



BUSINESS STORY

L'IMMOBILIER D'ULTRALUXE DE LA RIVIERA, UN PARADIS IMPITOYABLE

Sur la côte d'Azur, les quelques spécialistes des demeures exceptionnelles négocient des ventes à 8, parfois 9 chiffres. Leur métier exige de nombreux talents : la maîtrise des codes des ultrariches, la patience, l'imagination, la séduction. Pour « Les Échos Week-End », les réseaux les plus prestigieux ont accepté de lever le voile sur leurs méthodes.

Par Corinne Scemama

La villa Rose, à Saint-Tropez, mise en vente pour 19,9 millions d'euros.





Michael Zingraf,
fondateur du réseau
d'agences à son
nom, avec son fils
Hesthclift,
aujourd'hui PDG
de l'entreprise,
est témoin depuis
des décennies
des folles
éuréennes.

Le ciel est brumeux mais la propriété resplendissante. En ce début octobre, Jean-Marc, élégant dans sa tenue blanche, s'apprête à faire la visite de la luxueuse villa Rose de 600 m² qui donne sur la baie des Canoubiers, au sein des Parcs de Saint-Tropez, l'une des adresses les plus chics et les plus secrètes de la région. Dans ce haut lieu réservé aux ultrariches, se côtoient des capitaines d'industrie, des créateurs et les héritiers de grandes familles. Le property manager, suivi par Magali, la négociatrice de l'agence John Taylor, raconte l'histoire de la demeure – « construite par l'architecte de l'ex-maison de Johnny Halliday ». Mi-sérieux mi-amusé, il vante le patio charmant où trône un arbre plus que centenaire, la terrasse sur la mer d'où l'on admire les plus beaux couchers de soleil de toute la presqu'île, les sept chambres et leurs salles de bains dédiées, la piscine ou encore l'imposante cave à vins réfrigérée, dont le sol en gravier permet d'éviter de casser les bouteilles de grands crus si jamais on les laisse s'échapper. Après la fin du confinement qui a paralysé les transactions, le marché immobilier de l'ultra haut de gamme est reparti de plus belle pendant l'été. Même si beaucoup d'acheteurs étrangers – les Américains, les familles du Moyen-Orient et les milliardaires russes – n'ont pas réapparu, les Européens du Nord, les Monégasques et les expatriés français occupent à plein temps les professionnels de la vente de prestige. Forts d'un réseau et d'un savoir-faire unique, John Taylor, Michael Zingraf, Sotheby's, Savills, Magrey & Sons, Emile Garcin ou Barnes restent sereins : ils connaissent par cœur les arcanes de cet univers brûlant de secrets et sauront vendre la résidence tropézienne à 19,9 millions d'euros. Comme ils avaient, en 2019, réussi à céder la villa Les Cèdres pour... 200 millions d'euros.

ERIC ENRICO/AGENCE FRANCE PRESSE

ALAIN PICHON

Si Lord Henry Peter Brougham a fait de Cannes, village de pêcheurs au début du xix^e siècle, le lieu de villégiature de l'aristocratie anglaise dès 1834, c'est John Taylor, jardinier de génie débarqué du nord de l'Angleterre en 1854, qui a confirmé sa vocation. Paysagiste inspiré, il a importé des essences tropicales du monde entier afin d'agrémenter les villas de jardins luxuriants avant de créer, en 1864, la première agence immobilière de la Côte d'Azur. Ses compatriotes s'y précipitaient pour s'offrir ou se faire construire des maisons avec vue sur mer. D'une courtoisie infinie, il séduisait par ses manières, son goût du service et ses attentions envers les acheteurs prestigieux comme le prince de Galles. John Taylor a permis de faire prospérer une profession entièrement vouée à la vente et à la location de propriétés sublimes, parfois extravagantes – villas mauresques ou palais vénitiens. Aujourd'hui, ces agents

La villa Léopolda, à Villefranche-sur-Mer (ici en 2008). Le milliardaire russe Mikhaïl Prokhorov, qui s'est rétracté en 2008 après avoir signé l'acquisition, pour 400 millions d'euros, de cette ancienne demeure du roi des Belges Léopold II, a perdu l'acompte versé de 39 millions d'euros.



aguerris déploient mille vertus pour « instaurer un climat de confiance », affirme Gilles Tejedor, directeur général Sud-Est de John Taylor. Un art subtil. « Nous sommes des ambassadeurs rompus aux négociations compliquées », affirme Alex Balkin, directeur général de Savills. « Notre valeur ajoutée ? Une vraie intelligence émotionnelle », analyse Frédéric Barth, directeur général de Sotheby's Côte d'Azur.

