

Réinventer la ville

HABITAT COLLECTIF PRIVÉ

L'immobilier
européen
sous un
nouveau jour

A photograph of a modern residential courtyard. The buildings are white with orange and grey accents. There are balconies with glass railings. A paved walkway leads through the courtyard, flanked by greenery and a chain-link fence. A tall, thin tree stands in the center of the courtyard. The sky is overcast.

 **Tarkett**



Table des matières

Introduction	4
L'habitat collectif dans un monde post-covid	
L'évolution des villes en Europe	6
• Pourquoi nous devons réinventer la vie en ville	
• Vivre ensemble de manière plus durable	
Construire en tenant compte des nouvelles priorités	12
• Le développement durable, un défi de taille	
• Réduire les émissions de carbone dans l'habitat collectif	
• La France s'engage	
• Les ambitions du SNBC	
Les gens sont disposés à payer plus pour se sentir mieux	16
• L'éco-construction : un investissement plus intéressant	
• Une importance croissante accordée au bien-être	
Identifier et répondre aux besoins des propriétaires et des résidents	20
• Préférences des propriétaires post-covid	
• Des intérieurs qui aident à se sentir chez soi	
Comment le secteur répond à l'évolution des valeurs des consommateurs	26
• Choisir des matériaux responsables	
• Investir dans des collaborations plus éthiques	
Conclusion	30
Habitats collectifs plus humains et renouveau urbain	
Principaux points à retenir	32
Cinq façons dont l'habitat collectif peut transformer la vie en ville	

Introduction

L'habitat collectif dans un monde post-covid

Les zones urbaines connaissent une véritable transformation, fortement accentuée par la crise sanitaire qui marque ce début de décennie. Ce guide explore les principales tendances qui façonnent les villes en Europe. Il montre le rôle que peut jouer l'habitat collectif innovant pour offrir aux individus la qualité de vie à laquelle ils aspirent aujourd'hui : plus de verdure, moins d'engorgement et un sentiment plus profond d'appartenance communautaire.

Pour rendre les zones densément peuplées plus attrayantes, nous devons changer notre regard sur l'habitat.

En mettant l'accent sur le bien-être, le développement durable et l'impact social positif, nous verrons comment les promoteurs immobiliers peuvent aider les propriétaires et les résidents à réinventer la vie en ville.

Partager les solutions qui façonneront les projets les plus réussis, en créant l'espace, l'adaptabilité et la convivialité que les individus attendent de l'endroit où ils vivent.



« En 2030, nous serons 1,2 milliard de plus, 70% d'entre nous vivront dans des villes et un sur trois vivra en habitat collectif. »

Anton & Irene + SPACE10,
One Shared House 2030

Bien comprendre l'être humain doit être au cœur des futurs projets immobiliers.

Ce rapport examine comment la démarche Tarkett Human-Conscious Design™ peuvent aider les acteurs de l'immobilier à :

- **Approfondir leur connaissance de l'homme** en investissant dans une véritable compréhension de l'humain pour analyser les besoins actuels et futurs des clients.
- **Faire des choix engagés pour les hommes et la planète** en réduisant l'impact environnemental et en utilisant uniquement des matériaux sains et de qualité.
- **Construire des partenariats transparents** centrés sur la confiance, la fiabilité et la capacité à fournir des solutions qui s'alignent sur les valeurs des résidents qui ont évolué.

L'évolution des villes en Europe

Pourquoi nous devons réinventer la vie en ville

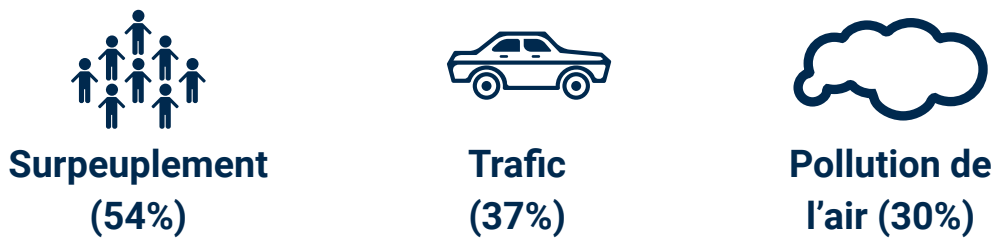
Depuis que la pandémie a généralisé le télétravail, la vie en ville perd de son attrait. Les gens sont plus disposés à s'éloigner des zones urbaines, en quête de plus d'espace et de lien social. Pour inverser cette tendance, de nouveaux concepts d'habitat sont à l'étude, visant à contrecarrer certains facteurs socio-économiques et démographiques qui affectent les populations des centres-villes.

