

L'oniomanie, ou quand acheter devient une drogue

Marie-Pierre Genecand

7–8 minutes

«Cette veste, pourquoi pas? Et puis non, une autre fois!» Pour la plupart d'entre nous, acheter constitue une ronde plus ou moins équilibrée entre séduction et nécessité. Mais pour 6% de la population – le chiffre est imprécis, faute de consultations – acheter n'a pas ce côté anodin, léger. Ces personnes, plutôt jeunes et souvent féminines, connaissent l'enfer des achats compulsifs qui prennent le contrôle de leur vie et peuvent grever leur budget jusqu'à l'endettement.

[Yasser Khazaal](#), professeur à l'Unil et médecin-chef au Service de médecine des addictions du CHUV, à Lausanne, détaille ce syndrome également appelé oniomanie et explique comment les victimes parviennent à s'en sortir, moyennant un apaisement intérieur et une nouvelle relation à la consommation. Noël, son petit soulier, ses jouets par milliers? Pour certains, acheter n'a pas la saveur d'un moment partagé, mais le goût âcre de la honte cachée.

La somme de 480 millions de dollars: c'est, selon le magazine économique français [Challenges](#), ce que Johnny Depp, le plus célèbre des oniomanes, aurait dépensé en vingt ans. Un ranch dans le Kentucky, cinq villas à Beverly Hills, un atoll aux Bahamas, mais aussi 45 voitures de luxe, 70 guitares de

collection, 200 œuvres d'art signées Warhol, Basquiat, Klimt ou Modigliani. Sans oublier l'indispensable yacht qui, au-delà de ses 18 millions initiaux, aurait coûté 30 000 dollars d'entretien par mois, auxquels il faut ajouter les 300 000 dollars de salaire des 80 employés à bord... Ces chiffres vous donnent le tournis? A l'acteur aussi. Désormais baptisé Johnny «Debt», le héros de *Pirates des Caraïbes* serait incapable d'honorer ses dépenses courantes et vivrait poursuivi par ses créanciers.

Notre podcast sur un TOC: [La trichotillomanie, le fardeau secret de Serena](#)

Jeunes et fragiles

On s'en doute, cet exemple n'est pas représentatif des victimes classiques d'oniomanie. Pas besoin d'avoir un compte en banque indécemment riche pour succomber à cette fièvre acheteuse. «Au contraire, observe l'addictologue Yasser Khazaal, les premiers accès commencent souvent vers l'âge de 18 ans, alors que les jeunes n'ont pas encore atteint la stabilité financière. Dès lors, ils se trouvent rapidement en grande difficulté et s'endettent, empruntent ou, pire, peuvent aller jusqu'à voler et à détourner des fonds pour satisfaire leur addiction.» Ce qui est préoccupant, c'est que la première consultation intervient souvent dix ans après le début de la crise. «Beaucoup trop tard, compte tenu de l'emprise de cette manie.»

Quels sont les critères qui différencient un acheteur très gourmand d'un oniomane? «Le premier concerne la perte de contrôle, répond le médecin. La personne est dans un tel état de tension que la pulsion court-circuite la raison. L'autre critère réside dans la place prioritaire que prend cette activité.

L'acheteur peut passer des heures à regarder des sites, des prospectus, etc., pour traquer une bonne affaire. Enfin, le

dernier critère concerne les difficultés secondaires que cette maladie génère. Les dettes, les emprunts, donc, mais aussi les mensonges, le sentiment de honte, la solitude.»

Lire aussi: [Titiou Lecoq: «La série de Netflix sur Marie Kondo pose un problème de société»](#)



L'objet ne compte pas

Dans l'oniomanie (du grec *onios*, «à vendre»), l'objet acheté n'a pas d'importance. Contrairement au collectionneur qui chérit son achat, l'oniomane ne chérit que la transaction, le moment d'excitation qui précède l'acquisition et le soulagement éprouvé par la suite. Lors d'une crise, les zones du cerveau associées à l'émotion et à la récompense sont activées, alors que le cortex préfrontal peine à exercer son pouvoir de contrôle et d'inhibition. Comme une personne fatiguée a plus facilement tendance à succomber à cette fièvre, beaucoup de ces achats compulsifs ont lieu en fin de journée. D'ailleurs, quand le patient combat cette addiction, aller faire ses courses le matin compte parmi les mesures de protection.

Qu'est-ce que l'oniomanie dit des gens qu'elle touche? Certains ont une impulsivité augmentée, répond Yasser Khazaal. D'autres des fragilités émotionnelles qu'ils régulent à travers ces achats. D'autres encore cherchent à se valoriser à leurs propres

yeux ou aux yeux de leur entourage en exhibant des objets ou en les offrant. Dans ce cas, ces acheteurs peuvent être rivés à une marque en particulier. Enfin, il y a simplement des oniomanes qui ont un rapport très immature aux campagnes publicitaires. Contrairement à la majorité des consommateurs, qui ne succombe pas à toutes les promesses marketing, les acheteurs compulsifs considèrent plus facilement une «occasion» comme immanquable.

Bijoux et caméras

Cette question qui brûle les lèvres, donc: même si l'objet n'est pas l'enjeu de l'achat, y a-t-il tout de même des articles particulièrement visés par les oniomanes? «Les femmes ont tendance à acheter des vêtements, des chaussures, des produits de maquillage, des bijoux et des articles pour la maison. Les hommes achètent plutôt des CD, des livres, des outils, des gadgets, du matériel informatique et des caméras», répond le site Psychomedia.qc.ca. Redoutant les «clichés de genre», Yasser Khazaal préfère préciser que la problématique se manifeste aussi par «de petits achats, pas forcément coûteux, mais très répétés».

Quelles sont les thérapies proposées par le Service de médecine des addictions du CHUV? «L'approche motivationnelle et les psychothérapies sont les traitements de choix, répond l'addictologue. La personne nous parle d'abord de son contexte et de ses motivations. Ensuite, nous explorons avec elle autant les bénéfices perçus lors des crises (ce qu'elle répare ou ressent en achetant) que les désagréments. Grâce à cette investigation, nous choisissons des stratégies pour réduire les risques d'exposition.»

Carte bancaire bridée

L'oniomane pourra, par exemple, ne plus associer baisse de moral et achats en développant d'autres manières de réguler ses émotions et ses besoins affectifs. Il pourra aussi faire brider ou abandonner ses cartes bancaires, éviter de passer près d'un magasin tentateur ou ne plus lire les prospectus qui présentent des produits, des actions. Dans la même idée, il se désinscrira des *mailing lists* publicitaires et désactivera les notifications de consommation.

Les plus touchés peuvent même demander à être placés sous curatelle de gestion pendant une période délicate. Enfin, conclut le médecin, il faut aussi tenir compte de possibles comorbidités comme, par exemple, un trouble anxieux ou un trouble de l'humeur qui nécessiteraient des traitements spécialisés complémentaires.

On le voit, une aide efficace existe pour endiguer cette fièvre acheteuse. L'ennui, c'est que beaucoup de concernés consultent tard ou pas du tout. L'appel (de Noël) est clair: si l'achat est devenu votre maître, n'hésitez pas à vous faire aider pour reprendre le contrôle.