2026

Étude internationale sur les propriétaires

Nous avons interrogé des milliers de personnes propriétaires de leur domicile à travers 10 pays pour comprendre comment ils vivent, entretiennent et perçoivent leur logement.

Enquête menée en mai 2026



Angi HomeStars MyBuilder Werkspot Travaux.com MyHammer

Sommaire

Première partie — Tour d'horizon international

01 Que signifie vraiment être propriétaire ? 07

02 Qui répare, qui fait appel à un artisan et qui ignore les problèmes 08

03 Les rituels, règles et coutumes qui font d'une maison un foyer 11

04 Les espaces et styles que les propriétaires affectionnent 14

05 Intelligentes, durables et multigénérationnelles : les maisons de demain 17

Deuxième partie — Comment chaque pays vit chez soi

01 États-Unis 20

02 Royaume-Uni 25

03 France 27

04 Pays-Bas 29

05 Allemagne 30

06 Canada 32

• Méthodologie : à propos de cette étude 33



Ce rapport présente les résultats d'une enquête internationale menée auprès de propriétaires dans dix pays — les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, les Pays-Bas, l'Australie, la Corée du Sud, le Japon et le Brésil. Il explore la manière dont les personnes à travers le monde perçoivent leur logement, l'entretiennent, l'améliorent et y vivent.

Cette étude a été commanditée par Angi et son réseau international de plateformes de services à domicile, notamment MyBuilder au Royaume-Uni, Werkspot aux Pays-Bas, MyHammer en Allemagne, Travaux.com en France et HomeStars au Canada.

Bien que chaque marque s'adresse aux propriétaires au niveau local, cette étude a été conçue pour offrir une vision internationale plus large des attitudes, des modes de vie, des habitudes d'entretien et des priorités en matière de rénovation des propriétaires, et ce, dans différentes cultures et différents pays.

7 enseignements clés

Nous avons interrogé des milliers de propriétaires dans 10 pays sur la manière dont ils vivent, entretiennent et investissent dans leur logement, et avons constaté des différences notables dans leurs attitudes et leurs comportements.

01 Les Américains sont des propriétaires soucieux de l'entretien de leur logement

72 % des propriétaires américains rénovent leur logement dans le but précis d'en préserver l'état (à égalité avec l'Allemagne en première position). De plus, 49 % d'entre eux adoptent une approche proactive en matière d'entretien, ce qui fait des États-Unis l'un des pays où les propriétaires s'impliquent le plus dans l'entretien de leur logement, selon notre étude.

02 Pour les propriétaires allemands, la maison est un refuge dans lequel il vaut la peine d'investir

73 % des Allemands considèrent leur logement comme un refuge personnel, un pourcentage plus élevé que dans tout autre pays, et comme un patrimoine à transmettre aux générations futures (55 %, 1ère place parmi tous les pays). 77 % d'entre eux préfèrent également rénover plutôt que déménager (1ère place parmi tous les pays).

03 La France, leader du « Do it Yourself »

65 % des propriétaires français effectuent eux-mêmes la plupart de leurs réparations, devançant ainsi l'Allemagne, l'Australie, le Royaume-Uni et le Canada (tous à 59 %). À l'instar de leurs homologues dans tous les pays, les propriétaires français sont plus enclins à rénover pour améliorer leur confort que pour augmenter la valeur de revente de leur logement. En France, 67 % rénovent pour rendre leur logement plus agréable à vivre, contre 29 % qui le font pour augmenter sa valeur de revente.

04 Les Nord-Américains voient leur logement comme un investissement

Le Canada (39 %) et les États-Unis (36 %) sont les seuls pays où plus d'un tiers des propriétaires rénovent spécifiquement pour augmenter la valeur de leur bien immobilier. En France, en Allemagne, en Australie, aux Pays-Bas et au Brésil, les propriétaires sont également fortement motivés par l'augmentation de la valeur de leur logement, environ 29 à 30 % d'entre eux citant la valeur de revente comme raison de rénover, contre 26 % au Royaume-Uni. Le confort reste le principal facteur dans la plupart des pays, notamment au Royaume-Uni, en France, aux Pays-Bas, en Corée du Sud et au Brésil.

05 Les Pays-Bas sont en tête des logements durables

54 % des propriétaires néerlandais sont déjà équipés de panneaux solaires, soit près du double du taux d'adoption en Allemagne (32 %) et 3,6 fois celui des États-Unis (15 %). Les Pays-Bas sont également en tête en matière de thermostats intelligents (51 %) et d'éclairage connecté (43 %).

06 L'Allemagne et le Brésil rénovent. Le Royaume-Uni et la Corée du Sud déménagent. Les États-Unis, l'Australie et le Japon s'adaptent.

Lorsqu'un logement ne répond plus à leurs besoins, 77 % des Allemands et 62 % des Brésiliens préfèrent rénover plutôt que de déménager, ce qui représente le taux le plus élevé parmi tous les pays. 45 % des Sud-Coréens et 41 % des propriétaires britanniques choisiraient de déménager. Au Japon (69 %), en Australie (40 %) et aux États-Unis (37 %), les répondants préfèrent rester et s'adapter plutôt que de déménager.

07 Les propriétaires américains, britanniques et allemands sont ceux qui ressentent le plus la pression de devoir rivaliser avec les autres. Ce sont les Néerlandais qui la ressentent le moins.

15 % des propriétaires américains et 14 % des propriétaires britanniques sont stressés par ce que les autres pensent de leur logement. Ce sont les taux les plus élevés de tous les pays interrogés. En Allemagne, la pression est d’un autre ordre : 12 % des personnes interrogées déclarent ressentir du stress lié spécifiquement aux attentes de leurs voisins concernant l’entretien extérieur de leur logement, ce qui représente le taux le plus élevé de tous les pays. À l'opposé, les Néerlandais sont les propriétaires les moins stressés de l'étude : 25 % ne ressentent aucun stress lié à la propriété, et 59 % estiment que la maison sert à vivre, pas à impressionner.

Première partie: Tour d'horizon international

10 pays. Des milliers de propriétaires. Une enquête visant à comprendre comment les propriétaires perçoivent et utilisent leur logement. Les chapitres suivants examinent ce que les gens du monde entier ont en commun en matière de logement, et mettent en évidence les différences entre les pays.



Que signifie vraiment être propriétaire ?

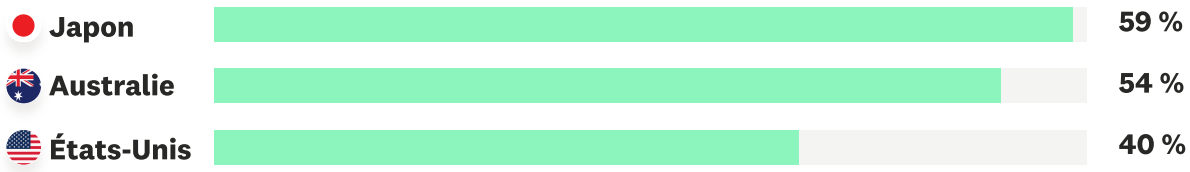
La maison, refuge ou investissement

Dans presque tous les pays, les propriétaires décrivent leur logement comme un refuge personnel et un lieu de confort. L'Allemagne arrive en tête avec 73 %, suivie de la Corée du Sud (70 %), tandis que le Royaume-Uni, les États-Unis, l'Australie et les Pays-Bas affichent tous un taux de 66 %.

Par ailleurs, les Allemands (55 %), les Brésiliens (52 %) et les Français (43 %) considèrent leur logement comme un actif à long terme destiné à être transmis aux générations futures. Les Canadiens (50 %) sont les plus enclins à considérer leur logement comme un investissement financier.