1. Répondre aux besoins des hommes

Notre lieu de vie détermine 80 à 90% notre santé (selon le Global Wellness Institute).



Les trois grandes préoccupations des Européens :



Le manque d'accès aux infrastructures essentielles a également été cité par les 5 000 habitants de Londres, Paris, Berlin et Milan qui ont participé au Baromètre 2020 de la vie urbaine du cabinet britannique Arup.



2. Réévaluer la place de l'immobilier dans la société

Les investissements qui valorisent la prise en compte du capital naturel et du lien social représentent une opportunité croissante.



3. Refléter l'évolution des ménages

De plus en plus de personnes vivent désormais seules, et les périodes de confinement ou d'isolement pendant la pandémie nous ont montré que les besoins communautaires et d'appartenance sont essentiels.

L'habitat collectif conçu pour renforcer notre sentiment de « communauté » et rassembler les différentes générations présentent des avantages importants en termes de santé et de bien-être.



Avec cette nouvelle donne - moins d'enfants vivant dans moins de foyers - la superficie n'est plus la priorité. Ce qui intéresse les gens, c'est d'optimiser l'espace disponible.

Les ménages étant réduits, la superficie en mètres carrés perd de l'importance. L'accent est plutôt mis sur l'utilisation la plus intelligente, la plus saine et la plus durable possible de l'espace intérieur et extérieur.

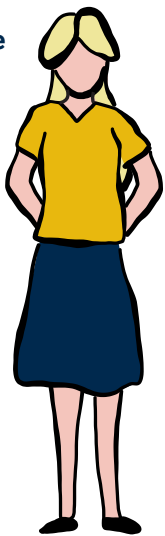
- Les ménages composés d'une seule personne ont augmenté de 19% entre 2010 et 2019



- Moins d'un ménage sur quatre compte des enfants (en Suède, Allemagne et Finlande)

- 47% des Européens ont un seul enfant

Eurostat Mai 2020





« Au XXIème siècle, la vie en ville s'accompagne de défis majeurs dans de nombreux domaines : l'accessibilité au logement, le développement durable, la qualité de vie, le sentiment d'inclusion et la stabilité du parcours de vie. L'une des réponses les plus innovantes a été une révolution silencieuse dans l'architecture contemporaine - vers la construction et l'habitat collectif. »

EFL (European Federation for Living)

Vivre ensemble de manière plus durable

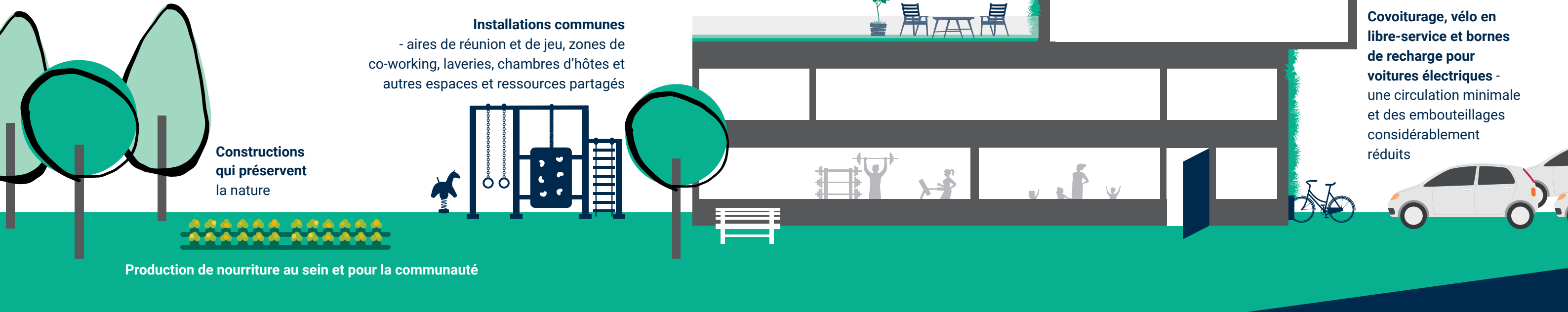
Traditionnellement, l'habitat collectif se compose de maisons ou d'appartements séparés dans un même bâtiment. Parfois, plusieurs bâtiments peuvent se côtoyer au sein d'un même complexe. En soi, cela n'a rien de nouveau.

