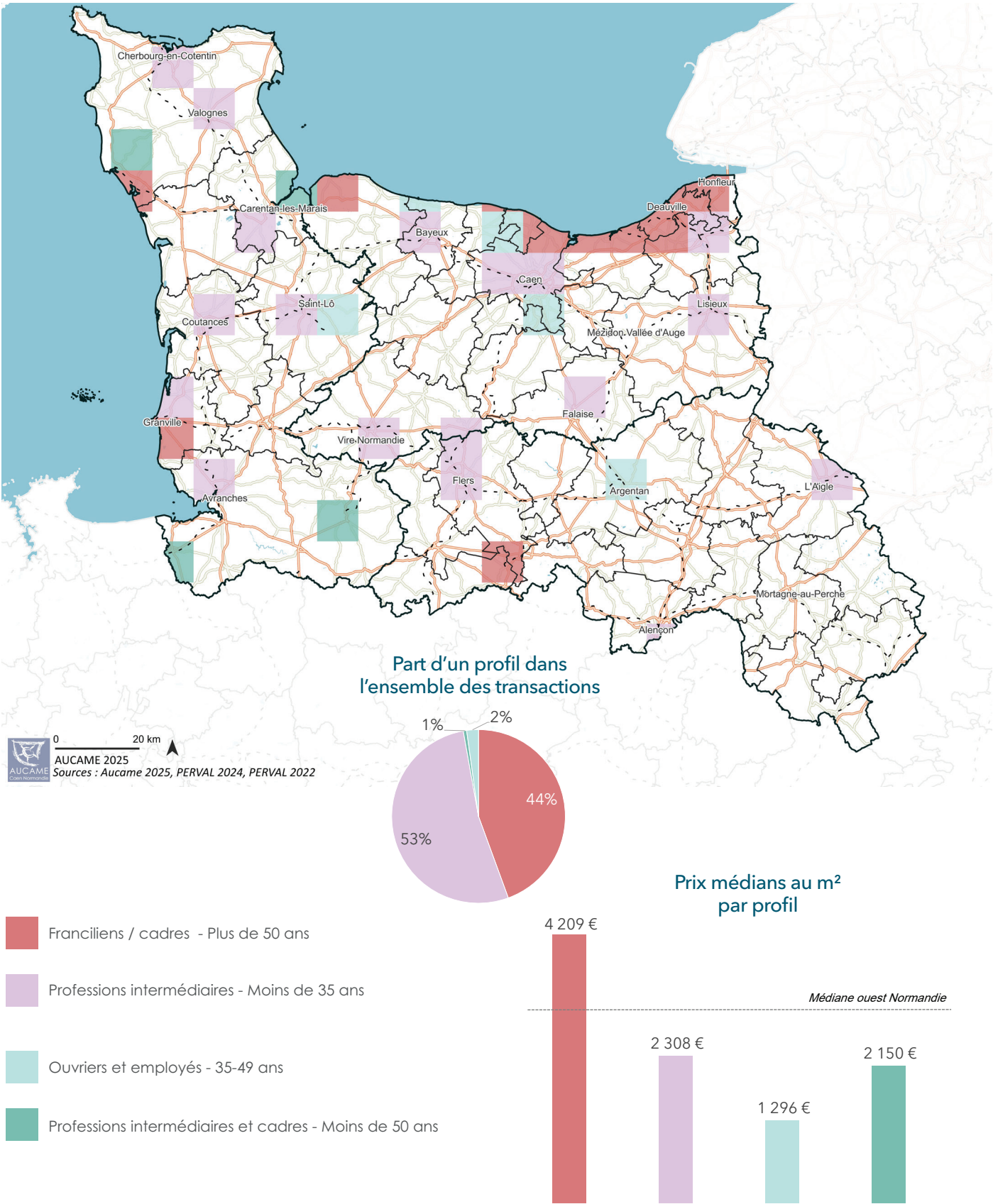
Nombre et part d'achats d'une maison selon la CSP de l'acheteur (2022 et 2024)