UNE CLIENTÈLE DOMINÉE PAR LES ÉTRANGERS

Pour conquérir une clientèle prête à s'offrir des propriétés de 10 à 400 millions d'euros à Saint-Jean-Cap-Ferrat, au Cap d'Antibes, à Cannes ou à Saint-Tropez, il faut maîtriser les codes internationaux du luxe. Car selon Alexander Kraft, PDG de Sotheby's International Realty France-Monaco, « le marché de prestige de la Côte d'Azur est dominé par les étrangers, qui représentent 80% dans le haut de gamme et 100% dans l'ultra haut de gamme », assure-t-il. Les négociateurs – les « brokers » et « brokeuses » –, doivent avoir le look, la distinction, la culture et être polyglotte. Alexandre Goldstein, jeune homme élancé de chez Magrey & Sons, ne fait jamais l'article comme un bateleur mais énumère posément les qualités du bien, sans en cacher les défauts, lorsqu'il fait visiter une propriété à 15 millions d'euros située corniche du Paradis terrestre – cela ne s'invente pas –, sur les hauteurs de Cannes. Même élégance chez Tamara, ravissante trentenaire blonde, pantalon slim, sandales hautes en cuir noir et sac Vuitton, qui fait découvrir La Favorite, demeure Belle Époque de 900 m² à 19 millions d'euros. Le propriétaire qui l'a achetée voilà sept ans y a réalisé 10 millions de travaux pour la céder aujourd'hui. Professionnelle jusqu'au bout de ses ongles manucurés, Tamara conseille ses clients sans donner l'impression de vouloir conclure à tout prix. Elle possède un atout supplémentaire : elle est russe et connaît bien la mentalité et bien sûr la langue de ses compatriotes.



Au temps de leur splendeur, dans les années 2000, tous les oligarques russes s'empessaient de dépenser des fortunes sur la Côte d'Azur. «Un véritable tsunami qui a fait monter les enchères», se souvient Michaël Zingraf, géant charismatique de 65 ans, témoin depuis des décennies des folies azuréennes. «Ils rivalisaient pour payer leur villa le plus cher possible», s'amuse Alexander Kraft. Aujourd'hui, ces flambeurs, dégrisés, voudraient se débarrasser de leurs trophées encombrants. Mais, en ces temps difficiles, ils ont peu de chance d'y parvenir. La plupart d'entre eux s'abstiennent désormais d'investir sur la Côte d'Azur. Tous se souviennent de la mésaventure de Mikhaïl Prokhorov qui, en 2008, a dû abandonner 39 millions d'euros d'acompte à la propriétaire de La Léopolda, à Villefranche-sur-Mer. Il s'était rétracté après avoir signé l'acquisition de ce palais de 2 700 m², ancienne résidence de Léopold II, roi des Belges, pour la somme de 400 millions d'euros.

Ce feuilleton a longtemps défrayé la chronique mais la médiatisation reste une exception, car la plus grande des qualités requises pour exercer auprès des stars et des milliardaires reste la discrétion. Si les réseaux

LE SECRET EST PARFOIS SI BIEN GARDÉ QUE MÊME LES NÉGOCIATEURS IGNORENT LE NOM DU VENDEUR.

éditent des catalogues au papier dûment glacé, ils gardent jalousement le secret sur l'histoire et l'identité du propriétaire, voire sur les tarifs. Ils signent toujours des accords de confidentialité et abusent de la mention «prix sur demande». Une fois la transaction réalisée, ils continuent à se taire. Pour la vente du château Soligny, en 2019, les journaux ont annoncé un deal à 55 millions d'euros. Mais il ne faut pas compter sur le négociateur, Heathcliff Zingraf, 39 ans, fils de Michaël et désormais PDG du groupe, pour oser le moindre commentaire. Même goût du secret chez Savills, qui a vendu l'an dernier la villa Les Cèdres pour 200 millions d'euros à un milliardaire ukrainien. Le groupe ne s'en est jamais vanté. Mieux, de nombreuses affaires se