Ce qui est nouveau, c'est la demande croissante de développements urbains accessibles et respectueux de l'environnement. Ces concepts attractifs s'adressent à tous les types d'investisseurs.

Améliorer tous les aspects de l'habitat dans nos villes

Il convient d'accorder tout autant d'attention aux espaces publics, aux zones communes et aux infrastructures de transports qui façonnent ces communautés.

Pour profiter des avantages offerts par le fait de vivre et de travailler localement, il faut que nos villes soient plus accessibles. Selon les mouvements de développement post-Covid, tels que la « 15 minutes city » (« ville du quart d'heure »), les habitants bénéficient d'une meilleure qualité de vie en ayant les services essentiels à quelques minutes seulement à pied ou à vélo. Cette proximité encourage les habitudes saines, réduit les embouteillages et améliore la qualité de l'air localement.



Les sociétés immobilières visionnaires repensent l'offre de logements afin de créer des communautés à effet régénérateur.

Ces projets urbains partagés permettront de créer des espaces bénéfiques pour les hommes et la planète : en préservant nos ressources naturelles les plus précieuses et en améliorant la qualité de vie.

Construire en tenant compte des nouvelles priorités

Le développement durable, un défi de taille

Il faut 25 ans - une génération - pour transformer un secteur industriel et toutes les chaînes de valeur.

Des mesures concrètes doivent être prises dans les cinq prochaines années pour que l'objectif « Zéro émission nette » de l'Europe pour 2050 devienne une réalité.

36%
des émissions de gaz à effet de serre en Europe proviennent du secteur du bâtiment¹

51%
pour les constructions en cours²

49%
est « incorporé » dans la construction et le choix des matériaux²

3 milliards de tonnes
de ressources naturelles sont utilisées chaque année pour la fabrication de matériaux de construction

30%
environ des matériaux de construction finissent en déchets³

40%
de l'empreinte carbone doit être éliminé d'ici à 2030 selon le World Green Building Council

¹ World Green Building Council
² Architecture 2030
³ Le marché des déchets de construction 2017-2025, Transparency Market Research

Réduire les émissions de carbone dans l'habitat collectif

Explorer les méthodes de construction alternatives

- La construction hors site peut réduire les émissions de carbone jusqu'à 50%
- Le marché mondial de la construction modulaire devrait atteindre 125 milliards de dollars d'ici 2025 (Frost & Sullivan)

Limiter l'empreinte carbone

- Choisir des produits et des matériaux à faible teneur en carbone - en sachant que chaque contribution compte :
- Les revêtements de sol représentent jusqu'à 10% de l'empreinte carbone dans la construction d'un bâtiment
 - Le recyclage d'un kg de vinyle permet d'économiser l'équivalent de 2 kg d'émissions de CO₂
 - Le bois est de plus en plus utilisé dans les bâtiments à plusieurs étages pour des raisons environnementales, mais aussi de performances. Ce matériau léger et à faible teneur en carbone permet également de réduire le temps de construction.

Exploiter le potentiel du « Green BIM »

Les progrès logiciels, outre le fait d'offrir des plateformes pour une gestion des projets efficace, permettent de fournir des données environnementales. Par exemple, en permettant des commandes plus précises et appropriées des matériaux, ce qui permet de réduire les déchets. Cette technologie pourrait aider l'industrie à réaliser des économies de 15 à 25% d'ici 2025⁴.

Appliquer les principes de l'économie circulaire

En plus de chercher à réduire l'empreinte carbone des nouveaux bâtiments, les modèles de construction les plus réussis appliquent les principes de l'économie circulaire à l'ensemble du projet.