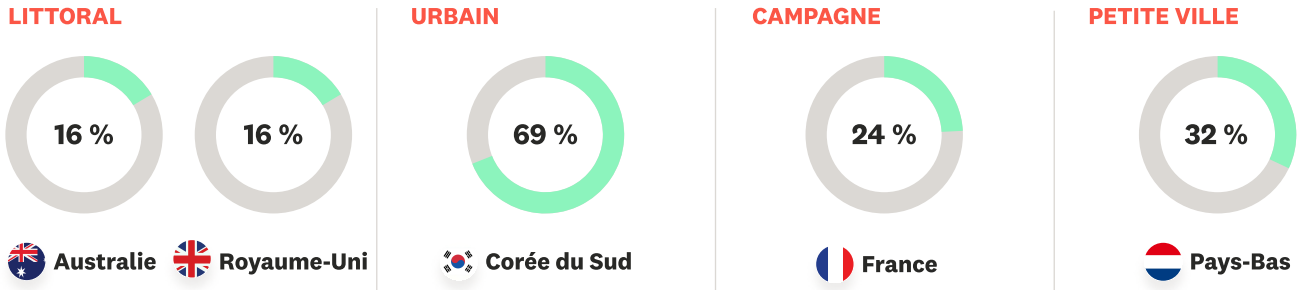
Où les gens veulent-ils vivre : préférences en matière d'emplacement

Le périurbain, le rêve dominant

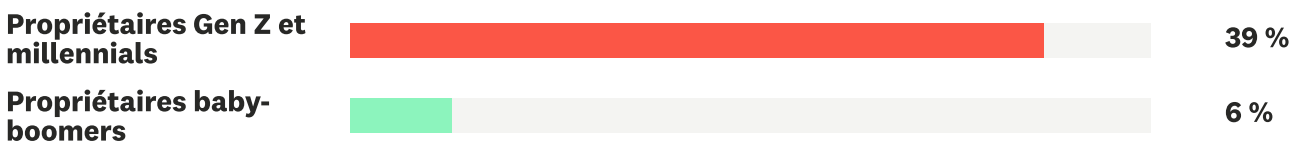


% des personnes qui déclarent que les zones périurbaines sont leur lieu de vie idéal

Les préférences varient d'un pays à l'autre



La Gen Z et les millennials sont près de six fois plus susceptibles que les baby-boomers de préférer la vie en ville



Un écart de 33 points, la plus grande différence générationnelle en matière de localisation observée lors de l'étude.

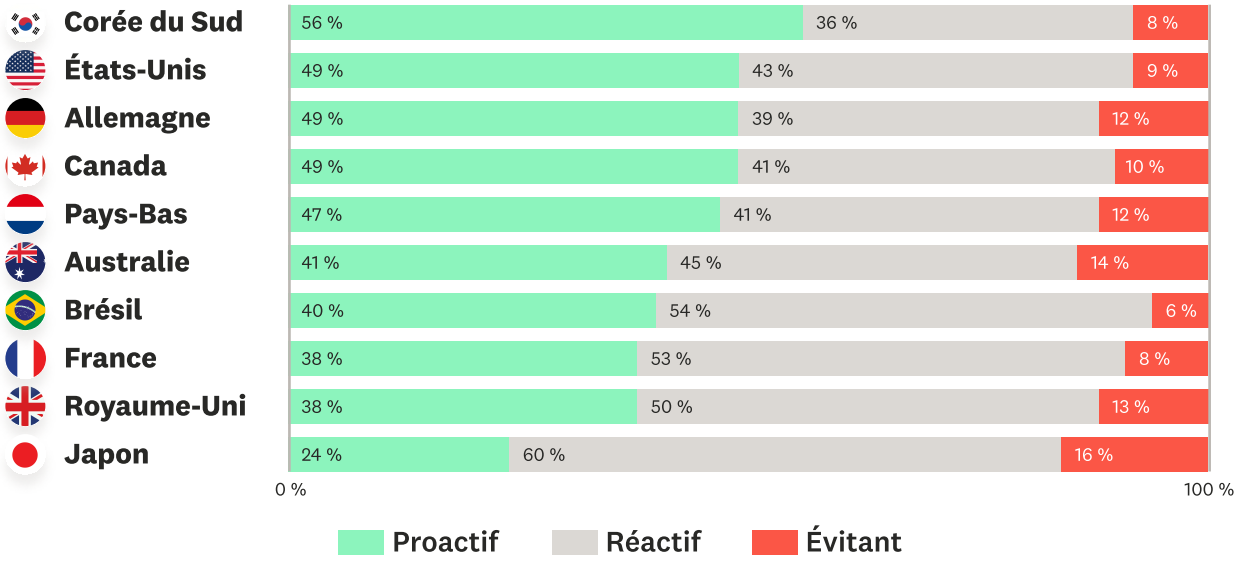
Qui répare, qui fait appel à un artisan qualifié, et qui laisse tomber

Proactif ou réactif : comment les propriétaires dans chaque pays entretiennent leur logement

Les comportements en matière d'entretien de l'habitat varient considérablement d'un pays à l'autre : certains propriétaires adoptent une approche proactive, tandis que d'autres attendent que des problèmes surviennent. La Corée du Sud arrive en tête en matière d'entretien proactif (56 %), suivie de l'Allemagne, des États-Unis et du Canada (49 % chacun). À l'autre extrémité, le Japon se distingue comme le marché le plus réactif : 60 % des propriétaires ne s'occupent des problèmes que lorsqu'ils surviennent, tandis que 16 % évitent l'entretien jusqu'à ce qu'il soit absolument nécessaire, ce qui représente le taux d'évitement le plus élevé parmi les pays étudiés.

Les Américains, en revanche, ont tendance à adopter une approche plus active. 72 % d'entre eux effectuent des travaux de rénovation pour entretenir leur logement (ex æquo avec l'Allemagne parmi les pays étudiés).

Entretien proactif ou réactif



La génération la plus proactive en matière d'entretien varie selon le pays. La génération Z et les millennials sont en tête au Canada (54 %), aux États-Unis (51 %), en France (46 %) et au Royaume-Uni (45 %), faisant des propriétaires plus jeunes la cohorte la plus soucieuse de l'entretien dans plusieurs pays.

En Allemagne, les propriétaires de la génération X sont clairement les leaders de l'entretien : 55 % adoptent une approche proactive, le taux le plus élevé de toutes les générations dans l'étude.

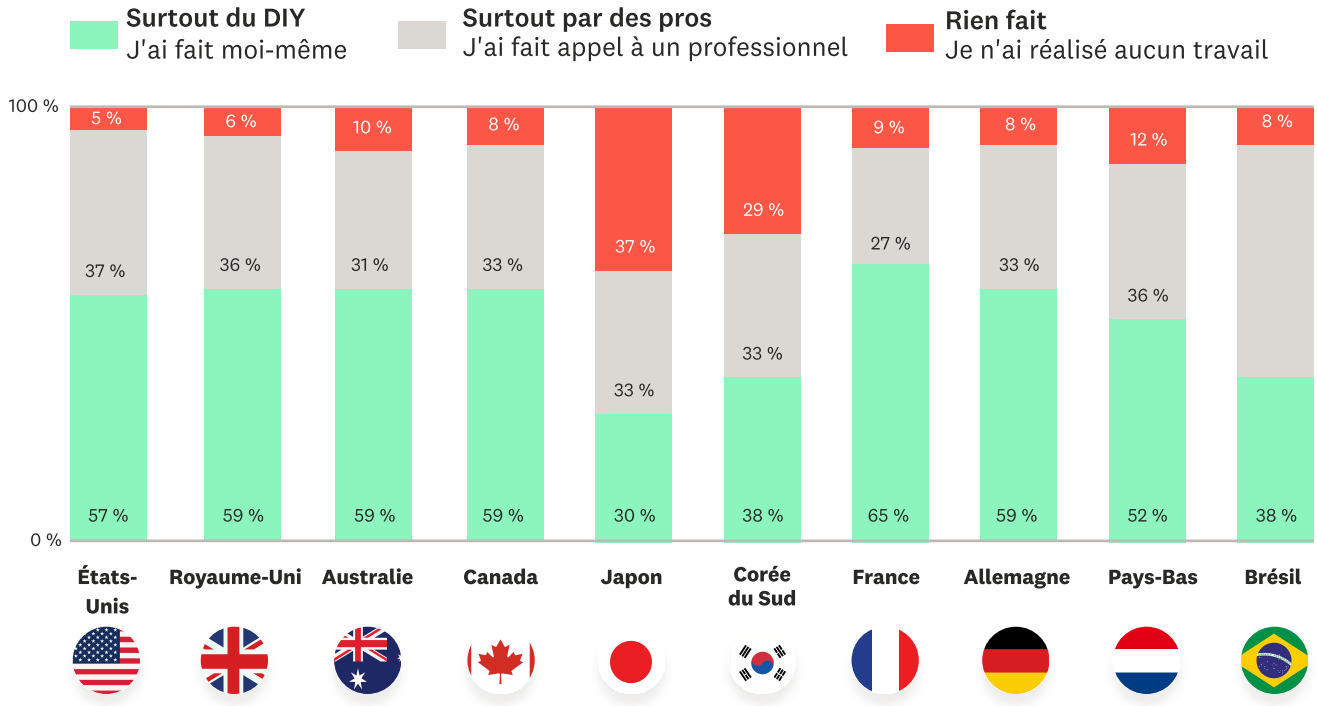
Par ailleurs, les baby-boomers et la génération silencieuse sont en tête aux Pays-Bas (50 %), devançant légèrement les générations plus jeunes.