* N'apparaissent sur la carte que les carreaux dont le prix médian est inférieur à 180 000 €, prix d'achat de 75 % des ouvriers en 2022 et 2024 (3ème quartile)

Typologie des acheteurs d'un appartement

Profil socio-démographiques des acheteurs d'un appartement



En synthèse

La typologie oppose deux espaces :

- ▶ **Des espaces littoraux attractifs, marqués par une forte présence de seniors et de cadres, souvent extérieurs à la région, relevant de logiques souvent patrimoniales,**
- ▶ **Des marchés plus « classiques », situés dans les pôles urbains,** majoritairement investis par des actifs des professions intermédiaires, localisés dans les grands et moyens pôles urbains de l'ouest normand.

Les autres profils d'acheteurs apparaissent plus résiduels et se concentrent dans des espaces périphériques ou ruraux, plus accessibles aux employés et aux ouvriers.

Dans le détail

NB : Une partie de l'ouest de la Normandie ne dispose pas de marché d'appartements, il s'agit pour l'essentiel des espaces périurbains et des espaces ruraux éloignés des pôles.

Les espaces littoraux : des appartements onéreux pour des profils CSP + et franciliens

Un premier marché, qui représente près de 45 % des achats d'appartements, peut être qualifié de marché « haut de gamme ». Les seniors et les cadres y sont sur-représentés et une part importante est d'origine francilienne. Les prix de ces appartements sont très élevés, indiquant un fort pouvoir d'achat pour ces acquéreurs. Ces profils renvoient à des logiques résidentielles qui ne relèvent pas uniquement de l'usage permanent, mais également de stratégies patrimoniales ou de résidences secondaires. Les appartements concernés se situent majoritairement sur les littoraux les plus attractifs, à Granville et Barneville-Carteret dans le département de la Manche, ainsi que sur la côte de Grâce et la Côte Fleurie dans le Calvados, où la pression de la demande contribue à des niveaux de valorisation élevés.

