

Revue de Presse - Le Figaro (Propriété de France) septembre 2006

PEUT-ON ENCORE ACHETER UN VIGNOBLE ?

PAR NICOLAS DE ROUYN

La réponse est oui. Bien sûr. Pourtant, voici un univers qui réunit dans le même bouillonnement des primeurs 2005 à des prix d'exception (plus de 500 euros le col pour les premiers crus classés de Bordeaux, du jamais vu), l'arrachage de vignes dans tous les vignobles français, l'émergence d'un Nouveau Monde du Vin qui ne joue pas avec les mêmes règles que nous, des records de vente pour de grands domaines bordelais ou rhodaniens, l'augmentation générale de la qualité et la baisse générale de la consommation d'alcool sous toutes ses formes dont le vin est la première victime et le vigneron, la seconde. Pourtant, les propriétés changent de mains. De nouveaux candidats à la vigne frappent chaque jour à la porte de nos spécialistes ès-vignobles. Ce qui est clair, c'est que l'on n'y comprend plus rien. Nous avons donc demandé à cinq spécialistes de la transaction de vignobles de nous donner leur avis sur l'état du marché. S'il vous plaît, Messieurs, expliquez-vous.
...Extrait Interview de Stéphane Paillard...

La crise que subit le monde viticole français est-elle un facteur de ralentissement du marché ou, au contraire, le grand nombre de vignobles disponibles à la vente suscite-t-il des vocations ?

Stéphane Paillard : La crise va indéniablement affecter sur la durée le cours des transactions mais avec des différences sensibles selon les segments du marché et de la clientèle. Côté vendeur, les deux segments de marché qui ont depuis toujours été les nôtres, à savoir « la Résidence du Vin » et le courtage de vignes et terroirs rares, sont très peu affectés par la crise, avec une offre toujours très limitée pour des terroirs et des biens immobiliers d'exception. Côté acheteur, nous avons devancé le déplacement de la demande historiquement française vers une clientèle majoritairement internationale en ouvrant des bureaux à Moscou, Londres, Bruxelles, Dublin et Stockholm, notamment. Ceci nous a permis de maintenir une offre très soutenue sur ces deux segments de marché du luxe viticole qui sont les seuls à garantir une consolidation du patrimoine investi sur la durée.

Justement, parlons-en, la crise provoque-t-elle une baisse de tous les prix ?

Stéphane Paillard : Côté prix, l'offre limitée sur les deux segments que je travaille, combinée à une demande soutenue, et ce dans tous les niveaux de budget, n'a pas provoqué de baisse des prix. Elle a contribué à stabiliser la hausse régulière que nous avons connue depuis neuf ans.

Qui achète ? Peut-on définir un profil-type ?

Stéphane Paillard : Les acheteurs sont majoritairement d'origine européenne, avec une nette montée en puissance des Anglo-Saxons, des Scandinaves et l'émergence de nouveaux investisseurs russes et asiatiques. Il s'agit très souvent d'amateurs de vin qui nourrissent le rêve de devenir propriétaires d'un vignoble depuis de nombreuses années.

Dans votre clientèle, qu'est-ce qui compte le plus ? La qualité du bâti ou le potentiel du terroir ?

Stéphane Paillard : Dans notre activité de courtage de vignes rares, le terroir bien entendu et sa position au sein de chaque appellation, cru, voire clos, est le critère prioritaire de décision. Pour une « Résidence du Vin » la qualité immobilière est essentielle. La recherche se concentre sur des propriétés d'accès facile par le TGV, ou proches d'aéroports internationaux, situées au cœur d'une nature préservée et bénéficiant d'un environnement social de qualité. Néanmoins, le critère principal de décision demeure l'atmosphère qui se dégage du domaine. On doit se sentir bien dans sa propriété pour réussir son projet. Dans notre approche, la qualité du bâti existant est secondaire car nous offrons à notre clientèle un service clef en main de réhabilitation architecturale complète en douze mois avec des devis garantis. Cela permet à l'acheteur de modeler son lieu de vie sur mesure et, de façon subsidiaire mais essentielle, une restauration de qualité assurera une consolidation de la valeur de son investissement et de sa liquidité en cas de revente. D'autant plus si la propriété est située sur un marché à prépondérance immobilière.