“Do It Yourself”: les propriétaires à l’ouvrage

La France (65 %) domine le classement international du bricolage, devant l'Allemagne, l'Australie, le Royaume-Uni et le Canada (tous à 59 %), suivis des États-Unis (57 %).

65 % des propriétaires français gèrent eux-mêmes la plupart des réparations, n°1 tous pays confondus

Comment les propriétaires gèrent leurs travaux



Fierté des propriétaires et attentes sociales

Dans tous les pays, la plupart des propriétaires conviennent que la maison sert à vivre, pas à impressionner les autres. Une mentalité vivace aux Pays-Bas (59 %), suivis de près par l'Allemagne (56 %), les États-Unis, la France et l'Australie (53 %) et le Royaume-Uni (51 %).

Cependant, la pression sociale autour du logement existe toujours, notamment aux États-Unis et au Royaume-Uni, où les propriétaires sont les plus susceptibles d'être stressés par ce que les autres pensent de leur logement (15 % et 14 %, respectivement).

L'Allemagne reporte le plus haut niveau de pression liée aux voisins en matière d'entretien. 12 % des propriétaires allemands déclarent un stress lié spécifiquement aux attentes des voisins concernant l'entretien extérieur.

La réalité financière à l'international : les propriétaires peuvent-ils se permettre d'entretenir leur maison ?

Le coût de l'entretien des logements varie d'un pays à l'autre, mais la plupart des propriétaires déclarent s'en sortir, même si certaines réparations doivent attendre. Dans les dix pays étudiés, une majorité d'entre eux affirment pouvoir assumer sans difficulté les frais d'entretien nécessaires ou financer la plupart des réparations tout en reportant certains travaux.

Les Pays-Bas se distinguent comme le marché le plus à l'aise financièrement, près de la moitié des propriétaires (47 %) déclarant pouvoir facilement assumer tous les frais d'entretien, suivis par les États-Unis (37 %), le Japon (36 %) et la Corée du Sud (35 %). En revanche, les propriétaires en France (56 %), en Allemagne (53 %) et en Australie (52 %) sont les plus nombreux à déclarer pouvoir assumer la plupart des réparations, mais devoir reporter certains travaux.

Le Japon se révèle être le marché avec la plus forte part de propriétaires ayant du mal à se permettre les réparations (22 %).

Les lieux, règles et coutumes qui font d'une maison un foyer

Quelle pièce est le cœur du foyer ?

Dans tous les pays, le salon est le cœur du foyer par excellence, classé en tête dans chaque pays de l'étude, notamment la Corée du Sud et les Pays-Bas (tous deux à 76 %), le Royaume-Uni (66 %) et l'Allemagne (60 %).

Dans tous les pays, le salon est le cœur du foyer par excellence.

La cuisine arrive en 2e position dans la plupart des pays tels que le Canada (32 %), le Brésil (27 %), l'Australie (25 %) et les États-Unis (24 %), soulignant son importance comme espace de convivialité, de lien et de vie quotidienne. Par ailleurs, le Japon et la Corée du Sud ont plus tendance à choisir la chambre principale en 2e position, avec 17 % des propriétaires la désignant comme le cœur du foyer.



La France se distingue des autres pays. Un propriétaire français sur quatre (25 %) considère la salle à manger comme le cœur du foyer, le taux le plus élevé de tous les pays et bien au-dessus des États-Unis (5 %) et du Royaume-Uni (4 %) dans cette catégorie.

Quelle pièce est le cœur du foyer ?

	États-Unis	Royaume-Uni	Australie	Canada	Japon	Corée du Sud	France	Allemagne	Pays-Bas	Brésil
1 Salon	48 %	66 %	45 %	44 %	54 %	76 %	47 %	60 %	76 %	35 %
2 Cuisine	24 %	17 %	25 %	32 %	4 %	0 %	16 %	13 %	9 %	27 %
3 Salle à manger	5 %	4 %	14 %	6 %	16 %	4 %	25 %	7 %	9 %	14 %
4 Chambre principale	10 %	6 %	6 %	8 %	17 %	17 %	4 %	4 %	2 %	16 %

Qu'offrir pour une pendaison de crémaillère

Les cadeaux de pendaison de crémaillère comptent parmi les éléments les plus différenciés de cette étude selon la répartition géographique des répondants.



Boisson alcoolisée

66 % des propriétaires au **Royaume-Uni** apportent une boisson alcoolisée.

Pain et sel

60 % des propriétaires en **Allemagne** apportent du pain et du sel pour la prospérité et porter chance.

Plante

59 % des propriétaires aux **Pays-Bas** apportent une plante.

Objet domestique pratique

54 % des propriétaires en **Corée du Sud** apportent un objet domestique pratique.

Argent ou cartes cadeaux

47 % des propriétaires aux **Pays-Bas** apportent de l'argent ou des cartes cadeaux.

Plat fait maison

46 % des propriétaires aux **États-Unis** apportent de la nourriture ou un plat fait maison.

Rien

29 % des propriétaires au **Japon** n'apportent rien : ce n'est pas une coutume dans la culture.

Les règles de la maison : les codes implicites de la vie domestique qui varient selon les pays

Retirer ses chaussures à l'entrée du logement est la norme au Canada et au Japon, où 69 % des propriétaires appliquent cette règle, soit près du double des répondants aux États-Unis (37 %). La Corée du Sud y est également très attachée (64 %), tandis que la pratique est moins courante aux Pays-Bas (31 %) et en Australie (27 %).

Les foyers français se distinguent en matière de repas et d'espaces partagés. 40 % des propriétaires français appliquent une règle d'interdiction du téléphone à table (le taux le plus élevé de tous les pays de l'étude), et 41 % limitent les repas à des pièces spécifiques comme la cuisine ou la salle à manger, également le taux le plus élevé de l'étude. Les données montrent aussi des différences générationnelles en France. Les propriétaires français de la génération Z et millennials sont nettement plus susceptibles d'adopter la règle des chaussures retirées à l'entrée (66 %) que les baby-boomers et la génération silencieuse (33 %), ce qui suggère une évolution des normes autour de la propreté et des règles domestiques.

Les propriétaires brésiliens affichent les taux les plus élevés pour plusieurs routines domestiques. Près des trois quarts (74 %) font leur lit chaque matin, le plus élevé de tous les pays de l'étude. Le Brésil est aussi leader sur la règle de « ne pas laisser les lumières allumées » (78 %), suivi de près par la France (76 %) et l'Allemagne (71 %).

La France applique plus que tout autre pays la règle du « pas de téléphone à table » (40 %). Elle affiche aussi le taux le plus élevé d'un espace formellement identifié comme « Salle à manger » au sein du foyer.



Les espaces et styles que les propriétaires affectionnent

Les critères les plus valorisés

L'espace extérieur est considéré comme l'espace le plus essentiel dans la maison pour la moitié des pays : Allemagne (83 %), Royaume-Uni (78 %), Australie (76 %), France (75 %), Pays-Bas (72 %). Au Japon (46 %) et en Corée du Sud (63 %), un grand espace de vie ouvert reste le plus important.