Le marché des appartements dans les pôles urbains

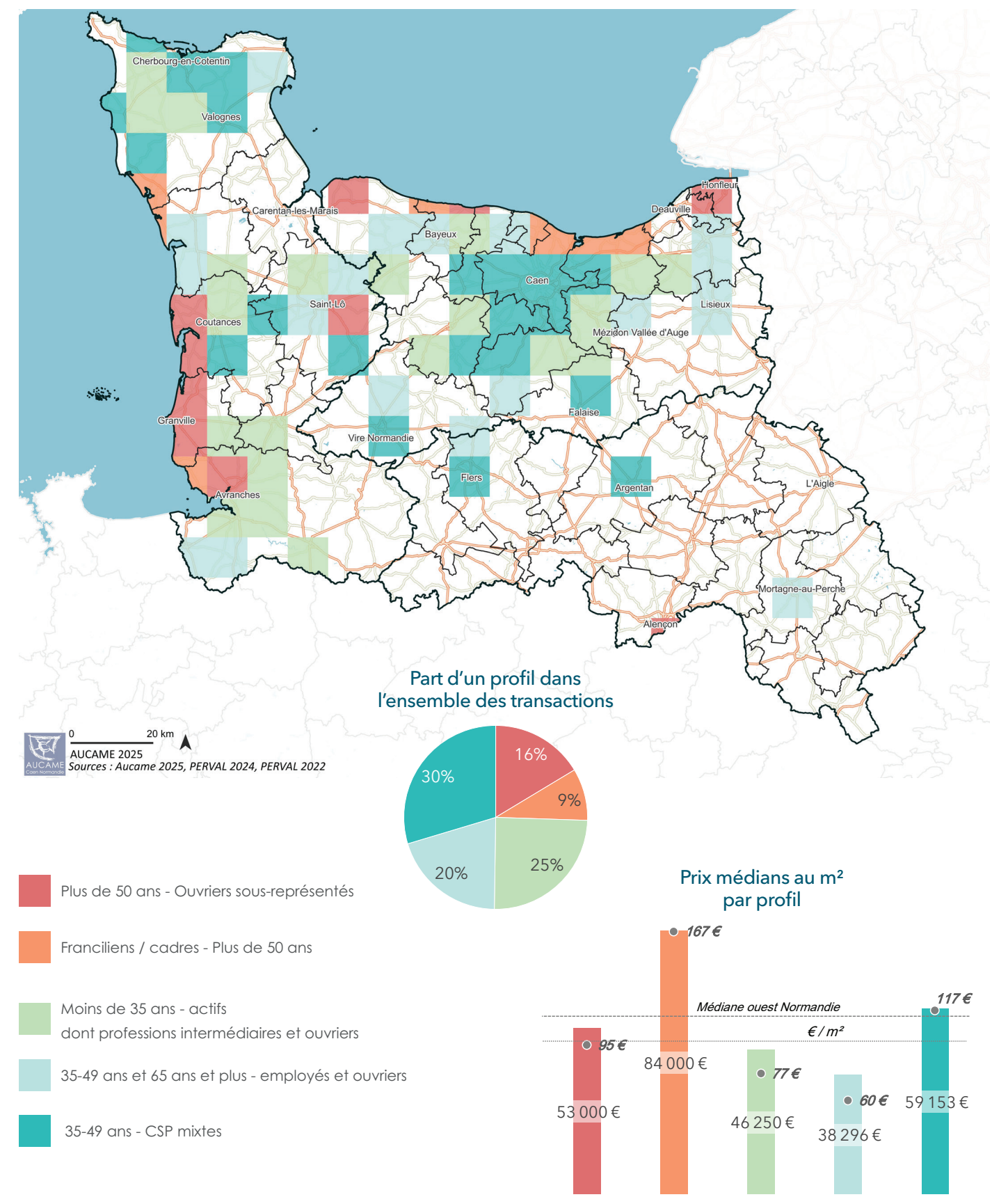
Le deuxième marché, qui représente plus d'un achat sur deux, correspond à un marché « classique ». Il est principalement le fait d'actifs appartenant aux professions intermédiaires, avec des prix d'achat proches de la médiane ouest-normande. Les localisations se situent dans les grands et moyens pôles urbains de l'ouest de la Normandie. Il n'est pas possible de différencier les logiques d'achat traduisant une articulation plus directe entre lieux de résidence, accès à l'emploi et présence des services, et une logique d'achat pour de l'investissement locatif.

Le marché mineur de repli

Les autres profils d'acheteurs relèvent davantage du résiduel et se localisent principalement dans les espaces ruraux ou en périphérie des pôles urbains, notamment autour de Caen et de Saint-Lô. Il s'agit d'un marché moins valorisé et donc plus accessible aux employés et aux ouvriers, dont la présence sur le marché des appartements apparaît plus contrainte et spatialement reléguée, même si cette relégation est moins marquée que dans le cas des maisons individuelles.

Typologie des acheteurs d'un terrain à bâtir

Profil socio-démographique des acheteurs d'un terrain à bâtir



En synthèse

La typologie révèle des marchés très différenciés selon le profil des acheteurs.

Ainsi, les pôles urbains et leurs espaces périurbains, sont principalement investis par des ménages actifs et les territoires littoraux sont davantage portés par des acheteurs plus âgés et/ou extérieurs au territoire.

Au sein de ces ensembles, des nuances importantes apparaissent.

Dans le détail

NB : Une partie de l'ouest de la Normandie ne dispose pas de réel marché des terrains à bâtir, il s'agit pour l'essentiel des espaces ruraux éloignés des pôles.

Le littoral

Les espaces littoraux se singularisent par la forte sur-représentation d'acheteurs ayant plus de 50 ans. Deux profils proches peuvent être caractérisés.

Les espaces littoraux des « locaux »

Dans ces espaces, les acheteurs de 50 ans et plus sont surreprésentés et ils proviennent globalement de Normandie. Le littoral concerné se situe principalement sur une bande nord-sud de la Manche, d'Agon-Coutainville à Granville, avec une présence ponctuelle à Honfleur. À noter qu'un espace situé à l'est de Saint-Lô présente un profil d'acheteurs similaire. Il est probable que ces acheteurs disposent d'un pouvoir d'achat relativement élevé, au regard des niveaux de prix pratiqués sur une large partie de ces territoires. Il est possible également qu'une partie de ces achats soit le fait de ménages ne pouvant acheter dans « l'ancien » et se rabattent sur la construction neuve, plus accessible.

