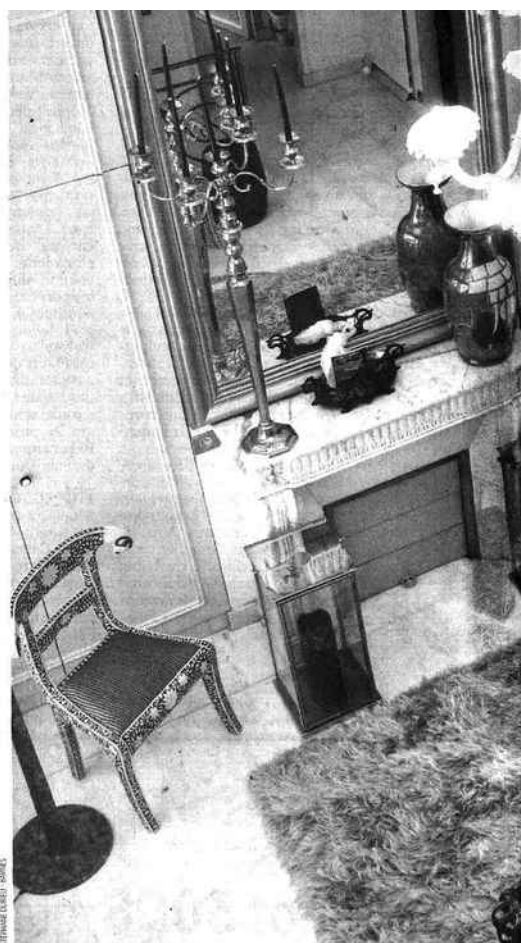


# L'IMMOBILIER

fait toujours rêver



**S**i les prix fléchissent, l'attractivité de la pierre n'en reste pas moins forte. Alors que se tient, ce week-end, à Paris porte de Versailles, le Salon national de l'immobilier, le marché foisonne d'initiatives. Par exemple, le relooking ou encore l'émergence des chasseurs d'appartement. Quant aux adresses de prestige, avec leurs beaux atours, elles résistent à la déprime ambiante.

## Les beaux quartiers font de la résistance

Les idées reçues sont légion. Comme celle qui voudrait que l'immobilier de prestige soit immunisé contre la crise économique et financière, au motif que celle-ci transformerait au pire les acquéreurs milliardaires en simples millionnaires. Or, depuis septembre, l'immobilier de luxe à Paris n'échappe plus à la baisse des prix dont souffre le secteur dans son ensemble. Mais si peu.

Qu'entend-on par immobilier de prestige ? Des hôtels particuliers ou appartements avec parquets, moulures, salons de réception, terrasses, jardins, et dont la valeur dépasse le million d'euros. Ces merveilles se concentrent dans quelques secteurs de la capitale : le IV<sup>e</sup> arrondissement, avec la mythique île Saint-Louis, les V<sup>e</sup>, VI<sup>e</sup> et leurs vues sur le jardin du Luxembourg ou l'église Saint-Germain-des-Prés. Mais aussi le VII<sup>e</sup>, avec en point de mire le Champ de Mars, sans oublier les « chichis-simes » VIII<sup>e</sup> (côté Champs-Élysées) et XVI<sup>e</sup>.

Certains de ces arrondissements font, ainsi, encore de la résistance. Selon le courtier Meilleursagents.com, les prix de l'immobilier ont respectivement grimpé de 1,7 % et de près de 3 % dans les VI<sup>e</sup> et VII<sup>e</sup>, entre le 1<sup>er</sup> janvier 2008 et le 1<sup>er</sup> janvier 2009. En revanche, ils ont stagné dans le VIII<sup>e</sup>.

Surtout, les prix ont baissé dans l'emblématique XVI<sup>e</sup> de 2,7 %. « La baisse est bel et bien là depuis octobre, elle a été soudaine », confirme Charles-Marie Jottras, président de Daniel Féau Conseil Immobilier, un réseau d'agences qui représente la moitié environ des transactions de plus de 4 millions d'euros sur le marché parisien.