Au-delà des espaces extérieurs, les propriétaires privilégient systématiquement les espaces pratiques les plus utilisés au quotidien. Garages, buanderies/celliers et chambres d'amis émergent comme les critères les plus essentiels selon les pays, avec des priorités variables. Le Brésil (80 %), l'Australie (73 %) et les États-Unis (68 %) accordent le plus d'importance à un garage, reflétant peut-être les besoins de stockage, les déplacements et la flexibilité.

Les buanderies et celliers sont une autre priorité majeure, et au Canada ils se classent comme l'espace n°1 dont les propriétaires ne peuvent se passer (73 %). Les chambres d'amis sont aussi largement valorisées, notamment au Royaume-Uni (60 %), aux États-Unis et au Canada (57 %), et en France et en Australie (56 %).

Les critères recherchés par les propriétaires dans leur maison idéale

	États-Unis	Royaume-Uni	Australie	Canada	Japon	Corée du Sud	France	Allemagne	Pays-Bas	Brésil
Salle à manger formelle	29	27	21	36	9	29	55	23	21	52
Espace de vie ouvert	33	20	53	33	46	63	45	42	66	52
Espace bureau dédié	32	27	36	35	18	14	41	53	37	44
Chambre d'amis	57	60	56	57	11	24	56	54	46	48
Espace extérieur	69	78	76	72	31	31	75	83	72	59
Une piscine	14	5	15	12	0	5	12	8	3	26
Une salle de sport	11	6	5	12	1	7	5	12	6	13
Buanderie ou cellier	72	47	73	73	16	58	41	52	45	78
Cave à vin ou stockage du vin	6	3	8	5	0	2	9	3	2	6
Sauna	5	3	3	6	3	12	2	8	2	5
Véranda ou véranda vitrée	11	23	10	13	5	5	21	16	18	38
Sous-sol	39	6	9	58	2	7	17	60	18	7
Garage	68	51	73	66	37	30	65	62	42	80
Aucune de ces options	1	4	3	2	23	7	2	2	3	3

Styles déco dans le monde

Notre étude a examiné les préférences esthétiques des propriétaires à travers différents pays, mettant en évidence à la fois des similitudes notables et des différences culturelles marquées. Le style « lumineux et naturel » (bois chaleureux, tons neutres doux et lignes épurées) s'est imposé comme le style préféré à l'international, figurant parmi les deux premiers choix dans presque tous les pays interrogés. C'était le style le plus plébiscité en Corée du Sud (32 %), aux Pays-Bas (28 %), en France (27 %), au Royaume-Uni (24 %), aux États-Unis (22 %), au Canada (22 %) et en Allemagne (23 %).

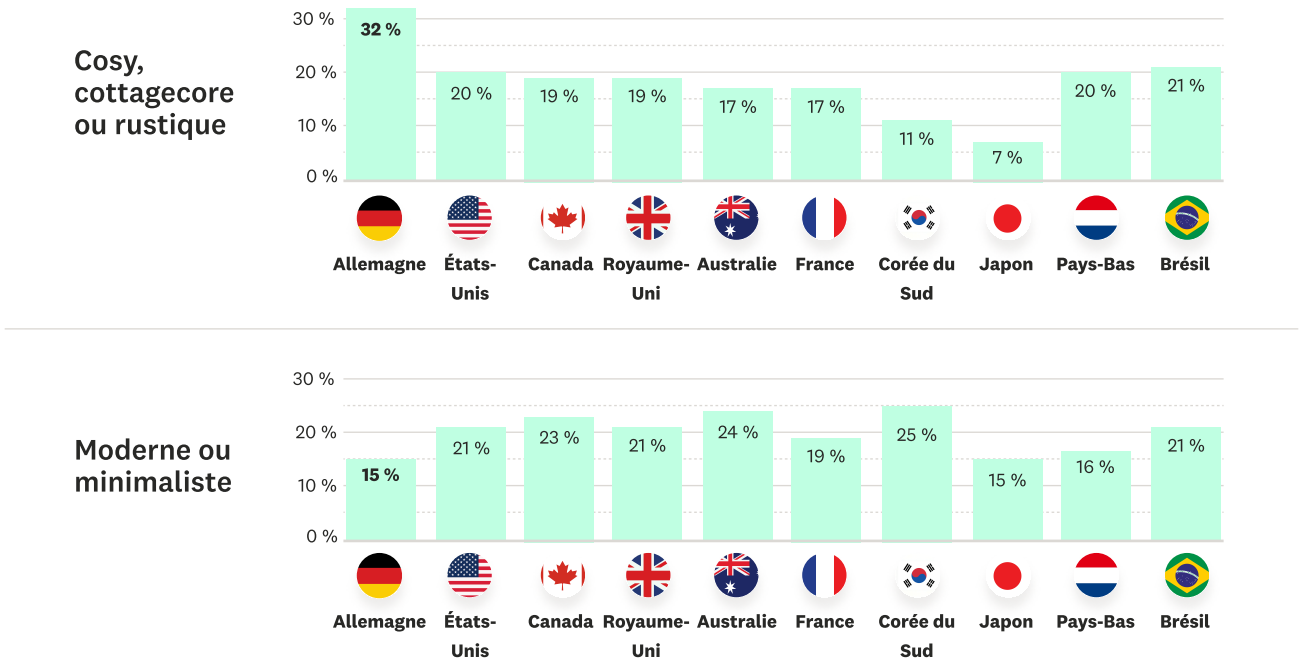
L'Allemagne se distingue par sa forte préférence pour les intérieurs cosy de type cottagecore. Près d'un tiers des propriétaires allemands (32 %) privilégient une esthétique cosy, cottagecore ou rustique. C'est le taux le plus élevé de tous les pays de l'étude, et représente plus du double de ceux qui préfèrent un design moderne ou minimaliste (15 %).





Comparer l'Allemagne au reste du monde

% qui préfèrent chaque style



Quel pays a la plus belle maison au monde ? Le concours de beauté des maisons

Nous avons montré à des milliers de propriétaires des images d'une « maison familiale type » générées par IA dans chacun des 10 pays interrogés. Nous leur avons demandé de voter pour leur favori. Les résultats ont montré des préférences claires.

Le concours de beauté des maisons







04 Brésil	05 France	06 Pays-Bas	07 Royaume-Uni	08 Allemagne	09 Corée du Sud	10 Japon
7 %	7 %	7 %	5 %	4 %	4 %	3 %

Intelligentes, durables et multigénérationnelles : les maisons de demain

L’avènement de la maison connectée

Les États-Unis et les Pays-Bas affichent les taux d'adoption les plus élevés pour plusieurs technologies de maison connectée. Les États-Unis sont premiers sur la sécurité connectée, avec 42 % des propriétaires utilisant une sonnette vidéo ou un système de sécurité intelligent, le taux le plus élevé de tous les pays de l’étude. Les Américains figurent aussi parmi les plus grands adoptants de l'éclairage connecté (28 %).

Les Pays-Bas sont leaders sur les technologies connectées orientées confort et efficacité, avec la plus forte adoption des éclairages connectés (43 %) de tous les pays. Le Royaume-Uni se distingue pour les enceintes connectées et assistants vocaux, avec 46 % d'adoption, le plus élevé de l'étude.

Vie eco-friendly

Les Pays-Bas se distinguent comme les leaders de la durabilité parmi les pays étudiés. Malgré une forte densité de population, les propriétaires néerlandais sont les champions pour ce qui est de l’adoption solaire résidentielle (54 %), bien devant l'Australie (38 %) et l'Allemagne (32 %). Les Pays-Bas sont aussi leaders en adoption de systèmes de gestion de l'énergie (51 %) et figurent parmi les pays les plus avancés pour l'isolation haute performance ou les fenêtres triple vitrage (45 %).