⁴ Manuel BIM de l'UE



La France s'engage

11 tonnes¹

L'empreinte carbone des Français représente environ 11 tonnes équivalent CO₂ par habitant en 2018, dont 3 tonnes émises directement par l'acte de construire

33%²

Des émissions de GES en France proviennent du secteur du bâtiment

Forte de ce constat, la France s'est engagée au travers de la Stratégie Nationale Bas Carbone (SNBC) à atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050

Passer d'une réglementation thermique à une réglementation environnementale

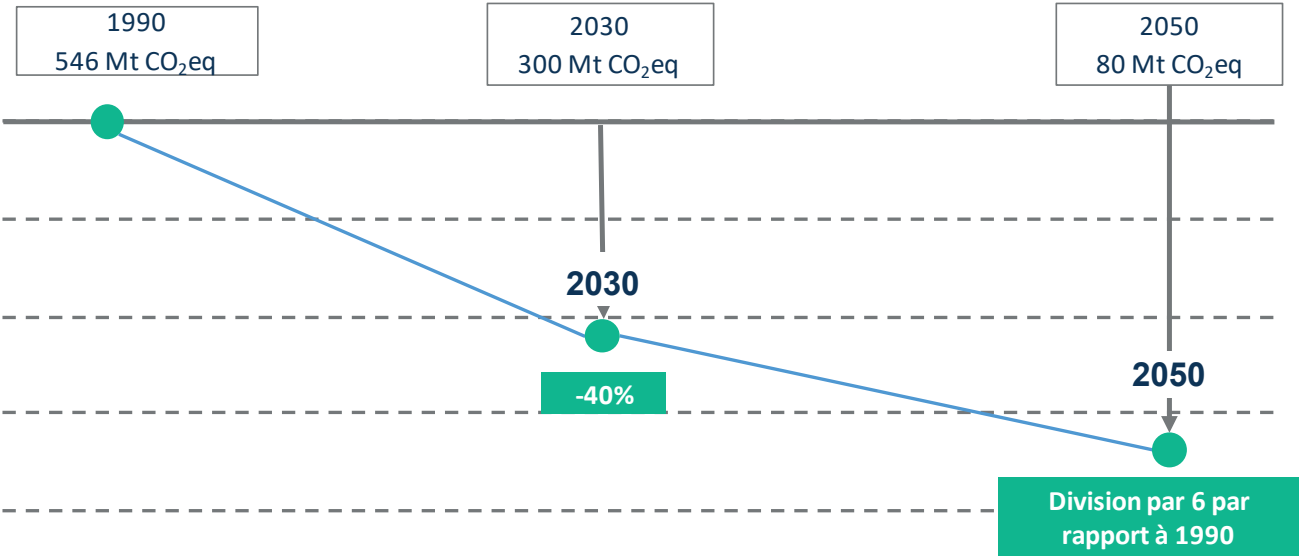
Dans le cadre de la SNBC, la RE2020 est une ambition commune à l'ensemble des acteurs du bâtiment. La première phase de son application en janvier 2022 concerne les logements neufs.

Il s'agit d'une opportunité pour la France d'être parmi les premiers à réglementer les émissions de GES en cycle de vie complet, avec comme 3 objectifs principaux :

- Donner la priorité à la **sobriété énergétique** et à la décarbonation de l'énergie
- Réduire l'**impact carbone** de la construction du bâtiment
- Garantir le **confort** en prévision d'épisodes caniculaires plus intenses et récurrents

Les ambitions de la SNBC

Pour atteindre son objectif de neutralité carbone, la SNBC s'est fixé des objectifs de réduction des émissions de GES³.



Quels sont les leviers mobilisables pour la réduction de ces émissions ?

- Favoriser la rénovation et les usages mixtes des bâtiments.
- Démocratiser la construction bas carbone :
 - Favoriser l'économie circulaire via le recyclage, la réutilisation et le réemploi des matériaux
 - Utiliser des matériaux à faible intensité carbone
 - Séquestrer le CO₂ par l'usage de matériaux biosourcés
 - Massifier le recours au bois dans la construction



¹ Source : <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/sites/default/files/2020-01/datalab-essentiel-204-l-empreinte-carbone-des-francais-reste-%20stable-janvier2020.pdf>

² Source : <https://www.carbone4.com/article-batiment-snbc>

³ Source : <http://rt-re-batiment.developpement-durable.gouv.fr/>

Les gens sont disposés à payer plus pour se sentir mieux

L'éco-construction : un investissement plus intéressant

Les années 2020 représentent une décennie charnière pour réduire les émissions de carbone dans nos villes et nos lieux de vie.