### Peu de transactions

« Depuis trois mois, les promesses de ventes sont signées à des prix inférieurs de 10 % à 15 % à ceux auxquels on vendait ce même type de biens six mois plus tôt », précise Charles-Marie Jottras. Pour la bonne raison que, dans le même temps, « le nombre de ventes a chuté de 20 % », ajoute le président de Daniel Féau Conseil Immobilier. Une chute logique car les clients tentent de négocier une baisse du prix de vente, de 5 % à 10 % en moyenne, alors que les propriétaires ont encore en tête les prix d'il y a six mois, quand, par exemple, un hôtel particulier de 3.000 mètres carrés dans le VII<sup>e</sup>, rue Monsieur, près des Invalides, avait trouvé preneur à 66 millions d'euros.

Pourtant, ces produits de luxe intéressent des grandes fortunes, qui gagnent plus de 1 million d'euros par an, et n'ont aucun mal à obtenir un crédit

bancaire. Et de toute façon, dans cette catégorie d'acheteurs, le bien immobilier se paie souvent comptant. De plus, « les motivations d'achat des acquéreurs fortunés n'obéissent pas toujours à la rationalité qui caractérise les autres types d'acteurs. Ils peuvent se décider sur un simple coup de cœur », témoigne la société de conseil en immobilier CB Richard Ellis. Surtout en France où, contrairement à Dubaï par exemple, ce n'est pas la fiscalité sur l'immobilier qui est susceptible d'intéresser les acquéreurs potentiels. Ces derniers achètent « pour le prestige des adresses », renchérit Didier Brethes, directeur général délégué de Foncière Paris France.

### Clients attentistes

Les biens ne sont pas tous affectés dans la même proportion par la crise. « Ceux qui souffrent le plus sont ceux dont la valeur est comprise entre 1,2 et 2,5 millions d'euros. Autrement dit les grands appartements bourgeois, beaux mais sans qualités exceptionnelles telle une terrasse avec vue sur les Invalides », explicite le patron de Daniel Féau Conseil Immobilier. « Les gens hésitent », déplore-t-il. Les clients sont d'autant plus attentistes qu'ils espèrent une poursuite de la baisse des prix, dans le

sillage de Londres. Première capitale européenne touchée par la crise de l'immobilier, Londres aurait connu une chute de 15 % à 20 % des prix de l'immobilier de luxe en 2008, d'après des experts.

### Paris bon marché

Des baisses somme toute salutaires. « Grâce au recul des prix et au fléchissement des taux d'intérêt, le nombre de ventes est en train de remonter », se félicite Charles-Marie Jottras. Et d'ajouter : « Depuis trois semaines, nous avons beaucoup de visites, les transactions reprennent. » D'autant plus que, et les riches étrangers (lire article ci-dessous) à la recherche d'une belle adresse dans la Ville lumière le savent bien, le marché des biens de luxe à Paris est caractérisé par la pénurie. Tout simplement parce qu'il n'y a pas la place de construire des logements neufs dans les beaux quartiers de Paris.

Autre élément qui plaide en faveur d'une remontée des prix de l'immobilier de prestige à Paris, la capitale reste relativement bon marché avec, dans les arrondissements les plus convoités, un mètre carré qui n'excède pas 20.000 euros, contre 50.000 euros dans les quartiers les plus huppés de Londres et 90.000 euros aux alentours de la place Rouge à Moscou. CHRISTINE LEJOUX

## TENDANCE

# Un ange gardien pour dénicher la perle rare

**Time is money. Les Anglo-Saxons ont parfaitement intégré cette devise. Depuis plus de quinze ans, ils font appel à des « flat hunters » – chasseurs d'appartements – pour trouver le bien immobilier de leur rêve. En France, cette profession est en plein essor.**

Les pionniers ont ouvert boutique début 2000, mais la majorité des 150 acteurs positionnés sur ce marché ont moins de deux ans d'ancienneté. Une toute jeune profession déjà scindée entre, d'un côté, la Fédération française des chasseurs immobiliers et, de l'autre, la Fédération nationale des chasseurs immobiliers. Cette dernière ayant pour règle d'or de ne pas « mélanger » les métiers, ses membres ne peuvent effectivement pas être gérants d'agence ou prendre des produits à la vente. L'objectif : éviter les conflits d'intérêts. « Nous sommes fiers de cette indépendance qui nous

permet d'avoir une vraie hauteur de vue », explique Gilles Larosée, président de Paris à Part.

