

« Impact des compagnies aériennes *low cost* sur les prix de l'immobilier : cas du Limousin de la Dordogne, et de l'Aude »

Synthèse de l'étude menée par Pascal PERRI, Université de Perpignan

pour la direction du Tourisme – septembre 2005

Préalable

La compagnie irlandaise Ryanair qui apparaît aujourd'hui comme la plus importante compagnie *low cost* d'Europe a construit son développement sur un modèle différent de celui des compagnies *full service*.

Alors que les compagnies *majors* recherchent prioritairement les passagers à haute contribution et offrent un système de correspondances complexe, un réseau mondial à travers de grands aéroports et un programme de fidélisation, les compagnies *low cost* comme Ryanair opèrent en « point à point » à partir d'aéroports secondaires, utilisent une flotte homogène, proposent des cabines mono-classe, un système de réservation sans intermédiaires et une tarification simplifiée¹. L'offre des *low cost* est complémentaire de celles des généralistes. Dans le cas d'espèce, le choix par Ryanair d'une clientèle touristique²(VFR) est un choix industriel stratégique.

Le phénomène novateur dans le cas des *low cost* est celui du prix. Pour Ryanair ou Flybe, « le prix fait le marché », en offrant des opportunités de voyage à un public qui ne prenait pas l'avion. C'est le principe du trafic induit. Grâce à cette politique tarifaire simplifiée, on utilise l'avion comme le train ou l'autobus. Les compagnies *low cost* transportent chaque année plus de 500 000 visiteurs étrangers en Limousin, Dordogne et Aude, en majorité des anglo saxons.

L'intérêt historique des anglo saxons pour notre Sud-Ouest ne se dément pas depuis Aliénor d'Aquitaine. Plus proche de nous, grâce aux liaisons aériennes régulières et bon marché, ces touristes se sont transformés en résidents. Ils ont souhaité se sédentariser pour épouser un mode de vie champêtre. Les anglais ont acheté plus de ³1000 biens immobiliers en Limousin en 2003. Au moins autant les années suivantes. Dans la Dordogne, la demande a épuisé l'offre de biens anciens et les acheteurs, y compris britanniques, se tournent maintenant vers le marché du neuf. Enfin dans l'Aude, la demande est très soutenue depuis l'implantation de Ryanair mais en raison d'une trop forte pression sur les prix de nombreux biens restent actuellement sur le marché.

Dans les trois bassins, l'appréciation de la demande a fait monter les prix, mais à des degrés divers.

L'objet de ce travail était de tracer une première évaluation et des pistes de modélisation de l'impact de la clientèle britannique sur les marchés immobiliers régionaux.

1. Des situations souvent différentes.

Dans tous les bassins étudiés, l'arrivée de compagnies à bas prix a provoqué une augmentation sensible du prix de l'immobilier par le simple fait de l'appréciation de la demande.

Au cours de cette étude, nous avons pu montrer que la hausse des prix est de l'ordre de

¹Pour l'essentiel. Pour une idée plus précise consulter le rapport complet.

²Visit Friends and relatives.

³Chambre des notaires du Limousin. 2003.

30%. Il existe toutefois des disparités selon les endroits et selon les produits.

Mais on peut dire que la demande s'est souvent exprimée «en cascade» . D'abord sur les biens accessibles à rénover, puis une fois cette offre précise épuisée, vers les biens intermédiaires comme les maisons de villes et enfin dans les bassins ou le marché de l'offre s'est tari vers les biens neufs. Dans les trois bassins étudiés, il existe un marché de produits prestigieux de charme mais dans ce cas, une seule conclusion s'impose pour les trois régions : l'explosion des prix entre 2000 et 2004 a été telle que ce marché s'est replié. Il faudra attendre une décrue des prix pour que la demande se porte à nouveau sur ce type de produit. La baisse des prix est déjà amorcée.

a) En Dordogne, il convient de noter que l'installation de résidents britanniques est antécédente à l'arrivée des compagnies aériennes low cost à l'aéroport de Bergerac-Roumanière. Dans ce cas, le tourisme de résidence a nourri le low cost et non l'inverse.

La hausse des prix de l'immobilier a surtout touché un certain type de biens. Un expert près la Cour d'appel de Bordeaux précise que «la hausse des prix affecte les biens anciens en zone rurale. En milieu urbain, la hausse sur l'habitat courant est beaucoup plus raisonnable, de l'ordre de 30 à 40% sur 6 ou 7 ans» (soit environ 5% par an). Selon lui «le Périgord était très en retard par rapport à ⁴des régions équivalentes en matière d'habitat rural et de charme touristique» . L'augmentation des prix sur l'habitat courant est donc comparable à celle qui a touché le marché national de l'immobilier.