Ce profil renvoie peut-être également à des projets résidentiels tardifs ou à des logiques d'anticipation de fin de carrière ou de retraite. À la différence des autres profils d'acheteurs de terrains à bâtir, la dimension locale domine ici largement, les acheteurs extérieurs restant minoritaires.

Les espaces littoraux des cadres et/ou des Franciliens

Contrairement au profil précédent, proche, les actifs restent présents. Il n'est pas possible à ce stade de déterminer s'il s'agit de cadres et / ou de Franciliens, peut-être les deux selon les cas. Ainsi pour la côte au nord de Caen, les cadres « locaux » peuvent être tout autant acheteurs que des Franciliens non-cadres, mais des Franciliens non-cadres s'installant dans l'aire urbaine pourraient privilégier cette localisation. Là encore, les valeurs médianes sont les plus élevées de tout l'ouest de la Normandie, filtrant les ménages pouvant acheter, d'où la forte représentation des cadres et des ménages « âgés ».

Les espaces « urbains » et « périurbains »

Le reste du territoire ayant un marché des terrains à bâtir se divise en trois grands profils d'acheteurs, les deux derniers étant proches dans leurs caractéristiques socio-démographiques. Tous ont en commun d'être plutôt portés par des actifs, les plus de 50 ans étant sous-représentés.

Le périurbain plutôt « éloigné »

Un quart des terrains à bâtir achetés l'ont été par des ménages jeunes (moins de 35 ans) avec une sur-représentation des professions intermédiaires et des ouvriers. Ces terrains sont le plus souvent plus éloignés que les terrains achetés par les autres profils. Par exemple, il se situent plutôt dans les EPCI limitrophes de Caen la mer, au sud-ouest de Cherbourg-en-Cotentin, dans l'arrière-pays du littoral manchois... Ces localisations sont le plus souvent moins onéreuses et donc plus accessibles à des jeunes ménages de classes moyennes.

Le périurbain « éloigné » plus populaire

Ce profil se distingue par des acheteurs un peu plus âgés que les autres acheteurs du périurbain, mais surtout par une forte surreprésentation des employés et des ouvriers. Il est possible que coïncident ici des acheteurs de 65 ans et plus, et des ménages de catégories populaires et plus jeunes. Deux logiques se superposent donc : des achats moins onéreux car éloignés des grands pôles (comme Caen) et des littoraux, et des localisations où les ménages âgés sont également nombreux, mais avec potentiellement plus de pouvoir d'achat. Pour une large part, ces terrains sont localisés dans les espaces périurbains et ruraux des moyens pôles de l'ouest de la Normandie, comme Saint-Lô, le sud d'Avranches, Vire Normandie ou le nord de Lisieux.

Le périurbain des classes moyennes et supérieures

Les acheteurs de ces profils ont plutôt entre 35 et 49 ans. En termes de CSP, il n'y a pas de forte sur-représentation, toutes étant présentes à l'inverse des deux autres profils des périurbaines de l'ouest de la Normandie. Au vu des territoires concernés, plutôt hétérogènes géographiquement, ce profil rassemble une relative diversité de profils.

Avec le soutien de :

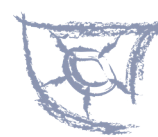


Directeur de publication : Patrice DUNY

Réalisation : AUCAME 2026

Illustrations : AUCAME (sauf mentions contraires)

Contacts : soazig.vannier@aucame.fr
ludivine.collette@aucame.fr



AUCAME
Caen Normandie

2006-2026 L'Aucame a **20** ans !

Agence d'urbanisme de Caen Normandie Métropole

21 rue de la Miséricorde - 14000 CAEN

Tel. : 02 31 86 94 00

email : contact@aucame.fr / site web : www.aucame.fr