## Pour les jeunes aussi

Dans un contexte où les produits sont peu nombreux sur le marché, les acheteurs sont de plus en plus tentés de faire appel à eux. Beaucoup sont épuisés d'avoir cherché en vain pendant plusieurs mois le bien de leur rêve. Par ce biais, Martine Borries a enfin trouvé un appartement pour son fils Damien, après qu'il eut décroché son premier emploi à Paris. « Les agences ne le prenaient pas au sérieux du fait de son jeune âge. En raison de ses horaires de travail, il ne pouvait multiplier les visites. Pour nous qui habitons Montpellier, ce n'était pas facile de faire des allers-retours », témoigne-t-elle.

Lassée de ce parcours du combattant, elle a choisi de faire appel à un chasseur d'appartements. Elle a trouvé un bien en quinze jours grâce aux services de Christine Pelosse, à la tête d'Homelikehome. Celle-ci satisfait les besoins d'une clientèle largement constituée de provinciaux, d'expatriés en quête d'un pied-à-terre et de Parisiens débordés. « Nous définissons avec eux un cahier des charges précis et les aidons à déterminer leurs critères. Nous visitons ensuite des biens en faisant abstraction de nos goûts, et en gardant à l'esprit leurs propres exigences. Nous apportons aussi notre capacité à nous projeter car la décoration est souvent trompeuse », précise-t-elle.

## Palette de services

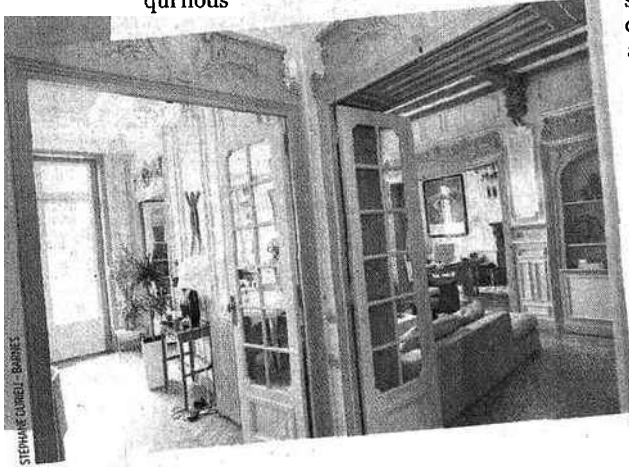
Elle établit systématiquement des comptes rendus de visite, mais n'appelle le client que lorsque le produit lui correspond à 95 %. « On leur demande d'être très réactifs. Il arrive même qu'ils fassent des offres à distance. Par la suite, nous leur proposons d'autres prestations : inscription des enfants à l'école, gestion des réunions de copropriété, or-

ganisation des travaux et décoration d'intérieur », ajoute la professionnelle.

Si les chasseurs sont sollicités, c'est précisément parce qu'ils ne se contentent pas de trouver la perle rare. Ils offrent toute une palette de services qui vont des enquêtes de voisinage aux négociations avec le vendeur, en passant par une aide active pour trouver des financements. Les clients avancent rarement les honoraires : le chasseur leur fait signer un mandat de recherche exclusif de trois mois et ne prend sa commission qu'une fois la transaction finalisée. Elle varie de 2 % à 7 % du montant du bien, selon notamment qu'il a été mis en vente par un particulier ou par des agences. Ces dernières sont ravies de cette nouvelle manne. « Grâce à Flat Hunter, je viens de vendre un appartement de 33 m<sup>2</sup> à 240.000 euros. Seul un étranger pouvait acheter ce type de produit », s'enthousiasme Jonathan Amsellem, gérant de l'agence Horizon à Paris.