Les Pays-Bas sont en tête des logements durables

54 % des foyers **néerlandais** ont des panneaux solaires, soit presque le double de l'Allemagne

Et près **4** fois les États-Unis

La maison multigénérationnelle

La cohabitation entre plusieurs générations est plus courante en Corée du Sud et au Brésil, où les enfants de 18 ans et plus sont les plus susceptibles de vivre encore chez leurs parents (respectivement 29 % et 27 %), suivis par les États-Unis et le Japon (22 %). Le Brésil arrive également en tête pour l'accueil des parents ou des grands-parents (18 %). De plus, le Brésil (23 %) et la Corée du Sud (18 %) sont les pays qui déclarent le plus s'attendre à une cohabitation multigénérationnelle à l'avenir. À l'inverse, la France (71 %) et les Pays-Bas (69 %) sont les pays où l'on est le moins susceptible d'envisager une vie en famille élargie.

Par ailleurs, l'étude montre aussi comment les pays adaptent leur logement pour accueillir tous les occupants du foyer.

Les Américains tendent à prioriser les aménagements axés sur l'accessibilité (y compris barres d'appui, rampes ou douches à l'italienne (25 %), ajout de monte-escaliers ou rampes (14 %) et déménagement ou projet de déménagement vers une maison plus grande (19 %)). 17 % ont construit ou prévoient de construire une extension ou structure séparée et 16 % ont ajouté ou converti un espace de vie autonome (annexe, studio, etc.).

Les propriétaires allemands, à l'inverse, sont plus susceptibles de reconfigurer les espaces existants, comme les conversions de pièces (26 %), les salles de bain pour réduire le partage (20 %), les entrées séparées pour l'intimité (15 %) et le déplacement des chambres au rez-de-chaussée (17 %).

Deuxième partie : Comment vit-on chez soi dans chaque pays

Les pages suivantes explorent ce que les propriétaires aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, aux Pays-Bas, en Allemagne et au Canada ont dit sur leur façon de vivre, d'entretenir et d'investir dans leur logement. Nous verrons également comment chaque marché se distingue des autres.



États-Unis

Le propriétaire américain : entretien élevé, confort élevé, engagement élevé

Les propriétaires américains comptent parmi les plus soucieux de l'entretien de leur logement. 72 % rénovent spécifiquement pour préserver l'état de leur logement, ex aequo au niveau mondial avec l'Allemagne. 57 % gèrent eux-mêmes la plupart des réparations, et 49 % adoptent une approche proactive de l'entretien, plaçant les États-Unis parmi les pays les plus investis de l'étude.

Les foyers américains sont aussi façonnés par le confort et la vie quotidienne. 48 % déclarent que le salon est le cœur de la maison, tandis que 24 % citent la cuisine, renforçant l'importance des espaces partagés du quotidien. La fonctionnalité compte aussi : 72 % disent ne pas pouvoir se passer d'une buanderie ou cellier, 69 % priorisent l'espace extérieur, et 68 % estiment un garage essentiel, parmi les taux les plus élevés de tous les pays de l'étude. Les Américains décrivent également très majoritairement leur logement comme « habité et confortable » (60 %), tandis que 53 % d'entre eux affirment que leur maison est « faite pour y vivre, pas pour impressionner les autres ».

Les préférences de design penchent vers la simplicité et la chaleur. « Lumineux et naturel » (22 %) et « moderne/minimaliste » (21 %) se classent comme les esthétiques dominantes aux États-Unis, suggérant une préférence croissante pour des lignes épurées, des matériaux chaleureux et un design accessible plutôt que formel.

Lorsque leur logement ne convient plus, 37 % des Américains disent qu'ils s'adaptent sur place plutôt que déménager. C'est le taux de pragmatisme le plus élevé de tous les pays de l'étude. En parallèle, le logement reste profondément personnel : 66 % le décrivent comme un refuge personnel, et 36 % rénovent pour augmenter la valeur de revente. Ce qui renforce la mentalité nord-américaine du logement vu comme un confort et un investissement. La cohabitation entre plusieurs générations est également plus courante qu'on pourrait le penser : 22 % vivent actuellement avec leurs enfants adultes, tandis que 14 % supplémentaires prévoient de vivre avec leurs parents ou grands-parents à l'avenir.

Une observation surprenante : dans un « concours de beauté des maisons », les répondants de tous les pays ont vu des images générées par IA d'une « maison type » de chaque pays. La maison américaine s'est classée n°2 mondial, derrière l'Australie, suggérant un attrait important envers la maison américaine classique.

Chiffres clés

- **72 %** rénovent pour préserver l'état de leur logement, n°1 tous pays confondus (ex aequo avec l'Allemagne)
- **72 %** estiment qu'une buanderie ou un cellier est indispensable
- **66 %** voient leur logement comme un refuge personnel
- **49 %** adoptent une approche proactive de l'entretien
- **48 %** disent que le salon est le cœur de la maison
- **37 %** font appel à un artisan pour leurs réparations et entretiens
- **37 %** s'adaptent sur place, le taux de pragmatisme le plus élevé de tous les pays de l'étude
- **36 %** rénovent pour augmenter la valeur de leur bien
- **22 %** vivent actuellement avec des enfants adultes.
- **n°2** au concours de beauté des maisons

Les faits marquants par génération aux États-Unis

- **Gen Z/Millennials**: 36 % préfèrent les intérieurs “modernes/minimalistes”, contre seulement 11 % des baby-boomers/génération silencieuse
- **Gen Z/Millennials**: 39 % préfèrent la vie en ville, contre 6 % des baby-boomers/génération silencieuse (un écart de 33 points, la plus grande différence générationnelle observée dans l'étude en termes de lieu de vie)
- **Gen Z/Millennials**: 55 % utilisent des technologies de sécurité connectée, contre 19 % des baby-boomers/génération silencieuse

Répartition dans 6 états :

Cette section examine et compare les résultats de l'étude dans 6 États spécifiques aux États-Unis (Californie, Floride, Illinois, Indiana, New York et Texas), sélectionnés pour représenter un large échantillon de propriétaires américains à travers plusieurs régions, marchés immobiliers, climats et modes de vie.

Les résultats révèlent des différences significatives dans la manière dont les propriétaires vivent leur logement : où les gens veulent vivre, leur confiance pour entretenir leur maison, s'ils rénovent ou restent sur place, et quels espaces comptent le plus au quotidien.

Comment la propriété change selon l'État

Rénover ou rester ? Quels espaces comptent le plus au quotidien ?

État	Cœur du foyer	Localisation idéale	Abordabilité des réparations	Rénover ou rester ?	Ce qui en ressort
Californie	**Salon 33 %** Cuisine 25 %	**Périurbain 40 %** Urbain 32 %	48 % ★ **Le plus élevé**	**Rester et s'adapter 38 %** Rénover 32 %	**41 % voient leur logement comme un patrimoine à long terme à transmettre,** bien au-dessus de la moyenne américaine (26 %)
Floride	**Salon 51 %** Cuisine 16 %	Périurbain 55 % ★ **Le plus élevé**	35 %	**Rester et s'adapter 41 %** Rénover 29 %	**56 % voient leur logement comme un investissement financier** et les Floridiens sont leaders sur l'entretien lié au climat
Illinois	**Salon 52 %** Cuisine 29 %	Périurbain 40 %	39 %	**Rester et s'adapter 35 %** Rénover 35 % **Égalité parfaite**	**76 % décrivent leur logement comme « habité et confortable »,** l'un des signaux de confort les plus hauts de l'étude
Indiana	**Salon 54 %** Cuisine 28 %	Rural 37 % ★ **Le plus élevé**	28 % **Le plus bas**	**Rester et s'adapter 46 %** Rénover 33 % ★ **"Rester" le plus élevé**	La propriété est façonnée par la praticité : les propriétaires sont les plus susceptibles de s'adapter plutôt que déménager
New-York	**Salon 42 %** **Cuisine 33 %**	Périurbain 33 % Urbain 32 %	41 %	Rénover 42 % **2e "Rester" le plus élevé**	La localisation la plus clairement partagée : préférences urbaines et de périurbaines presque égales
Texas	**Salon 55 %** ★ **Le plus élevé** Cuisine 14 %	Périurbain 38 %	40 %	Rénover 43 % ★ **Rénovation la plus élevée**	Les Texans sont les propriétaires les plus enclins à rénover et privilégient les espaces de convivialité

Californie. Le logement comme investissement à long terme

Les propriétaires californiens sont plus susceptibles que la moyenne nationale à envisager l'accession à la propriété dans une perspective à long terme. 41 % décrivent leur logement comme un actif à long terme destiné à être transmis aux générations futures, un chiffre nettement supérieur à la moyenne américaine (26 %) Cette mentalité pourrait expliquer pourquoi les Californiens déclarent également avoir la plus grande capacité à financer les réparations (48 %) dans cette étude. Par ailleurs, la Californie reflète une dualité en matière de localisation, 40 % des personnes préférant la vie périurbaine et 32 % la vie en ville. Enfin, 25 % considèrent la cuisine comme le cœur de la maison, renforçant ainsi une vision de l'habitat centrée sur les moments de partage et la vie quotidienne.

