

Revue de Presse- Propriétés de France - Le Figaro - Spécial Vinexpo

ACHETER UN VIGNOBLE ET TOUT SAVOIR EN 4 QUESTIONS

EXTRAIT DE L'ARTICLE DE NICOLAS DE ROUYN - JUIN 2007

Comment se porte le marché du vignoble dans votre région ?

Nous offrons depuis le début de l'année une couverture nationale sur les principaux vignobles de France, au travers de notre propre réseau d'agences dirigées dans chaque grande région par un œnologue. Le marché immobilier viticole de la « résidence du vin » et des vignes et terroirs rares qui sont notre spécialité depuis que j'ai créé le Bureau Viticole il y a bientôt 20 ans, est globalement actif, toutes régions confondues. La demande y reste soutenue et se caractérise par sa grande exigence. L'offre s'y est élargie, crise du monde du vin oblige, mais elle demeure très limitée pour les biens d'exceptions. Un segment de marché d'opportunité, empreint de pragmatisme et de réalisme.

Et les prix ? Hausse, baisse ou stabilité ?

Le marché est très contrasté de ce point de vue. Il ne fait que rappeler la dualité, toujours exacerbée en période de crise, entre les produits de luxe et d'exception et le reste de l'offre. Ce constat est valable sur le marché du vin et sur celui des propriétés viticoles. Sur notre marché spécifique, nous assistons à une stabilisation de cette hausse régulière des prix que nous avons connue depuis neuf ans. Les biens se vendent à leur prix, chacun dans leur catégorie.

Peut-on encore parler de crise du vin ?

Le contexte de profonde mutation que traverse le monde du vin est présent dans tous les esprits. L'incertitude conjoncturelle se décline de façon très contrastée. Toutes régions confondues, la crise aura très peu affecté le marché de cercle restreint des vignobles rares et propriétés d'exception toujours très actif de par la rareté de l'offre. Il pourrait en être autrement sur le reste du marché pour nombre de propriétés, si des problèmes de trésorerie découlant d'une crise économique persistante venaient à imposer leur mise en vente. Dès lors, à qualité de terroir, d'emplacement et de management comparable, celles qui n'auront pas anticipé la nécessaire mise en scène de leur patrimoine tant du point de vue du paysagisme de leur vignoble que de l'architecture de leurs jardins et de leurs bâtiments, pourraient voir leur liquidité et leur valeur intrinsèque fragilisée, voire remise en cause de façon d'autant plus marquée et brutale que l'urgence d'une cession serait impérative.

Existe-t-il un profil type de l'acquéreur de vignoble ?

Notre clientèle est historiquement française mais la part d'acheteurs d'origine internationale ne cesse de se renforcer au fil des années, pour représenter actuellement plus de la moitié des achats. Sur la base de transactions conclues sur le

STÉPHANE
PAILLARD.

Il a transformé une activité en concept avec un rare succès. Sa grande idée de « Résidence du Vin » lui a valu la clientèle attentive à la qualité des maisons qui accompagnent les vignobles. De son Bureau Viticole de Saint-Rémy-de-Provence, il met la dernière main à la création d'un réseau national d'œnologues spécialisés dans la transaction de vignobles.



dernier exercice, l'origine majoritairement européenne des acheteurs est confirmée, avec une nette montée en puissance des Anglo-Saxons, des Scandinaves et l'émergence de nouveaux investisseurs russes et asiatiques. Nos acheteurs sont majoritairement des investisseurs privés qui s'impliquent personnellement dans la mise en œuvre de leur projet. Les démarches d'investissements « passives », avec le bénéfice de la carte de visite « vigneron » et de l'image associée au mythe du vin, sont plus rares et circonscrites sur des vignobles de référence à Bordeaux, en Bourgogne, en Champagne ou à Châteauneuf-du-Pape. Pour les « néo-vignerons », l'initiative revient généralement aux hommes, la cinquantaine mûre, issus du monde de l'entreprise, industriels prospères, jeunes retraités ou candidats à la reconversion, amateurs de vins, d'espaces et de nature. Certains d'entre eux, visionnaires hédonistes, choisissent la terre comme on entre en religion, d'autres s'offrent une tranche de vie vigneronne. La motivation patrimoniale et successorale d'un investissement conçu pour être transmis à la génération suivante, est révolue. Leurs projets s'inscrivent désormais sur des perspectives plus courtes avec une quête d'authenticité, de convivialité et de qualité de vie certes, mais en famille, tout en bénéficiant de la jouissance d'une villégiature d'agrément. J'ai défini et qualifié ce concept de « Résidence du Vin » avec sa déclinaison récente de « Potager Viticole ». C'est un projet à taille humaine, dans lequel la peine ne devra assurément pas dépasser le plaisir, un placement dans l'air du temps, consommateur et générateur de passions.

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*