



Les règles strictes de voyage de la royauté britannique

Venu des États-Unis, le phénomène de "real estate porn" et des faux acheteurs commence à se développer en France. C'est une tendance relativement récente en France mais bien connue aux États-Unis: le "real estate porn". Une sorte d'addiction à l'immobilier, de préférence clinquant et inaccessible. Ce phénomène s'invite chez nous de plus en plus facilement via les réseaux sociaux et les émissions de télé dédiées: du rêve qui se transforme parfois en obsession. Que ce soit TikTok, Instagram ou encore l'émission L'Agence sur Netflix qui nous permet de suivre la famille Kretz, les Français se passionnent pour des châteaux, des villas et des appartements valant parfois des dizaines de millions d'euros. Et de plus en plus de curieux vont jusqu'à vouloir visiter eux-mêmes ces biens, quitte à prétendre pouvoir les acheter. Pour les grands réseaux internationaux, on vit en France quelque chose de bien connu aux États-Unis. Un "voyeurisme total" Là bas, l'addiction se nourrit d'un "voyeurisme total", confirme le patron de Sotheby's International Realty France - Monaco Alexander Kraft qui évoque par exemple l'existence d'une chaîne de télé dédiée uniquement à l'immobilier: HGTV (pour "Home & Garden Television"). Celle-ci propose des émissions sur les chasseurs d'appartements, la transformation ou la rénovation de de maison ou encore "unsellable houses", autrement dit des maisons invendables qu'on va "pimper" pour trouver des acheteurs. Ces programmes sont de plus en plus exportés. "Le real estate porn" est devenu mondial et a fait naître ces "touristes immobiliers", ces faux acheteurs qui visitent des biens pour se rincer l'œil. Mais peut-on vraiment se faufiler dans l'immobilier haut de gamme sans se faire repérer par les agents immobiliers? En France, beaucoup essaient mais peu y parviennent. Et pour cause, nos agents du luxe sont pour la plupart ultra vigilants. Au delà de la pièce d'identité, ils ont aussi des obligations en terme de lutte anti-blanchiment sans parler de l'intérêt financier: le temps c'est de l'argent. Notaires, banquiers, avocats, attestation de capacité de financement... Les agents vont vraiment enquêter avant d'acter une visite pour un bien prestigieux. Surtout qu'en France il y a aussi cette promesse de confidentialité à l'égard des clients vendeurs. C'est pratiquement une exception culturelle, parce qu'aux États-Unis on peut assez facilement satisfaire sa curiosité avec par exemple les "open houses". Ces visites ouvertes à tous les publics ou presque, peuvent avoir lieu dans des maisons dont le prix va parfois jusqu'à une dizaine de millions de dollars. Des faux acheteurs parfois très crédibles En France, les "touristes immobiliers" pour les biens de luxe sont assez rapidement identifiés entre les problèmes de cohérence du discours, de style vestimentaire ou de comportement. "Il y a des éléments qui ne trompent pas", assure le patron de Coldwell Banker Laurent Demeure, qui reconnaît toutefois que certaines techniques peuvent fonctionner. Un autre agent immobilier, sous couvert d'anonymat, nous explique que certaines personnes donnent rendez-vous dans un palace par exemple. Le faux acheteur prétend y séjourner et il offre le café, ce qui reste une dépense assez limitée. Certains sont tellement crédibles qu'ils vont même jusqu'à la promesse d'achat. Quant au dépôt de garantie qui va jusqu'à 10% de la valeur du bien, de faux acheteurs ont déjà réussi convaincre le notaire d'attendre le versement. Quoi qu'il en soit, ces curieux ne risquent pas grand-chose. Le refus de prêt d'une banque fait partie des conditions légales de suspension d'un achat immobilier. Quant à la visite inutile, les agents ne veulent surtout pas perdre plus de temps à chercher un moyen légal pour punir ces faux acheteurs. En revanche, ils les ont identifiés et passent le mot dans le réseau. Donc certains parviennent à faire une visite mais pas deux. Pour visiter sans mentir, sachez que des réseaux organisent ponctuellement des portes ouvertes avec des designers et marques de luxe, comme récemment l'agence Varenne pour un hôtel particulier du 7ème arrondissement de Paris.