Illinois. Traditionnel, confortable et orienté famille

Les propriétaires de l'Illinois se distinguent par leur attachement à un mode de vie familial traditionnel. 63 % d'entre eux possèdent un sous-sol (+24 points de pourcentage par rapport à la moyenne américaine), faisant de l'Illinois la « capitale du sous-sol » de l'étude, tandis que 76 % décrivent leur maison comme « habitée et confortable » (+16 points) , l'un des indicateurs de confort les plus marqués entre tous les États. L'Illinois affiche également un score supérieur à la moyenne nationale en matière de préférences pour les styles cosy et cottagecore (34 %), tandis que 29 % considèrent la cuisine comme le cœur de la maison, l'un des taux les plus élevés de l'étude.

New York. La vie urbaine au rythme des rituels quotidiens

Les propriétaires new-yorkais présentent l'un des clivages les plus marqués de l'étude en matière de mode de vie, leurs préférences se répartissant de manière presque égale entre la vie en ville (32 %) et la vie périurbaine (33 %). Parallèlement, les New-Yorkais se distinguent par leurs rituels domestiques quotidiens : 65 % apportent du vin lors des pendaisons de crémaillère (+14 points de pourcentage par rapport à la moyenne américaine), 50 % enlèvent leurs chaussures à l'entrée (+13 points) et 39 % rénovent leur logement pour répondre aux besoins de leur famille (+12 points) — ce qui montre que les propriétaires cherchent à trouver un équilibre entre l'espace, l'accueil et l'évolution de la dynamique familiale.

Floride. Climat, confort et propriété axée sur l'investissement

Les propriétaires de Floride se distinguent par le fait que leur logement reflète étroitement leur mode de vie et leur environnement. 56 % d'entre eux considèrent leur logement comme un investissement financier, un chiffre bien supérieur à la moyenne américaine (42 %), tandis que 54 % ont fait traiter leur logement contre les nuisibles au cours de l'année écoulée (+14 points de pourcentage) et 32 % se sont préparés à la saison des ouragans ou des fortes pluies (+20 points), ce qui constitue l'un des signes les plus évidents, dans cette étude, d'un entretien du logement motivé par un facteur environnemental. Parallèlement, 55 % préfèrent la vie en zone périurbaine, le pourcentage le plus élevé de tous les États étudiés, tandis que le salon (51 %) est très largement considéré comme le cœur de la maison.

Indiana. Le côté pratique et la vie quotidienne à la maison

Les propriétaires de l'Indiana font preuve d'un esprit pratique en matière d'accession à la propriété. 46 % d'entre eux déclarent qu'ils resteraient dans leur logement et s'en accommoderaient même si celui-ci ne répondait plus à leurs besoins, le taux le plus élevé de tous les États étudiés, tandis que seuls 28 % affirment pouvoir facilement assumer le coût des réparations, ce qui représente le taux le plus bas parmi tous les États. L'Indiana se distingue également par l'importance accordée à l'espace et aux habitudes : 37 % préfèrent la vie à la campagne, le taux le plus élevé de l'étude, 79 % possèdent un garage (+11 points de pourcentage par rapport à la moyenne américaine) et 76 % ont entretenu leur jardin ou leur espace extérieur au cours de l'année écoulée (+14 points).

Texas. Orientés rénovation, au service de la convivialité

Les propriétaires texans sont les plus enclins à investir dans la transformation de leur logement plutôt que de s'y adapter. 43 % déclarent qu'ils rénoveraient leur logement s'il ne répondait plus à leurs besoins, le taux le plus élevé parmi tous les États étudiés, tandis que 55 % considèrent le salon comme le cœur de la maison, un pourcentage supérieur à celui de tous les autres États. Les Texans se distinguent également par la conception de leurs maisons, axée sur l'accueil et la fonctionnalité : 38 % disposent d'une salle de bains réservée aux invités (+19 points de pourcentage par rapport à la moyenne américaine), 30 % veillent à ce que leur maison soit « toujours prête à accueillir des invités » (+9 points de pourcentage), et 30 % préfèrent un design moderne/minimaliste (+11 points de pourcentage).

Royaume-Uni

4 Britanniques sur 10 préféreraient déménager plutôt que rénover, contre seulement 8 % des Allemands

Dans ce pays réputé pour son amour des jardins, en grande partie grâce à son climat tempéré, 78 % des Britanniques considèrent les espaces extérieurs comme indispensables (le deuxième pourcentage le plus élevé parmi les pays étudiés, après l'Allemagne), 72 % se sont occupés de leur jardin au cours de l'année écoulée, et 23 % affirment qu'ils ne pourraient pas se passer d'une véranda ou d'une pièce vitrée.

Le Royaume-Uni accuse un retard considérable par rapport à son proche voisin, les Pays-Bas, en matière d'adoption des panneaux solaires (12 % contre 54 % respectivement) et de pompes à chaleur ou de systèmes de chauffage/climatisation à haute efficacité énergétique (8 %), alors que les taux sont plus élevés en France voisine (23 %) et en Amérique du Nord (37 % aux États-Unis et 29 % au Canada).

Les propriétaires britanniques partagent avec leurs homologues américains le stress lié à appréhender ce que les autres pensent de leur logement (14 % des Britanniques ressentent ce stress, contre 15 % des Américains).

Au Royaume-Uni, on observe un attachement émotionnel au logement, qui a toutefois ses limites : 66 % des personnes interrogées déclarent considérer leur logement comme un refuge et 63 % seraient tout à fait prêtes à racheter le même logement (un chiffre identique à celui des États-Unis), mais 41 % préféreraient déménager plutôt que de rester et de rénover leur logement, ce qui contraste fortement avec l'Allemagne, où ce chiffre n'est que de 8 %.

Chiffres clés

- **Sentiments mitigés sur la rénovation**
  - **78 %** peuvent facilement assumer financièrement la totalité ou la plupart des réparations nécessaires
  - **70 %** des personnes rénovent pour plus de confort et de bien-être, un pourcentage supérieur à celui de la France
  - **66 %** considèrent leur domicile comme un refuge personnel
  - **63 %** n'hésiteraient pas une seconde à racheter la même maison, un chiffre identique à celui des États-Unis
  - **59 %** effectuent eux-mêmes la plupart des réparations
  - **41 %** préféreraient déménager plutôt que de rénover (contre 8 % des Allemands)

- **Ressentir la pression de la propriété**
  - **48 %** se sentent stressés par des réparations imprévues ou urgentes
  - **14 %** se sentent stressés par l'aspect de leur logement et par ce que les autres en pensent (un pourcentage supérieur à celui de tous les autres pays européens interrogés)

- **Passionnés de jardinage**
  - **78 %** considèrent qu'un espace extérieur est indispensable
  - **72 %** ont entretenu leur jardin au cours de l'année écoulée
  - **23 %** affirment qu'ils ne pourraient pas se passer d'une véranda ou d'un solarium (deuxième position, juste derrière le Brésil)

France

Les Français sont les champions du bricolage, et les repas en famille occupent une place centrale dans la vie domestique.