Le chasseur d'appartements permet assurément de gagner du temps, pas nécessairement de réaliser une bonne affaire.

ARIANE WARLIN



## PARIS, L'EFFET CARTE POSTALE

La déroute de la livre sterling a eu raison de l'engouement des Britanniques pour les appartements parisiens. L'appauvrissement général des classes aisées américaines a eu le même effet. Quant aux Russes, réputés peu regardants sur les prix, ils ont quasi disparu. La clientèle du Moyen-Orient, toujours présente, serait-elle la seule à ne pas désertier le marché immobilier parisien ? Non.

D'abord, les Européens restent très présents et, surtout, de « nouveaux entrants » font leur apparition. Parmi eux figurent des Sud-Américains (essentiellement Brésiliens) et des Asiatiques (en grande partie Chinois). Paris n'est pas menacé par une désaffection généralisée des investisseurs étrangers. Mais, pour la majorité des acquéreurs, l'achat réfléchi et pondéré s'impose. « Les étrangers font des offres plus mesurées qu'auparavant », note Alexandre Moisset, à la tête du groupe Mobilis. Benoit Benisti, directeur du cabinet études et conseils Jacques Azoulay, observe que la crise a généré des phénomènes d'investissement locatif assez inédits : « Une société danoise nous a acheté un appartement dont elle revend les parts à 4 ou 5 familles. Ces dernières se réservent environ une semaine chacune dans l'année et louent le reste du temps. »

Contrairement à une idée reçue, les biens de très grand luxe séduisent toujours cette clientèle. « Pour des produits au-delà de 5 millions d'euros, nous avons 80 % d'étrangers. Ils souhaitent diversifier leur patrimoine et investir dans une valeur sûre. Même à 24.000 euros le m<sup>2</sup>, des biens de qualité aux Invalides ou place des Vosges trouvent preneur », explique Thibault de Saint-Vincent, directeur de Barnes International. Il vient de vendre 1,9 million d'euros un appartement rue Saint-Honoré à un Italien.

L'agence Ad Valorem a créé un département spécial pour proposer à cette clientèle toute une palette de services, qui vont de la prise en charge à l'arrivée à Paris jusqu'à la mise en place de conciergeries dans les immeubles. À la tête de cette cellule, Florence Erntzen explique que la demande des étrangers concerne essentiellement des biens de 5 pièces et plus : « Ils ont des habitudes de vie et ils souhaitent acheter des appartements de grand luxe pour y donner des réceptions, même s'il s'agit de résidences secondaires. » Charles-Marie Jottras, patron de Féau, fait aussi remarquer que « les étrangers continuent de plébisciter le VI<sup>e</sup>, le VII<sup>e</sup> et le triangle d'or ». Les anciens clivages rive droite-rive gauche se brouillent, mais le cliché de la carte postale parisienne, lui, semble rester immuable. A. W.

## PASSION

### L'AMOUR DES VIEILLES PIERRES

Acquérir une église en Bourgogne ou un moulin normand du XII<sup>e</sup> siècle, certains en rêvent ! « Cela leur permet de s'approprier vraiment les lieux. Ils n'achètent pas à des fins spéculatives mais par plaisir d'acquérir des résidences originales », souligne un agent immobilier, spécialiste de ce type de transactions. Dans son ouvrage intitulé « Passion pierre », le journaliste du « JDD » Bertrand Gréco s'est intéressé à une cinquantaine de propriétaires qui se sentent dépositaires d'un patrimoine historique et consacrent leur vie à rénover et entretenir de vieux bâtiments.