font en «off market». «Les propriétaires refusent souvent de révéler leurs intentions», observe Michaël Zingraf. Grands patrons ou riches héritiers ne veulent surtout pas voir leur intimité livrée en pâture. Et encore moins le prix exorbitant qu'ils attendent de leur bien. Pour les professionnels, cela ne change pas grand-chose. «On ne recrute pas nos acheteurs sur *Le Bon Coin*! Nous disposons d'un portefeuille de clients internationaux dans lequel nous puisions», affirme Gilles Tejedor. Le secret est parfois si bien gardé que même les négociateurs ignorent le nom du vendeur.

DES TRANSACTIONS LONGUES ET COMPLEXES

Les ultrariches évitent de se montrer; à leur place, ce sont des représentants des family office et des fonds de pouvoir qui se déplacent. Entre-temps, «des notaires, des banquiers, des avocats, des traducteurs, des architectes interviennent de concert. On ne traite presque jamais directement», constate Michaël Zingraf. Les tractations sont toujours complexes. «On assiste à des dizaines d'aller-retours», déplore Alexander Kraft. Le plus souvent, les transactions prennent plusieurs mois, voire des années, à se concrétiser. Les professionnels

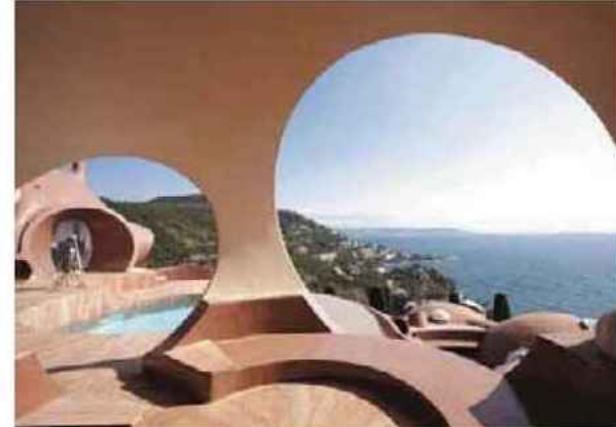
À Cannes,
la villa
Saint-Antoine,
qui jouit, outre
sa vue sur la baie,
d'un spa et d'une
salle de cinéma,
est à saisir
pour 25 millions
d'euros.



SO THELY'S INTERNATIONAL REALTY



Alexander Kraft, PDG de Sotheby's International Realty France-Monaco.



Vue depuis le Palais Bulles de Pierre Cardin, à Théoule-sur-Mer.

sont priés de faciliter les démarches. Philippe Boulet, du groupe Émile Garcin, a ainsi mis trois ans pour régler un épique problème d'urbanisme empêchant la signature d'une transaction. Le directeur régional de John Taylor a, lui, obtenu l'autorisation de réaliser une entrée supplémentaire pour une demeure contemporaine de 1500 m², afin que le propriétaire puisse afficher la plus belle adresse cannoise : le chemin des Collines.

C'est à celui qui obtiendra les meilleurs résultats. Malgré une confraternité de façade, la concurrence fait rage sur la Croisette. Sans compter les petites agences qui réussissent parfois à décrocher le gros lot, les réseaux ont fort à faire pour réussir la vente des belles propriétés de la Riviera. Surtout que de nouveaux venus comme Barnes convoitent désormais le marché. « Nous avons l'ambition de devenir un acteur qui compte dans le Sud », affirme Thibault de Saint-Vincent, président du groupe. Alors, tous redoublent d'ardeur. « C'est la chasse au trésor », ironise Alexandra Andres, directrice de Barnes Cannes. La bataille est rude. Comme pour la villa Saint-Antoine, joyau qui donne sur la baie de Cannes. Après une rénovation de trois ans qui inclut la création d'un spa et d'une salle de cinéma, le propriétaire l'a remise en vente, en 2019, à 25 millions d'euros. Il a d'abord donné l'exclusivité à Zingraf avant de confier également le dossier à Sotheby's. La coexclusivité, fréquente sur la Côte d'Azur, exacerbé la compétition. En revanche, les vendeurs évitent les mandats simples accordés à quatre ou cinq agences en même temps. Question de standing. Il ne manquerait plus qu'un curieux profite d'une visite pour faire un selfie autour de la piscine à débordement !

