

Revue de Presse - La Libre Belgique

## “UN VIN AUX COULEURS DE LA BRIQUE”

PAR CHARLOTTE MIKOLAJCZAK

**L**e marché français des propriétés viticoles dispose d'une nouvelle sorte d'investisseurs : d'anciens industriels reconvertis. Le Sud, où la brique a autant, voire plus, de valeur que la vigne, en a fait sa spécialité. Impératif : être passionné.

Jusque dans les années 80, les propriétés viticoles étaient perçues quasi exclusivement comme outils de travail. Tout l'intérêt d'un domaine pour un privé comme pour un investisseur institutionnel - résidait dans la vigne et dans l'unité de production ; l'immobilier "habitable", qu'il soit ou non château, représentait tout au plus 20 % de la valeur totale du bien.

Dans les régions viticoles puissantes comme la Bourgogne et le Bordelais, c'est encore le cas. Mais plus dans celles qui ne pratiquent pas les grands crus, comme la Provence, où la demande se porte essentiellement sur des domaines viticoles d'agrément. Avec l'apparition, depuis maintenant une petite vingtaine d'années, d'une nouvelle sorte d'investisseurs : des industriels du nord de l'Europe (France, Suisse, Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas, Allemagne et Scandinavie), la petite cinquantaine, jeunes retraités ou candidats à la reconversion, passionnés par le vin, certes, par la brique, aussi, mais plus encore par la création d'une petite entreprise dans le cadre d'un projet à caractère familial et disposés à effectuer sur fonds propres (acquisition d'un domaine viticole... à taille humaine.

Comme l'explique Stéphane Paillard, du Bureau Viticole (Saint- Rémy de Provence), œnologue devenu courtier il y a une quinzaine d'années, "la peine ne doit pas dépasser le plaisir". Traduction : pas question de s'encombrer de 60 ou 80 hectares quand 20 suffisent à réaliser une opération blanche, dont les frais sont entièrement payés par la vente du produit.

### Résidences du vin, AOC

En Provence, le revirement date des années 80 et s'est amplifié la décennie suivante. Pour cause ? "Un marché immobilier très fort, qui concentre une demande internationale", ajoute Stéphane Paillard, qui précise cependant que "comme le Languedoc- Roussillon ou la Vallée du Rhône (à l'exception de Châteauneuf-du-Pape), elle n'a jamais véritablement séduit d'investisseurs institutionnels". C'est donc parce que la brique a pris le dessus que ces domaines viticoles se sont



*Le Château Aurelia, une bastide du XVIIIe siècle sise dans un domaine de 35 ha, est actuellement proposé à la vente.*

ainsi trouvé une nouvelle clientèle. "En Provence, elle intervient désormais dans quasiment 80 % des transactions de vignobles, poursuit le courtier. L'engouement est tel que le phénomène commence à déteindre sur des régions peu appropriées à cela, mais dans des proportions encore très symboliques: 1 à 2 % des transactions de vignobles en Bourgogne, 5 % maximum de celles du Bordelais."

Ce qui ne veut pas dire que le portefeuille du Bureau Viticole regorge de propositions. Parce que ce segment ne représente qu'une niche du marché immobilier provençal, mais surtout parce que l'agence ne traite que le haut de gamme, plus précisément ce que Stéphane Paillard nomme "résidences du vin". "C'est une dénomination personnelle, explique-t-il. Soit un petit domaine (de 4 à 20 hectares), idéalement situé et n'ayant aucun défaut en termes de vue, de bruit, d'architecture..." Dont coût? "Fonds de roulement, travaux de restauration de la maison et de restructuration de l'outil de production compris, il faut compter, pour le cœur du marché provençal, entre 3 et 6 millions d'euros. Ailleurs, dans les régions dont l'immobilier est moins prisé, on démarre à 2 millions d'euros." Un montant en quelque sorte "garanti", la priorité de l'agent étant d'assurer à l'investisseur la liquidité de son placement en cas de revente.

Dans la foulée, le Bureau Viticole lui offre, bien entendu, un service haut de gamme clé en main, l'accompagnant dans les aspects juridiques, fiscaux, architecturaux de son acquisition, mais aussi... œnologiques. "Ce qui sous-entend souvent une personnalisation de la production, conclut Stéphane Paillard. La part rouge, blanc et rosé du vignoble peut être modifiée, ou le type de vin, devenir plus charpenté, plus féminin..." Mais sans jamais rebaptiser les lieux. Ici, on parle d'élégance, pas d'ego.

## 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*