Outre le rôle que l'immobilier doit jouer pour appuyer l'engagement de l'Union européenne à atteindre l'objectif « Zéro émission nette » d'ici à 2050, de nombreux acteurs du marché ont opéré un changement sismique en matière de développement durable. Et l'investisseur le plus important n'est pas le moindre : l'acheteur lui-même.

« La tendance plus générale de la société qui consiste, pour les clients, à choisir des marques en phase avec leurs valeurs, touche aussi désormais le marché de l'immobilier. »

Étude de PwC « Tendances émergentes dans le secteur de l'immobilier en 2021 »

Les mentalités évoluent



81%

prendront des décisions d'achat plus écologiques dans les cinq prochaines années⁵

Des choix plus conscients quant au lieu et à la manière de vivre

Les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) revêtent de plus en plus d'importance, en particulier pour la communauté des investisseurs. Les bâtiments durables contribuent à une bonne image de marque, mais on observe également qu'une stratégie ESG solide permet d'obtenir de meilleurs résultats.

Avec 40% des promoteurs immobiliers⁶ spécialisés dans le marché résidentiel qui se sont déjà fixés un objectif zéro émission nette, il est clair que les constructions écologiques constituent un facteur de différenciation essentiel et commencent à apporter une valeur significative.

Les constructions écologiques conçues pour réduire leur impact tout au long du cycle de vie deviennent un facteur de différenciation important.

Les bâtiments plus durables seront plus rentables



6-11%

augmentation prévue de la valeur locative et renouvellement plus rapide des locataires⁶



44%

s'attendent à pouvoir bénéficier d'un supplément « green »⁷



Une importance croissante accordée au bien-être

Même avant la crise sanitaire, les projets immobiliers les plus avant-gardistes imaginaient déjà des façons d'offrir plus de bien-être.

Aujourd'hui, plus que jamais, on cherche à ce que l'habitat joue un rôle positif dans la qualité de vie. En reconnaissant les limites de plus en plus floues entre notre identité personnelle et professionnelle.



« Investir dans la santé et le bien-être constitue un gage de rentabilité pour les acteurs de l'immobilier résidentiel. »

World Green Building Council



En 2018, le Global Wellness Institute (GWI) prédisait que l'immobilier résidentiel serait le prochain domaine radicalement transformé par le « bien-être ».

Depuis 2020, la quête de nouvelles façons de vivre et de travailler n'a jamais été aussi pertinente.

Les acteurs de l'immobilier qui misent sur le bien-être pourront voir leurs revenus croître de 10 à 25% en moyenne, voire 55%⁸. Ce constat s'explique par une offre actuelle incapable de répondre à la demande.

Les acheteurs sont prêts à payer plus cher pour des biens immobiliers axés sur le bien-être.

⁸ « Build well to live well » - Rapport d'une étude de 2018 de GWI sur l'immobilier et les communautés axées sur le bien-être

Identifier et répondre aux besoins des propriétaires et des résidents

Préférences des résidents post-covid

Pour apporter un véritable « mieux-vivre », il faut bien comprendre ce que les résidents veulent et ce dont ils ont besoin.

Accès à la nature, constructions axées sur le développement durable, expériences communautaires positives sont des critères très recherchés aujourd’hui, mais quels sont les autres facteurs décisifs pour les propriétaires et les résidents ?

Ce sont les besoins d’espace et de flexibilité qui comptent le plus. L’espace doit être fonctionnel pour tous, que ce soit pour se détendre, se divertir, faire du sport, travailler, étudier, jouer, cuisiner ou prendre du temps pour soi. Des solutions d’aménagement intérieur intelligentes, qui permettent un « zoning » efficace en fonction des différentes activités, contribuent à optimiser l’espace disponible pour l’ensemble du foyer.