Les réponses des français renvoient un message cohérent : le logement est un lieu de confort, de savoir-faire et de gastronomie, et non un instrument financier. 67 % des propriétaires français rénovent leur logement pour leur plaisir et leur confort. 65 % effectuent eux-mêmes les réparations, tout en affichant le score le plus bas en matière de capacité à financer ces réparations sans difficulté. 66 % n'hésiteraient pas à racheter leur logement, contre seulement 10 % qui répondent par la négative.

Comme on pouvait s'y attendre de la part d'une nation réputée pour sa cuisine et sa culture gastronomique, l'espace salle à manger occupe toujours une place centrale (55 % la considèrent comme indispensable, 25 % affirment qu'elle est le cœur de la maison, ce qui représente le pourcentage le plus élevé parmi tous les pays étudiés). Cela s'accompagne également de normes très strictes en matière de règles à table : manger dans le salon ou la chambre est la pratique la moins tolérée en France (41 %), et ils sont 40 % à appliquer la règle interdisant l'utilisation du téléphone pendant les repas (1er rang parmi tous les pays).

76 % des propriétaires français ont pour règle de « ne pas laisser les lumières allumées », se classant ainsi en deuxième position, juste derrière le Brésil, ce qui témoigne d'une conscience énergétique profondément ancrée. 46 % d'entre eux ont déclaré que le développement durable était l'une de leurs principales motivations pour entreprendre des travaux de rénovation, et le pays affiche le taux d'adoption le plus élevé de pompes à chaleur ou de systèmes de chauffage/climatisation à haute efficacité énergétique parmi les pays européens interrogés, avec 23 %.

Chiffres clés

- **Domination du bricolage**
- **65 %** gèrent eux-mêmes les réparations, n° 1 en Europe
  - **67 %** rénoveront pour le plaisir et le confort
  - **66 %** rachèteraient sans hésiter leur maison
  - **54 %** stressés par des réparations imprévues ou urgentes
  - **20 %** peuvent se permettre confortablement toutes les réparations, le plus bas de l'étude

- **La culture de la table au cœur des pratiques**
  - **55 %** considèrent qu'une salle à manger est indispensable à un logement
  - **40 %** appliquent la règle « pas de téléphone » pendant le dîner 1ère tous pays confondus)
  - **41 %** ne tolèrent pas que l'on mange dans le salon ou la chambre
  - **25 %** affirment que la salle à manger est le cœur de la maison 1ère tous pays confondus), soit environ 5 fois plus qu'au Royaume-Uni et aux États-Unis

- **Conscience énergétique**
  - **76 %** des français interrogés ont pour règle de « ne pas laisser les lumières allumées » (2ème rang derrière le Brésil)
  - **46 %** effectuent des travaux de rénovation pour améliorer la durabilité de leur logement
  - **23 %** disposent d'une pompe à chaleur ou de systèmes de chauffage/climatisation à haute efficacité énergétique (le taux le plus élevé parmi les pays européens interrogés)

Faits marquants par génération en France

- **Gen Z/Millennials:** seuls 13 % d'entre eux peuvent facilement se permettre de payer des réparations, le pourcentage le plus bas pour une génération sur l'ensemble des pays de l'étude
- **Coutume de se déchausser :** 66 % des Gen Z/Millennials se déchaussent à l'entrée du logement, contre 33 % des baby-boomers et de la génération silencieuse

Pays-Bas

Les propriétaires les plus détendus ? Ils vivent aux Pays-Bas

Les Pays-Bas constituent le marché phare de cette étude. En matière de développement durable, d'accessibilité financière, d'adoption de la domotique et de bien-être des propriétaires, les Néerlandais occupent la première place ou s'en approchent pour presque tous les indicateurs positifs. 54 % d'adoption de l'énergie solaire, 51 % de thermostats connectés, 43 % d'éclairage connecté, 55 % de motivation pour des travaux de rénovation durables.

47 % d'entre eux peuvent facilement assumer toutes les réparations nécessaires : ils occupent la première place sur l'ensemble des pays. 25 % déclarent ne ressentir aucune pression liée à la propriété immobilière, ce qui représente le taux d'inquiétude le plus bas de l'étude, et sont les plus enclins à affirmer que « la maison est faite pour y vivre, pas pour impressionner les autres » (59 %)

Les espaces de vie ouverts sont très appréciés (66 % des néerlandais interrogés ne pourraient pas s'en passer ; 1ère tous pays confondus). Les plantes sont le cadeau de pendaison de crémaillère par excellence (59 %). 45 % des propriétaires néerlandais n'ont fait aucun sacrifice financier pour acheter leur logement, ce qui représente le taux le plus élevé au monde.

Chiffres clés

- **Leaders dans les maisons intelligentes et durables**
  - **55 %** rénovent leur logement pour le rendre plus durable, n°1 tous pays confondus
  - **54 %** ont des panneaux solaires, n°1 tous pays confondus
  - **51 %** utilisent un thermostat intelligent, n°1 tous pays confondus
  - **43 %** utilisent des éclairages connectés

- **Une attitude sereine vis-à-vis de la propriété**
  - **59 %** déclarent que « la maison est faite pour y vivre, pas pour impressionner les autres », n°1 tous pays confondus
  - **47 %** peuvent facilement assumer le coût de toutes les réparations, n°1 tous pays confondus
  - **45 %** n'ont fait aucun compromis financier pour acheter leur logement, n°1 tous pays confondus
  - **25 %** déclarent ne ressentir aucun stress lié à la propriété, le taux le plus bas tous pays confondus

- **La lumière et l'espace sont très prisés**
  - **72 %** considèrent qu'un espace extérieur est indispensable
  - **66 %** ne pourraient pas se passer d'un espace de vie ouvert 1ère tous pays confondus)

Faits marquants par génération aux Pays-Bas

- **Gen Z**: 56,5 % utilisent un éclairage connecté contre 30,7 % chez les baby-boomers et la génération silencieuse ; les maisons connectées sont déjà la norme pour la jeunesse néerlandaise
- **Gen Z**: 38 % peuvent facilement assumer le coût de toutes les réparations, un chiffre toujours bien supérieur à celui des cohortes équivalentes au Royaume-Uni ou en France

Allemagne

Pour les Allemands, le foyer est un lieu de convivialité, de rituels, de réconfort authentique et de limites bien définies

L'Allemagne arrive en tête au niveau mondial pour presque tous les indicateurs relatifs à l'investissement émotionnel et concret dans le logement. Le logement est considéré comme un refuge (73 %, 1ère parmi tous les pays), un patrimoine à transmettre aux générations futures (55 %, 1ère parmi tous les pays) et un lieu qu'il vaut mieux rénover plutôt que d'abandonner (77 % des personnes interrogées rénovent, 1ère parmi tous les pays).

La culture allemande de l'entretien et du nettoyage est la plus rigoureuse de tous les pays étudiés : 83 % des personnes interrogées ont nettoyé toutes les vitres de leur logement l'année dernière, 74 % ont aéré leur literie à l'extérieur et 47 % ont fait ramoner leur cheminée.

Cependant, le rapport des Allemands à leur logement va bien au-delà de l'entretien et des vitres propres. C'est un pays qui perpétue la vieille tradition consistant à apporter du pain et du sel lors d'une pendaison de crémaillère (60 %, le taux le plus élevé de tous les pays), qui privilégie par-dessus tout un espace pour accueillir famille et amis (38 % considèrent cela comme essentiel, là encore le taux le plus élevé de tous les pays), et qui arrive en tête au niveau mondial en matière de souhait de disposer d'un bureau dédié à domicile. L'esthétique privilégiée est chaleureuse et rustique (32 %, le taux le plus élevé de l'étude), l'espace extérieur est incontournable (83 %), et la maison elle-même est assumée telle qu'elle est, sans être mise en scène pour les visiteurs (62 %). Tout cela dessine une philosophie cohérente. Pour les Allemands, 73 % considèrent leur maison comme un sanctuaire personnel, le taux le plus élevé parmi tous les pays.