Les chiffres proposés par la Direction régionale de l'équipement semblent suggérer que la demande locale s'est reportée en partie sur des biens neufs. En 2004 la Dordogne a battu tous les records en matière de construction neuve : +48% (par rapport à l'année précédente), contre seulement +29% dans la région Aquitaine et +21% au niveau national. Ces chiffres viennent conforter les éléments recueillis au cours de l'enquête. Il existe une forte demande sur le neuf compte tenu de la pénurie de biens anciens. Ces nouvelles constructions ne subissent pas la hausse des prix observée sur les biens anciens d'autant que la construction de résidences nouvelles se fait souvent en liaison avec des élus locaux soucieux de favoriser l'accès à la propriété pour les familles locales.

b) A Carcassonne, l'arrivée de Ryanair a incontestablement créé un marché immobilier anglais. Nous avons vu que les belges et les irlandais ne sont pas acheteurs. Au total ⁵520 biens étaient vendus à des anglais chaque année jusqu'à 2005. Les prix ont flambés en 2003 et 2004 dans le prolongement de l'arrivée de Ryanair. Mais ils ont atteint un tel niveau que la demande s'est fortement repliée. Cette année, les ventes sont en passe de reculer de 40% en volume. La demande étrangère se porte désormais sur des produits accessibles dont le prix de vente est inférieur à 300 000 €. A la différence de la Dordogne, l'Aude représente un marché directement corrélé au développement de fréquences vers Londres Stansted.

c) Le cas de Limoges et du Limousin nous amène à évoquer dorénavant et déjà le 3^{ème} point de nos recommandations. Le succès de l'implantation des lignes low cost entre Limoges Bellegarde et les aéroports du Royaume Uni est directement lié au dynamisme des dirigeants de l'aéroport et notamment à l'accompagnement et aux efforts marketing mis en place pour fidéliser les anglais. Le Limousin a profité et continue de profiter de l'effet de saturation à l'ouest et au sud en Dordogne et dans la partie la plus méridionale de la Charente. On constate même que le flux d'ouest en est s'exprime maintenant à l'intérieur de la région Limousine au profit du département de la Creuse. En Limousin, comme dans l'Aude, des agents immobiliers dédiés à la clientèle britannique et disposant de relais autour de Londres se sont organisés. Le comportement des britanniques a joué un rôle non négligeable dans l'augmentation des prix. Ce cycle achat, rénovation, revente a provoqué par endroit un doublement de valeur des biens d'origine.

⁴Essentiellement la Provence et le Lubéron.

⁵Chiffre consolidé à partir des ventes de Hamilton en tenant compte des Parts de marché de cette agence.

2. Une baisse de la demande peut-elle conduire à une baisse des prix?

Nous avons observé dans un premier temps que la hausse très nette de la demande a mécaniquement provoqué une augmentation des prix de l'immobilier. Cette tendance est-elle durable? Jusqu'à une période récente, plusieurs éléments permettaient de le croire dont la fidélité des résidents britanniques à leur terre d'immigration, les résultats financiers exceptionnels de Ryanair et sa santé insolente en bourse ainsi que dans certains cas la politique d'accueil des territoires... Il apparaît toutefois que la hausse du prix du pétrole peut être de nature à modifier le marché.

- a) Pour le moment, Ryanair subit l'augmentation du prix du carburant sans conséquence sur ⁶ses prix. Mieux, en août dernier Ryanair a battu ⁷ British Airways en terme de trafic. L'aéroport de Limoges annonce un excellent été sur l'ensemble des lignes ouvertes tout comme celui de Bergerac Roumanière.
- b) Les analystes du transport aérien et les ⁸experts consultés estiment que le prix du baril restera à un niveau élevé, entre 50 et 90 USD, au cours du siècle prochain. **Un baril à 75 USD est à mon sens une menace directe pour les compagnies low cost** comme Ryanair qui ont construit leur développement sur les vols de caractère touristique à petits prix.

Deux observations:

- a) Les compagnies low cost ont déjà mobilisé tous les gisements de productivité hors carburant: aéroports secondaires, productivité des machines et des personnels, ventes directes par internet, revenus ancillaires etc..... La hausse du prix du pétrole ne pourra pas être compensée facilement par d'autres économies, sauf à imaginer une pression financière supplémentaire sur les aéroports (coté réceptif). On peut par avance noter que la commission européenne prépare des *guidelines* en ce sens pour encadrer le système des aides déguisées et en l'espèce pour le limiter. Ryanair a souscrit une couverture pour une partie de ses achats de pétrole. Les couvertures ont été établies en 2006 sur la base d'un prix du baril à 66USD. Il n'empêche que ces assurances vont impacter les résultats des compagnies. **On peut estimer qu'à partir de 75USD le baril, le modèle low cost est en danger.**
- b) Le monde moderne ne pourra pas se passer du trafic affaires. Les prix des majors pourront refléter pour partie au moins la hausse du prix des carburants. Autrement dit, les vols inter continentaux à vocation professionnelle sont moins menacés dans une économie mondialisée . Ce n'est pas le cas des vols touristiques pour lesquels la sensibilité au prix a été l'élément déterminant du succès.

