

Atypique, inspirant, unique : pourquoi les Français rêvent de biens extraordinaires



74 % des acheteurs de biens atypiques achètent avant tout au coup de coeur plutôt que par rationalité

Alors que le marché immobilier ancien devrait augmenter de 10 % en 2025, pour atteindre 940 000 transactions, une étude OpinionWay* pour Espaces Atypiques montre que l'engouement des Français pour les biens atypiques demeure très solide. Les Français, et plus encore les publics les plus aisés, continuent de rechercher des lieux capables de provoquer un véritable choc esthétique ou émotionnel, qu'il s'agisse d'une architecture remarquable, d'un emplacement d'exception ou d'un lieu chargé d'histoire.

Bougardier lance le Prêt Libre Patrimoine

Vidéo:<https://youtu.be/9LXTGcCsNDg>

Un marché haut de gamme dynamique : 30 % des Français aisés envisagent un achat dans les deux ans

Parmi les Français aux revenus individuels supérieurs à 4 000 € mensuels net, 30% déclarent avoir un projet d'achat immobilier dans les deux prochaines années, un niveau deux fois plus élevé chez les clients et prospects d'Espaces Atypiques, où 67% envisagent un achat. Ces projets portent majoritairement sur la résidence principale (56% dans le cœur de cible et 48% chez les clients EA).

Les intentions d'achat sont particulièrement fortes chez les 35-49 ans, dont 43% déclarent un projet immobilier, ainsi que chez les personnes aux revenus supérieurs à 6 000 €, qui se projettent davantage dans l'investissement résidentiel. Cette dynamique témoigne d'un marché premium solide et d'un public engagé, en quête d'espaces de caractère.

Architecture, esthétisme, patrimoine : les Français veulent des biens qui se distinguent

Pour 58% des Français interrogés, un bien atypique se définit avant tout par une architecture originale. Ils associent également ce type de bien à un esthétisme exceptionnel (49%) et à une histoire ou une dimension patrimoniale (43%).

Chez les clients d'Espaces Atypiques, cette exigence est encore plus marquée : 79% considèrent qu'un bien atypique doit impérativement présenter une architecture réellement hors norme.

Lorsqu'ils décrivent spontanément un bien atypique, les Français évoquent massivement la rareté (24%), les emplacements exceptionnels (14%), les matériaux nobles (bois, pierre) et la chaleur d'un lieu, tandis que les connotations négatives restent marginales (seulement 4% citent un prix trop élevé et 2% un manque de fonctionnalité).

Un achat guidé par l'émotion : 74 % des acheteurs craquent au premier regard

L'un des enseignements les plus frappants de l'étude réside dans le rôle déterminant des émotions. Parmi les clients et prospects d'Espaces Atypiques, 74% déclarent privilégier un bien qui les touche immédiatement, même s'il ne coche pas tous leurs critères fonctionnels. Dans la population aisée générale, cette préférence pour le coup de cœur reste élevée, à 52%, confirmant l'importance grandissante de l'expérience sensible dans la décision d'achat.

Les aspirations rejoignent ce constat : 43% des Français rêvent avant tout d'un bien offrant une vue exceptionnelle, un critère qui devance les bâties anciennes de charme (32%) ou les maisons d'architecte (29%). L'envie d'authenticité, d'identité et de caractère guide ainsi les choix autant, sinon davantage, que les critères classiques de localisation ou de surface.

Une exigence accrue envers les agences premium

Les **attentes** envers les agences immobilières **haut de gamme** se révèlent particulièrement **élevées**. Les acheteurs du segment premium recherchent **en priorité un accompagnement sur l'ensemble du projet** : 72% des clients d'Espaces Atypiques attendent un **service de chasse immobilière personnalisé** et 51% souhaitent un **conseil global couvrant les travaux, la décoration, le financement, la fiscalité ou l'urbanisme**.

Si **69% des Français** préfèrent un **bien clé en main** ou nécessitant **peu de travaux**, les **clients d'Espaces Atypiques** se distinguent par une plus grande ouverture à la transformation : 31% se disent prêts à acheter un bien nécessitant des **travaux importants**, contre seulement **20% du cœur de cible**. Cette volonté d'**appropriation** confirme leur recherche de **singularité** jusque dans la **manière d'habiter** leur futur logement.

Le besoin de ressentir une émotion

Les résultats de cette étude confirment une évolution profonde, les Français n'achètent plus seulement des mètres carrés, ils recherchent des lieux qui créent une émotion immédiate. Dans un marché sous tension, l'atypique résiste parce qu'il répond à une aspiration essentielle, habiter un lieu qui a une âme et une histoire. Le coup de cœur devient un critère de décision à part entière. Cette enquête révèle aussi une demande croissante d'accompagnement global. C'est précisément le cœur du positionnement d'Espaces Atypiques, proposer des biens singuliers, mais aussi offrir une expertise transversale qui rassure et éclaire chaque étape du projet. Depuis près de vingt ans, nous construisons notre force sur cette double promesse : la qualité des biens et l'exigence du service.

Julien Haussy, fondateur d'Espaces Atypiques