Leur rivalité pousse également les professionnels à mettre en scène les lieux de rêve. Pas question de présenter un bien sans ses plus beaux atours. « Nous sommes

à un niveau d'excellence qui ne pardonne pas », affirme Alexandra Andres, en visite dans une magnifique villa Art déco. Élaguer des branches d'arbres pour magnifier un panorama à couper le souffle, faire des travaux de jardinage, réaménager les vastes pièces avec l'aide d'un décorateur : « C'est du home-staging de luxe », estime Philippe Boulet. « Les propriétés doivent être à l'image de celles que l'on admire dans les revues de luxe », souligne Alex Balkin.

CHAMPAGNE ET TOUR EN HÉLICO

But ultime de tous ces efforts : coller aux fantasmes des acheteurs, qui doivent être subjugués dès le premier coup d'œil. Les agents immobiliers organisent ainsi des cocktails dans les villas, sablant le champagne devant un coucher de soleil maritime forcément sublime. Pour finir, ils convient les futurs acheteurs à un tour en hélicoptère, avant de les inviter à dîner dans un (très) bon restaurant.

Ces attentions coûtent extrêmement cher. Les pros dépensent sans compter. « J'ai 800 000 euros de frais par mois », confie Michaël Zingraf. Outre

son agence sur la Croisette, où les loyers sont très élevés, il s'offre 1,2 million de publicité par an et multiplie les frais de représentation. Pourtant, rien n'est jamais acquis sur ce marché hors norme. « On peut travailler trois ans sur une propriété, faire 100 visites, dépenser des dizaines de milliers d'euros et finalement perdre l'affaire », se plaint Alexander Kraft. Tous l'ont vécu. « On est constamment sur des montagnes russes », regrette Frédéric Barth. La déception est alors à la hauteur de l'investissement humain et financier. C'est sans doute pour cette raison que les réseaux n'abandonnent pas les biens quasi invendables qu'ils ont en portefeuille, comme le Palais Bulles de Pierre Cardin à 350 millions d'euros ou la propriété de Johnny Depp au Plan de la Tour, près de Saint-Tropez, mise en vente à 50 millions d'euros alors qu'« elle en vaut à peine 20 », dixit un expert.

Pour s'en sortir, les agences doivent faire du chiffre. Officiellement, elles affichent une commission à 6% sur le montant total de la transaction. Mais leurs émoluments atteignent rarement ce pourcentage. Aurélien Monnier,

**RICHARD GUILHEM,
ARCHITECTE DES PALAIS**

Il est l'architecte-star des belles propriétés de la Côte d'Azur. Cannois, Richard Guilhem, 50 ans, a commencé dès l'âge de 24 ans à moderniser les villas Belle Époque, provençales ou californiennes, de Monaco à Saint-Tropez en passant par Saint-Jean-Cap-Ferrat. Des « rénovations

parfois lourdes », reconnaît-il, « puisque souvent on ne garde que les façades et on refait tout de A à Z ». Pour sa clientèle à 95% étrangère, il fabrique du sur-mesure, redessinant jusqu'aux poignées de porte pour coller au goût du futur résident. Ce perfectionnisme demande du temps.

« Pour le château de la Croix-des-Gardes, on a mis trois ans à refaire les 3 000 m² habitables », souligne-t-il. Ces chantiers pharaoniques coûtent parfois de 10 à 20 millions d'euros. Hérit du bon goût sans ostentation, son cabinet est devenu une référence incontournable.



SOMPTUEUSES MAISONS DU BOUT DU MONDE

Si la Côte d'Azur abrite une forte concentration de demeures d'exception, on en trouve dans le monde entier. En voici quelques exemples actuellement proposés à la vente, à prix... modiques.

DANS LES HAMPTONS (État de New York) : 27,9 millions de dollars

La propriété haut de gamme en briques rouges de 6700 m² a été construite en 1870. Noyée dans la verdure, elle a été restaurée de fond en comble.

À PALM BEACH (Floride) : 21,5 millions de dollars

Ce palais blanc de 6 500 m², entouré de palmiers et doté d'une grande piscine, a vue sur l'océan. Il possède six chambres et huit salles de bains.