A l'évidence, une augmentation massive et durable du prix du pétrole aurait à terme des conséquences pour le trafic low cost. L'envolée des prix des billets entraînerait de facto une baisse des coefficients de remplissage et dans certains cas le désengagement de Ryanair. Rien ne permet aujourd'hui de dire de façon formelle si les lignes étudiées sont menacées mais il faudrait être inconscient pour ne pas se poser la question.

3. Tout faire pour garder les résidents anglais.

La présence britannique dans nos régions touristiques a atteint aujourd'hui un niveau significatif à tel point qu'elle pèse sur les économies régionales. Dans le Limousin, les dirigeants de la chambre de commerce ont estimé que l'impact des visiteurs britanniques transportés par Ryanair représentait 165 Millions d'euros pour l'année 2003. De tels calculs

⁶Vérification faite auprès des dirigeants d'aéroports et sur le site de Ryanair.

⁷Les Échos. Septembre 2005.

⁸Pierre Radanne. Ancien Président de l'ADEME. Actes du séminaire de l'association OMNES, le 13 septembre 2005. Roissy.

n'ont pas été faits sur des bases identiques dans l'Aude et en Dordogne mais les éléments contenus dans ce rapport, comme le nombre de comptes en banque ouverts par des britanniques en Dordogne et en Charente, tendent à montrer que leur contribution à la vitalité des régions est importante. Un dirigeant d'une entreprise de plomberie entre Haute Vienne et Charente estime ainsi à 40% la part de son chiffre d'affaires réalisé avec des britanniques. Il décrit ces clients comme « des gens corrects qui versent un acompte et ne discutent pas les factures » . Il y a dix ans dit-il, « les anglais achetaient les maisons dont les français ne voulaient pas » .

La politique des compagnies low cost a permis de sédentariser des visiteurs anglais disposant d'un bon pouvoir d'achat dans des régions parfois oubliées du développement franco français. Il suffit par exemple de regarder la carte des TGV en France pour voir que les régions du centre, du Limousin, de l'Auvergne et le Nord du Midi Pyrénées constituent un immense désert ferroviaire. Le développement régional est un outil important pour une croissance partagées au delà de l'axe Paris-Lyon-Marseille. En ce sens, la présence de résidents étrangers contribue à repeupler des zones fragilisées.

4 Comment garder les touristes anglais.

Certaines régions de France ont trop longtemps vécu sur un tourisme naturel. La beauté des sites, le climat et la bonne cuisine française devaient suffire pour attirer les touristes. Aujourd'hui, dans un contexte marqué par l'explosion de l'offre touristique, la problématique est plutôt « comment les garder ? » . Nous avons vu que rien n'est jamais gagné d'avance. A Sarlat, ville symbole, les agents immobiliers se désespèrent de voir les touristes qui rebroussement chemin faute d'animation et les ventes reculent ... Le marché touristique est exigeant. Il est marqué par une forte infidélité des consommateurs. Ce que les low cost ont apporté, les low cost peuvent le reprendre.

Recommandations

A . Les britanniques sont très demandeurs de liens culturels et sociaux. Ils attendent un accompagnement, sous forme d'aide à la recherche de professionnels, de soutien juridique et fiscal. Ils recherchent les commerces, les hôtels et les restaurants où l'anglais est pratiqué. Bref les anglais ont amené avec eux leurs habitudes de consommation. Ils utilisent le marketing comme un outil dans leur décision d'achat. Les chartes ou les réseaux identifiés leur inspirent confiance. Il convient de pousser les professionnels à s'organiser par exemple dans un réseau associatif constitutif de marques ou de labels et d'encourager les collectivités locales à prendre la parole en direction de cette population pour éviter les risques de fonctionnement en circuit fermé.

B . Beaucoup de familles anglaises ont fait le choix de la France par goût du bien vivre. Toutes les initiatives qui seront prises dans ce sens seront utiles. Il faut rompre l'isolement communautaire et communiquer sur la contribution des britanniques dans nos villes et nos villages. L'élection d'un conseiller municipal anglais à Limoges est un premier pas. De la même façon, les chambres de commerce et les chambres de métiers pourraient consacrer une partie de leur temps de formation et d'information à conseiller les entrepreneurs britanniques qui s'installent, ou qui le sont déjà.

C . En revanche dans le domaine précis de l'immobilier, il semble aujourd'hui indispensable de mettre un terme aux activités illégales d'agents immobiliers anglais informels qui agissent en dehors des cadres de la profession. L'attention des notaires, des organisations professionnelles et des services de l'état compétents devrait être attirée sur ce phénomène par endroit responsable de la hausse inconsiderée des prix. Une sensibilisation des organisations professionnelles serait utile. Certains agents immobiliers pourraient trouver un intérêt à une augmentation des prix, qui correspondrait en l'espèce à une augmentation de leur propre marge.