Il relate par exemple le parcours de la famille Pasté de Rochefort qui a racheté en 1983 le château de Condé, dans l'Aisne. Le père, Alain, était directeur financier chez Total. Il a tout plaqué pour se consacrer à ce monument de 2.000 m<sup>2</sup>. Hivers frigidants, renoncement aux vacances, dépenses abyssales... ce choix de vie implique beaucoup de sacrifices. C'est aujourd'hui son fils, Aymeri, âgé de 36 ans, qui a dû convaincre femme et enfants de mener



la vie de château. Contrairement aux apparences, ce n'est pas une sinécure. Il a fait de Condé une petite PME qui accueille tous les ans 12.000 visiteurs, mais aussi des séminaires d'entreprise. L'aspect économique n'est certes pas la motivation de ce type de projet, tant ces activités ne sont pas lucratives. Alors pourquoi ce sacerdoce ? « Toutes les familles que j'ai rencontrées se sentent investies d'une responsabilité et d'un patrimoine à transmettre. Elles ont le sentiment de s'inscrire dans l'histoire. Si beaucoup ont du sang bleu dans les veines, les autres sont avant tout des passionnés qui tombent amoureux d'un lieu et entendent le marquer de leur empreinte », témoigne Bertrand Gréco. Entre ces propriétaires enflammés et des lieux classés monuments historiques ou appartenant au patrimoine rural, ce sont de véritables histoires d'amour qui se nouent. A. W.

À LIRE : « Passion pierre » aux éditions Hoëbeke, 224 pages, 29,50 euros.

# Relooker son intérieur pour mieux vendre



STÉPHANE DURÉU - BARNES

C'est le syndrome de la mariée, bien connu de ceux qui vendent leur entreprise : faire en sorte qu'elle soit la plus belle. Les professionnels ne parlent plus que du « homestaging ». Ce concept, importé des États-Unis, consiste à mettre un bien en valeur afin qu'il se vende à la fois plus cher et plus vite ! Une « mise en beauté » d'autant plus essentielle que, lors d'une visite d'appartement, le coup de cœur se joue dès les premières secondes. Il faut donc conquérir l'acheteur potentiel, mais aussi ne pas le décevoir de façon rédhibitoire. Car celui-ci a le fâcheux travers de percevoir d'emblée les failles que les propriétaires des lieux ne voient même plus. Une porte qui ne ferme plus, des monticules de jouets dans une chambre, un robinet qui fuit ou une peinture défraîchie sont de nature à susciter chez lui des réticences immédiates.

« Notre action consiste à neutraliser les défauts de présentation du bien en le désencombrant et en le mettant au goût du jour. Cela permet de faire chuter le délai de vente à 45 jours, au lieu de la moyenne nationale de 160 jours » défend Mathieu Zerbib. Il vient de lancer à Lyon son agence de « homestaging » baptisée Objectif Home. Pour se préparer à cette profession d'un genre nouveau, il est parti suivre une formation spéciale au Canada. Là-bas, ce concept est entré dans les mœurs.

Si la profession compte déjà chez nous une cinquantaine d'acteurs, les Français, eux, ne semblent pas encore tout à fait mûrs pour ce type de services. « Ils ne voient pas l'intérêt d'investir alors qu'ils vont déménager. Nous tâchons de leur expliquer que de toute façon ils perdront de l'argent, car l'agence sera obligée de baisser le prix du bien. Précisément, ceux qui viennent

nous voir galèrent depuis plus de six mois pour vendre au prix qu'ils souhaitent », précise Mathieu Zerbib. Le coût de sa prestation ? Entre 400 et 3.000 euros, en fonction de l'état du bien et du temps que le client est prêt à y consacrer.

Marie Goguet, elle, préfère un tarif fixe de 15,50 euros par mètre carré. Après avoir découvert le « homestaging » il y a trois ans, elle a été immédiatement séduite et a lancé Immostyling. Selon elle, la démarche est très différente de la décoration d'intérieur, son métier initial : « Il ne s'agit plus de satisfaire le souhait d'un client, mais de séduire les acquéreurs en leur montrant le potentiel d'un bien. Il faut qu'ils puissent s'identifier, or 90 % n'ont pas la faculté de se projeter. Nous intervenons pour effacer un style trop marqué et optimiser les surfaces. Il est essentiel de les dépersonnaliser en les rendant aussi neutres que possible. »

**« Faire chuter  
le délai  
de vente  
à 45 jours,  
au lieu  
de 160 jours. »**

De la même façon que le propriétaire d'une voiture la nettoie et la fait réviser avant de la vendre, il lui semble logique de mettre un appartement « en situation ».