À MALIBU (Californie) : 39,5 millions de dollars

Cette maison d'architecte ultramoderne

de 14 622 m², qui vient de se construire, se dresse face à la mer avec des vastes espaces et six grandes chambres.

À SAINT-BARTH (Antilles françaises) : 35 millions de dollars

La villa Blue Dragon, jolie maison en bois de 4 800 m² surplombant la plage du Gouverneur, dispose de six suites avec leurs salles de bains et d'une belle piscine à débordement qui donne sur la mer.

AUX BAHAMAS (Caraïbes) : 24,5 millions de dollars

Cette belle demeure typique de 20 000 m², très proche de la plage, compte douze chambres et possède un cours de tennis en plus d'une belle piscine.

La villa Blue Dragon à Saint-Barth.



À Sainte-Maxime, cette villa est louée l'été par John Taylor pour plus de 200 000 euros par mois.

directeur de l'agence du Cap, franchisée John Taylor depuis un an et demi, en plaisante durant la visite d'une belle demeure du Cap d'Antibes proposée à 27 millions d'euros : « Si je touchais autant pour ce bien, je prendrais au moins deux ans de vacances ! », s'exclame-t-il.

LA LOCATION SAISONNIÈRE EXPLOSE

En réalité, les réseaux se renflouent grâce au « menu fretin » comme les penthouses et les villas à 8 ou 10 millions d'euros. Cela tombe bien, les Européens disposent de ce type de budget. Suisses, Allemands, Belges, résidents monégasques ou expatriés français viennent désormais en voiture pour enfin se réapproprier la Côte d'Azur. Les réseaux doivent aussi souvent s'adosser à un groupe pour se renforcer financièrement et profiter d'un réseau international étendu. Depuis peu, ce sont les grandes maisons d'encheres

- les synergies entre tableaux et maisons de maître sont évidentes - qui s'intéressent à l'immobilier. Une histoire de prestige. Ainsi, lorsque Nicolas Orlowski, PDG d'Artcurial, a racheté en 2017 John Taylor, tous les patrons du CAC 40 l'ont félicité comme s'il avait fait le deal du siècle !

En attendant le retour des transactions exceptionnelles, les agents immobiliers se consolent avec la location saisonnière. « Elle explode », s'enthousiasme Alexandre Goldstein. Mais attention, ici aussi les prix tutoient les sommets. Selon

Magrey & Sons, la location d'une propriété sur les hauteurs de Cannes, qui revenait autour de 150 000 euros par mois voilà trois ans, culmine aujourd'hui à 300 000 euros. À Saint-Tropez, il faut presque doubler la mise, à 500 000 euros. Laurence Beauchamp, spécialiste de la région varoise pour John Taylor, ne se lasse pas de faire visiter une maison les pieds dans l'eau à Sainte-Maxime, qu'elle loue à une famille des pays de l'Est pour plus de 200 000 euros mensuels durant les trois mois d'été, et ce depuis cinq ans, soit une facture avoisinant déjà les 3 millions d'euros. Sans compter les dépenses indispensables au bon déroulement des vacances : un chauffeur, un vigile, un chef cuisinier et une conciergerie privée. Cela peut faire doubler la note, estime l'énergique négociatrice : « Et moi je suis la gouvernante, la nounou et la dépanneuse, 24 heures sur 24 », ironise-t-elle.

Ce métier qui fait rêver se mérite. « Ceux qui pensent pouvoir gagner des millions simplement en ouvrant les portes des palais se font des illusions », prévient Frédéric Barth. Exit donc les opportunistes, les professionnels azuréens travaillent d'arrache-pied. Un véritable sacerdoce. En cette fin de matinée d'octobre, Gilles Tejedor s'apprête à rencontrer un de ses clients, propriétaire d'une villa à Saint-Jean-Cap-Ferrat. Depuis sept ans, l'agent immobilier déjeune tous les six mois avec lui afin de l'encourager à céder enfin son bien. Cette fois, il a bon espoir de le convaincre. Sinon, il le promet, il recommencera, encore et encore...

[Plus d'infos sur leschateaux/weekend](#)

PASCAL PIRONNEAU/JOHN TAYLOR GERALD TESTU/SI FOR SOIHE'S INTERNATIONAL REALTY