Les aménagements modulaires capables de créer une impression d’espace et pouvant être reconfigurés à souhait seront les plus plébiscités.

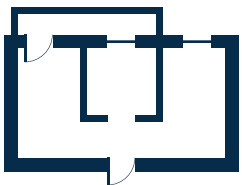


Réponse des propriétaires à la question « Que feriez-vous pour créer le cadre de vie idéal ? »⁹



Faire entrer la nature (40%)

Les gens souhaitent davantage de verdure, de lumière naturelle, et de matériaux authentiques.



Reconfigurer les espaces existants (23%)

Des pièces flexibles qui peuvent facilement être divisées pour créer plus d’espace individuels.



Insonoriser (40%)

Des solutions de revêtement de sol capables d’améliorer l’acoustique des espaces de travail.

⁹ Étude du Royal Institute of British Architects (RIBA) sur l’impact de la Covid sur notre façon de vivre et de travailler. Enquête auprès de 1 500 propriétaires britanniques âgés de 25 à 64 ans (octobre 2020)

Des intérieurs qui aident à se sentir chez soi

Le choix d'un nouveau logement est une décision à la fois rationnelle et émotionnelle. Spontanément, un aménagement « feel-good » fera appel à tous nos sens. Nous sommes stimulés par ce que nous voyons, entendons, touchons et ressentons.

Façonner les intérieurs en tenant compte de ces besoins instinctifs contribuera, de manière inconsciente, à mettre les futurs résidents potentiels à l'aise dans leur environnement. La pandémie a indubitablement modifié notre point de vue dans de nombreux domaines, mais pour ce qui est de l'habitat, on peut dire que :

1. La sensation d'espace est plus importante que la taille réelle

On assiste à l'émergence d'une nouvelle forme de minimalisme axée sur l'optimisation intelligente de l'espace. Pour obtenir ce style épuré, on utilise des couleurs douces et fraîches subtilement mélangées à des matériaux sophistiqués et à une ergonomie fluide.

2. La quête de pureté ne doit pas être confondue avec la stérilité

Les maisons conçues pour paraître plus spacieuses «remplies d'air et de lumière» donnent également l'impression d'être plus hygiéniques. La sensation de propreté est importante, mais l'aspect chaleureux l'est tout autant. Les gens veulent une maison propre, mais de la manière la plus confortable et la plus esthétique qui soit.

3. Nous voulons des solutions qui renforcent notre lien avec la nature

La véritable connexion avec ce qui nous entoure est plus subliminale que ce que nous pensons. Nous nous sentons vraiment rassurés lorsque nous sommes entourés d'éléments naturels, du sol au mur, et que nous pouvons ressentir les effets vivifiants de la lumière naturelle ou du simple fait de marcher pieds nus.



Pour satisfaire les besoins conscients et inconscients des résidents en trouvant le bon équilibre, une bonne connaissance de l'être humain s'impose.

Penser au-delà du style en donnant la même importance aux hommes et à la planète, aura un impact certain sur les acheteurs d'aujourd'hui et de demain.

Aujourd'hui, les consommateurs tirent leur fierté d'autres facteurs. Ils veulent faire des choix qui correspondent à leurs valeurs.

La fierté ressort comme l'émotion fondamentale ayant le plus d'impact sur le degré de satisfaction des individus vis-à-vis de leur intérieur.

Les gens ont envie de solutions qui reflètent leur personnalité et leurs préférences, et c'est ce qui rend leur intérieur unique.

Guider les propriétaires et les locataires dans leur prise de décision en leur présentant un large éventail de designs qui montrent que l'on suit les tendances actuelles ne suffit plus.

Il convient désormais d'étayer ses recommandations stylistiques par des arguments convaincants sur la durabilité et la prise de conscience d'un impact social.



« La nature est un véritable refuge pour nous et notre plus grande source d'inspiration en matière de décoration. C'est dans la lignée de notre volonté d'amener l'extérieur à l'intérieur. »

Danielle Blundell, Home Director, Apartment Therapy

Comment le secteur répond à l'évolution des valeurs des consommateurs

Choisir des matériaux responsables

Dans l'immobilier, les solutions d'intérieur revêtent une importance primordiale, car ce sont ces touches finales qui vont transformer l'espace en un « chez soi » potentiel. La sélection des matériaux n'est pas seulement vérifiée par des organismes certificateurs, mais aussi par un public plus soucieux de l'impact sur la santé, l'environnement et la société.

