



« Pornographie immobilière » : tous accros ?

Machine à rêves ou véritable addiction ? L'obsession pour les annonces immobilières, baptisée « real estate porn » aux États-Unis, gagne de plus en plus de Français.

Par Nathan Tacchi

Publié le 23/03/2024 à 13h30

Faites-vous partie des Français qui passent des heures à regarder des annonces immobilières ? © Mourad ALLILI/SIPA /

« SeLoger est devenu le nouveau Instagram pour moi », lance ironiquement une internaute sur Twitter. Qui ne s'est jamais perdu de longues heures à s'imaginer acheter des biens immobiliers bien au-delà de ses moyens ? D'après une étude de la plateforme SeLoger, 70 % des Français ont déjà visité un portail immobilier sans projet particulier. De plus, deux Français sur dix le font régulièrement et les annonces immobilières sont consultées à 78 % par des 18-34 ans.

Le point du soir

Tous les soirs à partir de 18h

Recevez l'information analysée et décryptée par la rédaction du Point.

Merci !

Votre inscription a bien été prise en compte avec l'adresse email :

Pour découvrir toutes nos autres newsletters, rendez-vous ici : [MonCompte](#)

En vous inscrivant, vous acceptez les conditions générales d'utilisations et notre politique de confidentialité.

« Un péché mignon comme un autre, finalement », écrit SeLoger. De surcroît, 59 % des Français friands d'annonces immobilières y vont par curiosité, et « comme on n'a pas tous la possibilité d'investir tout de suite, ça fait aussi rêver trois Français sur dix ».

De plus en plus de Français passent du temps à scruter des annonces immobilières en ligne, presque compulsivement, et même à télécharger les photos des biens sans pour autant avoir de réel projet de déménagement. En anglais, cette consommation excessive des plateformes immobilières, ce fantasme de l'inatteignable, se nomme le « real estate porn », traduisible par « porno immobilier ».

L'influence grandissante des programmes télé et des réseaux sociaux

Il y a quelques semaines dans *Le Figaro*, un homme, du nom de Romain, comparait son addiction à une « dépendance aux films pornographiques » : « Il y a un côté obscène à rester les yeux rivés sur son ordinateur et à faire défiler des photos de biens immobiliers. » À force de passer son temps sur ces plateformes, « j'en arrive souvent à avoir la nausée et cela atteint peu à peu mon moral car le fait de fantasmer sur des choses inatteignables et de ne plus savoir ce que je veux vraiment provoque chez moi un mélange de honte et de tristesse », ajoute l'entrepreneur.

Car cette pratique n'est pas le simple fait de regarder de temps en temps des annonces immobilières, mais plutôt le besoin de fantasmer et de rêver d'un idéal inatteignable en regardant compulsivement des dizaines d'annonces quotidiennement.

À LIRE AUSSI **Immobilier : les clés pour comprendre le retournement du marché**

D'après SeLoger, cette addiction a été renforcée par l'existence de programmes audiovisuels comme *Recherche appartement ou maison*, *Maison à vendre* ou encore *L'Agence* : « Ce que j'aime, au-delà de rêver, c'est le côté inspirationnel. Voir ce qui se



fait dans des biens de dingue et m'inspirer pour mon futur bien », expliquait Maëva, 30 ans, à SeLoger. Les réseaux sociaux participent également à cet engouement, avec des comptes faisant la promotion de biens toujours plus prestigieux et coûteux. Selon la dernière étude SeLoger, 62 % des Français, dont 85 % ont moins de 35 ans, consomment du contenu immobilier sur les réseaux sociaux.

Les « visites touristiques » restent rares

Et parfois, ces addicts aux plateformes immobilières franchissent la porte des agences immobilières et vont visiter en personne certains biens. Mais ce phénomène des « visites touristiques » ne connaît pas de boom et reste anecdotique, selon SeLoger.

Comme le confie au *Point* Anne-Constance Helly, responsable communication et marketing de la très prestigieuse agence immobilière parisienne **Agence Varenne**, les agences de luxe « créent du rêve » et attirent « les curieux », notamment par leurs pages Instagram. « Mais, pour le coup, notre agence n'est pas concernée par ces visites touristiques. De fait, nous connaissons nos clients et nos conseillers savent rapidement reconnaître » les simples addicts à la « pornographie immobilière » des vrais clients en recherche d'un bien. « Quand nos conseillers leur posent des questions, leurs réponses ne sont jamais très claires », observe Anne-Constance Helly.