Dans le cadre de mesures anticrise, il n'est pas rare que les agences immobilières participent aux frais de « homestaging ». Ainsi, Jean-Louis Sadone, propriétaire de deux agences dans l'ouest de Paris, offre désormais ce service aux propriétaires : « Il se justifie pour environ 20 % des biens que nous commercialisons. Nous tâchons de convaincre les propriétaires de la légitimité de cette prestation. Certains ont le sentiment que l'on désapprouve leurs goûts. » En vérité, les vendeurs ont pris l'habitude d'être en position de force. Mais aujourd'hui, le rapport s'est inversé. En faisant la fine bouche, les acheteurs promettent de beaux jours au « homestaging ». **A. W.**



## Residences secondaires de grand luxe d'un genre nouveau

**L**es bonnes vieilles maisons de famille auraient-elles du plomb dans l'aile ? Difficiles à entretenir et parfois sources de disputes, elles semblent concurrencées par de nouveaux concepts séduisants...

« Je ne veux ni posséder les choses, ni en être responsable. Je veux simplement qu'elles soient là quand j'ai besoin d'elles », disait Audrey Hepburn. La génération « zapping » a fait sienne cette épicurienne devise.

Des produits « haut de gamme » font leur apparition en proposant, par le biais de parts, d'adhérer à un club assurant aux « propriétaires » de passer leurs vacances dans des endroits de rêve sans se soucier des aléas habituels de l'entretien. Avec plein de petits services « plus » comme disposer d'un concierge pour réserver un green-fee ou une bonne table. Villas en bord de mer, splendides châteaux ou encore luxueux chalets, le principe repose sur un type de foncière inédite : on achète des parts et on devient pro-

priétaire d'actifs mais pas du bien immobilier. Résultat : on part en vacances en choisissant la destination dans le catalogue de la foncière. Ainsi la toute jeune société My Stones, avec quatre destinations (Marrakech, Bali, l'île Maurice et Chamonix), propose à un public très aisé de réaliser un placement immobilier tout en accédant à des vacances haut de gamme. Le coût des parts, véritable droit d'entrée dans ce « club », varie entre 100.000 et 300.000 euros et permet de devenir propriétaire des actifs. À cela, s'ajoute une cotisation annuelle entre 3.000 et 9.000 euros, puis un forfait journalier d'occupation. Pendant le séjour, tout est conçu pour le confort des membres. Chef à domicile, coach, masseur, baby-sitter, jardinier... veillent à leur bien-être.

### Avantages sans les inconvénients

« S'occuper d'un patrimoine immobilier prend beaucoup de temps. Nos clients souhaitent avoir accès à de belles propriétés sans les désagréments liés à leur entretien. La jeune génération est beaucoup plus mobile que la précédente. Elle ne se satisfait plus des résidences familiales. Elle a besoin de diversité », explique François d'Hauthuille, cofondateur de cette foncière nouvelle en France.

D'ici cinq ans, elle devrait rassembler un millier de membres autour de 100 propriétés réparties sur 30 destinations dans le monde.

Un peu dans le même esprit, Garrigae Investissements réhabilite des résidences dans des lieux uniques et pleins de charme. Des particuliers fortunés peuvent acquérir couvents, propriétés viticoles, châteaux et autres distilleries en bénéficiant d'avantages fiscaux importants grâce au statut LMP (loueur en meublé professionnel). Ils perçoivent une partie des recettes de la location, mais peuvent aussi choisir de séjourner dans les différentes villégiatures du groupe, dotées de services du type spa, activités sportives et culturelles, room service... Avantage suprême, ils sont déchargés des travaux d'entretien (peintures, problèmes de toiture, jardinage et travaux en tout genre), dont le coût est considérable.