Les matériaux qui aident les gens à se sentir bien font partie intégrante des projets d'exception en offrant la meilleure valeur ajoutée.

Pour l'acheteur moderne, cela passe par des solutions de revêtement de sol élégantes, saines et durables :

Offrant un havre de confort et de bien-être

- **Des produits qui nous font sentir chez nous** - nous voulons nous sentir à l'aise, connectés et en sécurité. Un ensemble de textures qui imitent l'apparence et la beauté des éléments naturels nous apporte plus de sérénité.
- **Des produits qui nous font sentir libres** - Le revêtement de sol est un élément clé qui confère fluidité, légèreté et équilibre. Des couleurs et des motifs doux et frais permettent d'agrandir les pièces et ont un attrait universel.

Bénéfiques pour les hommes et pour la planète

- **Basées sur la circularité** - conçues et fabriquées pour boucler la boucle des déchets. Tarkett s'efforce de maximiser le contenu recyclé dans tous ses produits et donne la priorité au recyclage en fin de vie.
- **Fabriquées à partir des matériaux les plus sains** - un engagement à réduire les composés organiques volatils (COV) et à ne pas utiliser de phtalates. Aujourd'hui, toutes nos collections de vinyles en Europe sont exemptes de phtalate.
- **Conçues pour un temps passé à l'intérieur** - avec une qualité de l'air intérieur améliorée et une réduction des particules.

Offrant des possibilités d'agencement ultra pratiques

- **Création de zones** - permet une délimitation claire et une utilisation efficace de l'espace.
- **Facilité de transition** - flexibilité pour répondre aux préférences personnelles, aux besoins des nouveaux résidents et/ou à un éventail plus large d'activités à la maison.
- **Isolation du bruit** - solutions acoustiques qui éliminent les gênes entre voisins ou entre les étages au sein d'un même foyer.



Investir dans des collaborations plus éthiques

Les promoteurs immobiliers doivent disposer d'un portefeuille de produits en phase avec les valeurs des consommateurs et faire valoir leur position en matière de développement durable.

Les fournisseurs de solutions qui proposent à la fois le style et le contenu pour différencier leurs offres démontreront clairement un engagement à long terme à faire ce qui est juste.



La véritable collaboration consiste à bien gérer l'équilibre crucial entre l'humain, la rentabilité et la planète.



En 2019, Tarkett a économisé l'équivalent de 270 000 tonnes de CO₂ en utilisant 126 000 tonnes de contenu recyclé.

Promouvoir la confiance, la transparence et l'accréditation par une tierce partie :

- **Déterminez si vos partenaires utilisent de « bons matériaux »** - quelles méthodologies guident leur prise de décision ?
- **Normes scientifiques établies** - peuvent-ils communiquer leurs efforts de recherche internationalement reconnue sur le développement durable et vous aider à atteindre le plus haut niveau d'accréditation ?
- **Flexibilité d'adaptation** - comment évoluent-ils avec le temps ? Le leasing pour faciliter les changements de résidents et garantir le recyclage et la réutilisation, par exemple ?
- **Ne jamais se reposer sur ses lauriers** - que font-ils d'autre pour atteindre de meilleures normes de durabilité et de bien-être ? Ont-ils une stratégie pour réduire l'empreinte carbone ?

Conclusion

Habitats collectifs plus humains et renouveau urbain

D'un côté, l'habitat collectif suscite l'intérêt des investisseurs qui s'efforcent de rendre leurs portefeuilles plus écologiques et de prouver leur impact social.

De l'autre, cette nouvelle offre séduit le cœur et l'esprit des propriétaires et des résidents car elle propose une solution plus satisfaisante pour l'avenir.