Les propriétaires les plus engagés

- **73 %** considèrent leur logement comme un refuge personnel (1ère tous pays confondus)
- **55 %** considèrent leur logement comme un actif à long terme à transmettre aux générations futures (1ère tous pays confondus)
- **77 %** préféreraient rénover plutôt que de déménager (1ère tous pays confondus)
- **72 %** rénovent pour préserver l'état de leur logement (1ère tous pays confondus, à égalité avec les États-Unis)
- **61 %** sont stressés par les réparations imprévues, ex æquo

Ce sont les Allemands qui effectuent le plus d'entretien dans l'ensemble

- **81 %** ont effectué des travaux d'entretien dans leur espace extérieur (1ère tous pays confondus)
- **83 %** ont nettoyé toutes les vitres de l'intérieur au cours de l'année écoulée (1ère tous pays confondus)
- **74 %** ont procédé à un nettoyage en profondeur de leur logement (1ère tous pays confondus)
- **59 %** ont fait entretenir leur système de chauffage, de climatisation ou de ventilation (1ère tous pays confondus)

Les valeurs du foyer allemand sont particulières

- **60 %** respectent la tradition séculaire consistant à apporter du pain et du sel lors d'une pendaison de crémaillère (1ère tous pays confondus)
- **38 %** considèrent qu'il est primordial de disposer d'un espace pour accueillir famille et amis chez soi (1ère tous pays confondus)
- **32 %** adorent l'esthétique « cottage core » et le style cosy (1ère tous pays confondus)
- **83 %** ne pourraient pas se passer d'un espace extérieur (1ère tous pays confondus)
- **62 %** déclarent que leur logement est habité et confortable, il n'est pas toujours parfaitement rangé, et cela ne pose pas de problème (n° 1 tous pays confondus)
- **53 %** considèrent qu'un bureau dédié à domicile est indispensable, il est important de séparer vie professionnelle et vie privée (n° 1 tous pays confondus)

Canada

Les Canadiens sont plus enclins à considérer leur logement comme un investissement financier que tout autre pays de cette étude

Le Canada se situe à mi-chemin entre les mentalités européennes et américaines en matière d'accession à la propriété et présente certains des résultats culturels les plus marquants de l'étude. 32 % des Canadiens affirment que la cuisine est le cœur de la maison, ce qui le place en tête de tous les marchés, soit le double de la France (16 %) et le triple des Pays-Bas (9 %). 50 % considèrent l'accession à la propriété comme un investissement financier, ce qui représente le pourcentage le plus élevé tous pays confondus. Cependant, les propriétaires canadiens comptent parmi les plus attachés à leur logement : 64 % d'entre eux affirment qu'ils l'achèteraient sans hésiter à nouveau.

La donnée la plus surprenante au Canada : 69 % des personnes interrogées appliquent la règle consistant à se déchausser à la maison, soit près du double du taux américain (37 %) et un chiffre comparable à celui du Japon.

58 % estiment qu'un sous-sol est indispensable, contre seulement 6 % au Royaume-Uni et 17 % en France ; la pièce dont les propriétaires canadiens se disent le plus incapables de se passer est une buanderie ou une pièce dédiée aux tâches ménagères (73 %). Le Canada occupe la dernière place en matière d'adoption des panneaux solaires, avec un taux de 5 %, bien que les Pays-Bas aient démontré qu'il n'est pas nécessaire de bénéficier d'un climat ensoleillé pour tirer parti de cette technologie.

Chiffres clés

- **Le sens de la gestion financière**
  - **39 %** rénovent pour augmenter la valeur de revente (1ère place tous pays confondus)
  - **50 %** considèrent l'accession à la propriété comme un investissement financier
  - **68 %** ne peuvent pas assumer sans difficulté toutes les réparations nécessaires
  - **59 %** effectuent eux-mêmes la plupart des réparations
  - **53 %** sont stressés par les réparations imprévues ou d'urgence

- **Une conception différente**
  - **32 %** considèrent que la cuisine est le cœur de la maison (1ère place tous pays confondus)
  - **58 %** estiment qu'un sous-sol est indispensable (contre 6 % au Royaume-Uni et 17 % en France)
  - **5 %** ont installé des panneaux solaires

- **Le souci de la propreté**
  - **73 %** déclarent ne pas pouvoir se passer d'une buanderie ou d'une pièce dédiée aux tâches ménagères, 2e place derrière le Brésil
  - **69 %** imposent la règle de se déchausser, près du double du taux observé aux États-Unis

Faits marquants par génération au Canada

- **Baby-boomers et génération silencieuse au Canada :** 68 % décrivent leur logement comme « habité et confortable », contre 46 % chez la génération Z et les milléniaux, il s'agit du plus grand écart générationnel en matière de mode de vie révélé par l'étude

À propos de cette étude

Ce rapport s'appuie sur une enquête en ligne menée auprès de 4 492 propriétaires dans 10 pays, réalisée entre le 1er et le 19 mai 2026. Les personnes interrogées ont fait l'objet d'une sélection préalable afin de vérifier qu'elles étaient bien propriétaires de leur résidence principale. Tous les entretiens ont été menés en ligne. Des quotas par sexe et par tranche d'âge ont été appliqués afin de garantir la représentativité des échantillons dans chaque pays.

Tailles d'échantillon et marge d'erreur (intervalle de confiance à 95 %)

- États-Unis : n=1 237 | ME ±2,8 % (inclut les suréchantillonnages par État : CA, FL, IL, IN, NY, TX)
- Royaume-Uni : n=1 000 | ME ±3,1 %
- Canada : n=500 | ME ±4,4 %
- France : n=500 | ME ±4,4 %
- Allemagne : n=466 | ME ±4,5 %
- Pays-Bas : n=411 | ME ±4,8 %
- Australie : n=100 | ME ±9,8 % (résultats indicatifs)
- Japon : n=94 | ME ±10,1 % (indicatif, à utiliser avec prudence ; échantillon plus petit)
- Corée du Sud : n=84 | ME ±10,7 % (indicatif, à utiliser avec prudence ; échantillon plus petit)
- Brésil : n=100 | ME ±9,8 % (résultats indicatifs)

Note sur les analyses par génération

Dans le présent rapport, la répartition par génération s'appuie sur les catégories suivantes :

- Millennials/Gen Z (nés entre 1981 et 2012), de 14 à 45 ans
- Gen X (nés entre 1965 et 1980), de 46 à 61 ans
- Baby-boomers/génération silencieuse (nés en 1964 ou avant), 62 ans et plus

Les conclusions relatives aux sous-groupes générationnels s'appuient sur des échantillons de taille importante, notamment aux États-Unis et au Royaume-Uni, où toutes les cohortes générationnelles comptaient plus de 250 personnes (n = 250), ce qui se traduit par des marges d'erreur inférieures à environ ± 6,2 %. Sur les autres marchés, la taille des échantillons générationnels variait entre n = 97 et plus selon les cohortes. Bien que les marges d’erreur des sous-groupes soient naturellement plus importantes que les chiffres au niveau national, ces résultats fournissent une indication claire des différences générationnelles et doivent être interprétés en tenant compte de la taille de l’échantillon.

Remarque concernant la rubrique « Concours de beauté des maisons IA »

Les images présentées aux participants étaient des visualisations générées par IA, basées sur la valeur moyenne des logements dans chaque pays. Les résultats reflètent les réactions à ces images et ne doivent pas être interprétés comme un classement de l'esthétique des logements dans la réalité. Les participants ont visionné des images générées par IA et non identifiées, représentant une « maison familiale typique » de chacun des 10 pays, ce qui signifie qu'ils ne savaient pas quel pays ils choisissaient.
Afin d'éviter que les marchés les plus importants n'influencent de manière disproportionnée les résultats, le classement international a été calculé à partir d'une moyenne pondérée de manière égale entre les dix pays, ce qui a permis d'accorder à chaque marché le même poids, quelle que soit la taille de l'échantillon. Cette approche a été délibérément choisie pour éviter que des échantillons plus importants, tels que ceux des États-Unis et du Royaume-Uni, ne faussent le résultat global.

Contact presse

Pour les demandes médias, les requêtes de données ou extraction de données spécifiques à un pays, veuillez contacter : pr@angi.com

2026 Angi Inc. Tous droits réservés.
Angi International Homeowners Study 2026