« Notre clientèle est majoritairement étrangère. Les Français ne représentent en effet que 10 % des acquéreurs, contre 40 % de Britanniques, 20 % d'Irlandais et 10 % de Belges. Les 20 % restants se partageant entre Danois, Suédois, Chinois, Américains, ressortissants de Dubaï et de Singapour », précise Miguel Espada, fondateur de cette structure. Ces nouvelles formules de multipropriété sont différentes du système de « time-share » qui a fait l'objet de nombreux abus. Non seulement il n'y a pas de problèmes de disponibilités des biens, mais les clients ne s'engagent pas sur un bien unique à des dates fixes. Elles restent néanmoins réservées à quelques happy few. **ARIANE WARLIN**

# La French Riviera : sexy mais pas trop

Elites du show-biz, businessmen et étrangers fortunés sont depuis toujours attirés par la French Riviera. Si elle continue de séduire, elle semble néanmoins concurrencée par d'autres destinations moins galvaudées.

Chez Barnes on ne dément pas l'attractivité persistante de la Côte d'Azur: « Sur la Croisette, les prix peuvent atteindre 50.000 euros le mètre carré, soit plus cher que l'avenue Montaigne », précise Philippe Magaud, directeur associé. Dans son agence, on parle toutes les langues pour s'adapter à une clientèle très majoritairement étrangère. Pourtant, cette dernière s'est considérablement tarie. « Elle représentait une manne considérable. La baisse des prix de 10 % à 15 % n'a pas suffi à la remotiver », avoue Alexandre Lanfranco, de l'agence Vizcaya.

## La crise inconnue

Non par désamour, mais pour des raisons conjoncturelles, les Anglo-Saxons qui avaient beaucoup investi dans le sud de la France, sont aujourd'hui nombreux à mettre leurs biens en vente. Quant aux Russes, qui avaient fait grimper les prix, ils ont quasiment disparu en raison de leurs déboires boursiers. Mikhaïl Prokhorov, qui avait défrayé la chronique avec une offre extravagante de 500 millions d'euros pour l'achat de la villa Leopolda à Villefranche-sur-Mer, cherche aujourd'hui à se désengager.

« Nous venons de vendre une villa de 800 m<sup>2</sup> pour 10 millions d'euros à un homme d'affaires russe », nuance Heathcliff Zingraf. Son agence, qui propose des biens de très grand luxe, ne souffrirait pas de la crise.



D'autres richissimes acheteurs seraient-ils en train de prendre la relève? « En septembre 2008, un Indien s'est offert une propriété de 40 millions d'euros. Les Chinois, les Norvégiens et les Danois s'intéressent eux aussi à cette région. Quant aux émirs, ils devraient revenir avec l'évolution du cours du pétrole », observe Jérôme Renaud, président de la Fnaim des Alpes-Maritimes.

## Marchés émergents

D'autres habitudes commencent à émerger. « Certains Français qui auraient, il y a peu, été séduits par la Côte d'Azur, sont tentés d'échapper à ses clichés. Et préfèrent s'offrir une villa à l'île de Ré, en Bretagne ou en Normandie » analyse Marc Russo, directeur délégué du site Belles Demeures. « Ils affectionnent aussi la région de Bordeaux ou de Biarritz, où les

prix sont souvent plus accessibles », précise Yohan Boukobza, conseiller en patrimoine immobilier.

D'autres choisissent d'investir à l'étranger, profitant des opportunités avantageuses qu'offrent des pays émergents comme l'Argentine, le Brésil, l'Uruguay ou encore les Émirats arabes unis. « Les personnes fortunées recherchent un style de vie et un réseau d'amis potentiels. La sécurité est l'une de leur préoccupation première. La proximité de golfs ou de centres équestres fait aussi partie de leurs critères », souligne quant à elle Frances Reynolds, PDG d'une société d'investissement immobilier. Autre destination « tendance » : Miami. Les prix y ont chuté jusqu'à 30 % pour les maisons et jusqu'à 50 % pour les appartements. Le marché des biens d'exception est plus que jamais mondial. A.W.