« Les développeurs savent qu'ils doivent créer un produit que les résidents du futur ont envie de louer ou d'acheter. »

JLL, « Quatre mesures que les promoteurs peuvent prendre pour aider à lutter contre le changement climatique », novembre 2019

Le « feel-good », une valeur à long terme

Les concepts innovants de logements collectifs offrent un fort potentiel commercial et génèrent davantage de valeur à long terme pour plusieurs raisons :

- **Fierté du lieu de vie** - des maisons qui reflètent l'évolution des valeurs, nourrissent l'appartenance sociale, encouragent l'autonomie et l'expression personnelle.
- **Un cadre de vie agréable pour tous** - des centres-villes relaxants, agréables et sûrs, des havres de paix pour les familles, les personnes âgées, les jeunes professionnels et les célibataires.
- **Avantages écologiques et économiques** - les communautés les plus avant-gardistes ont un effet régénérateur : elles ont davantage recours aux énergies renouvelables, cultivent des parcelles pour s'alimenter et partagent les ressources.

- **Solutions flexibles** - le développement du télétravail a amené de nombreux professionnels à réévaluer leur temps et leur espace. La capacité d'adaptation est essentielle et le restera.

En collaborant dans la même direction, toutes les parties prenantes - architectes, concepteurs, développeurs, prescripteurs, fournisseurs et installateurs - peuvent donner un souffle nouveau à nos villes européennes.

Concevoir des logements qui non seulement donnent envie aux gens de rester en centre-ville mais qui créent également des communautés plus épanouies, en meilleure santé, qui se sentent fières et investies dans leur lieu de vie.

En proposant des logements qui reflètent les désirs individuels mais aussi les besoins collectifs, la vie en ville sera plus durable à tous les niveaux.



Principaux points à retenir

Cinq façons dont l'habitat collectif peut transformer la vie en ville

La plupart des habitants en Europe vivent dans des zones urbaines. Ce chiffre est à la hausse. La pandémie a amené les gens à repenser leur mode et leur lieu de vie.

Bien que les acteurs du marché immobilier débattent sur l'impact à long terme et que les propriétaires cherchent à fuir l'engorgement urbain, pour bon nombre, quitter la ville n'est tout simplement pas envisageable.



1. Les gens attendent davantage de l'endroit où ils vivent

La pandémie accélère les tendances socio-économiques. La vie en ville perd de son attrait, les Européens souhaitant plus de verdure et moins d'embouteillages. Avec l'augmentation du nombre de personnes vivant seules, propriétaires et résidents aspirent également à davantage de vie en communauté.



2. Le développement durable et l'impact social sont importants

Les gens font également des choix plus responsables quant à leur mode de vie. Les constructions plus respectueuses de l'environnement, axées sur le développement durable contribuent à différencier les nouveaux projets immobiliers dans le cœur et l'esprit des propriétaires, des résidents et des investisseurs.



3. Le concept de communauté présente des avantages sociaux, environnementaux et économiques

Les habitats collectifs innovants aident les citoyens à réinventer une vie urbaine centrée sur des communautés prospères et régénératrices. Ces projets hautement aménagés favorisent le bien-être de tous, en offrant des lieux de vie, de travail, de repos et de loisirs plus sains et épanouissants. Aussi bien chez soi que dans les zones alentour.



4. Ce sont les besoins d'espace et d'adaptabilité qui comptent le plus

Les logements privés qui offrent des espaces lumineux et aérés, facilitent le mouvement et savent intégrer la nature aident les habitants à se sentir immédiatement chez eux. Les intérieurs conçus pour offrir une ergonomie et une modularité simples et fluides, peuvent répondre aux besoins conscients et inconscients des acheteurs potentiels.



5. Les consommateurs veulent des choix qui correspondent à leurs valeurs

Proposer un portefeuille de produits et de solutions qui personnalisent l'espace en utilisant uniquement des matériaux sains, durables et provenant de partenaires responsables, permet aux projets immobiliers de se différencier de manière très rentable.





Information

Tarkett France - Service Information, Documentation, Échantillons
1, Terrasse Bellini - Tour Initiale - TSA 94200 - 92919 Paris la Défense Cedex
Tél. : 01 41 20 42 49 - Fax : 01 41 20 47 00 - e.mail : infodoc@tarkett.com

Les photos utilisés sont illustratives uniquement. Ces images ne sont pas contractuelles et n'ont pas valeur de représentation produit.

www.professionnels.tarkett.fr