À votre avis, l'expression « acheter une étiquette pour le prix d'une maison » est-elle juste ? Réflète-t-elle les motivations des acquéreurs ?

Stéphane Paillard : Votre formule a pu être d'actualité dans les années 1990, qui furent marquées par une prédominance de la motivation patrimoniale et successorale dans l'investissement, notamment pour les vignobles de Bordeaux. Elle ne reflète plus la motivation des acquéreurs sur les deux segments de



marché dont je m'occupe et qui sont les plus actifs du moment. Dans le cas d'une « Résidence du Vin », la motivation prioritaire de l'acheteur relève presque du sensoriel dans le sens où son objectif est de satisfaire, au travers de l'acquisition d'une propriété viticole, le fantasme qu'il nourrit pour goûter le bien-être et le plaisir d'une nouvelle tranche de vie vigneronne. Remplir cette mission appelle de notre part, lors de notre première rencontre avec chaque acheteur, une grande attention et aussi une écoute soutenue pour comprendre sa quête véritable souvent non-exprimée ou mal définie et réussir ainsi le mariage avec l'âme et le potentiel qui se dégage d'un vignoble particulier. Un travail d'horlogerie fine qui s'accompagne d'un nombre limité de visites et qui peut, si besoin est, s'inscrire dans la durée.

Jusqu'à où accompagnez-vous vos acquéreurs ? Jusqu'à l'étude du notaire ? Jusqu'au bureau de l'importateur de vins en Amérique ?

Stéphane Paillard : Nous accompagnons l'acheteur au gré de son attente, depuis la simple négociation-vente jusqu'à une livraison clef en main qui peut comprendre la structuration juridique de son investissement en prenant en compte les spécificités de la fiscalité agricole au regard de sa situation patrimoniale, le recrutement de personnel selon la disponibilité qu'il envisage de consacrer à son projet, la restructuration de l'outil de production viticole et bien entendu, la restauration des bâtiments en harmonie avec son projet de vie.

L'émergence d'une nouvelle race de vigneronnés appelés « néo-vigneronnés » est-elle une bonne chose pour le vignoble français ? Qu'est-ce qu'ils apportent à la filière ?

Stéphane Paillard : Ces investisseurs peuvent s'avérer vivifiants par l'apport d'une culture de marché différente, tant qu'elle est empreinte du pragmatisme qui a fait leur succès par ailleurs. Le risque n'est jamais absent, lorsque l'ego prend le dessus, de voir du vin produit « avec l'argent » dans le cadre de projets structurellement déficitaires. Ce qui peut être un facteur momentanément déstabilisant pour les vignobles qui commercialisent leur production sur le marché local.

Peut-on s'attendre à une vague de reventes de la part de ces néo-vigneronnés, submergés - ou simplement lassés - par les difficultés inhérentes à l'activité viticole ?

Stéphane Paillard : Le cycle de ces investissements s'inscrit désormais couramment sur une période / tranche de vie de 8 à 15 ans. Je ne pense pas que la conjoncture modifiera ce qui est propre à chacun.

La frénésie qui accompagne la sortie des primeurs 2005 est-elle de nature à vous rendre confiant pour l'avenir ?

Stéphane Paillard : Elle ne fait que rappeler la dualité, toujours exacerbée en période de crise, entre les produits de luxe ou d'exception et le reste du marché que ce soit sur le marché du vin ou sur celui des propriétés viticoles.

LE BUREAU VITICOLE

*Siège social : 45, Boulevard Victor Hugo - 13210 Saint Rémy de Provence - France
Tel : 00 33 (0)810 811 316 - Fax : 00 33 (0)490 92 48 09 - E-mail : bv@bureauviticole.fr*