

LANGUEDOC-ROUSSILLON

## Eldorado pour européens fortunés



Sigean : menace sur l'avenir de la Réserve

## Grandes propriétés viticoles : prix constants, malgré la crise



Michel Veyrier

Dans le secteur viticole, il ne faut pas se méprendre sur la crise : «Le foncier viticole a baissé, parfois de 30 % sur les cinq dernières années, mais l'immobilier a augmenté dans les mêmes proportions. Du coup, les prix restent constants», précise ainsi Michel Veyrier, le grand spécialiste de ce secteur. Selon le dirigeant de Vignobles Investissement, «dans les propriétés supérieures à 1,5 M€, la présence étrangère est prépondérante. En quinze ans, on est passé d'un tiers d'étrangers à deux tiers. Cela s'explique aussi par la désaffection des clients français, notamment les professionnels du vin, Bourguignons ou Bordelais». Et parmi ces étrangers, ce sont toujours les mêmes nationalités que l'on retrouve, essentiellement des Britanniques, Belges, Néerlandais ou Scandinaves. «La clientèle allemande a totalement basculé vers les pays de l'Est (Hongrie, Bulgarie) et l'ex-Yougoslavie, les Suisses également.» ☒



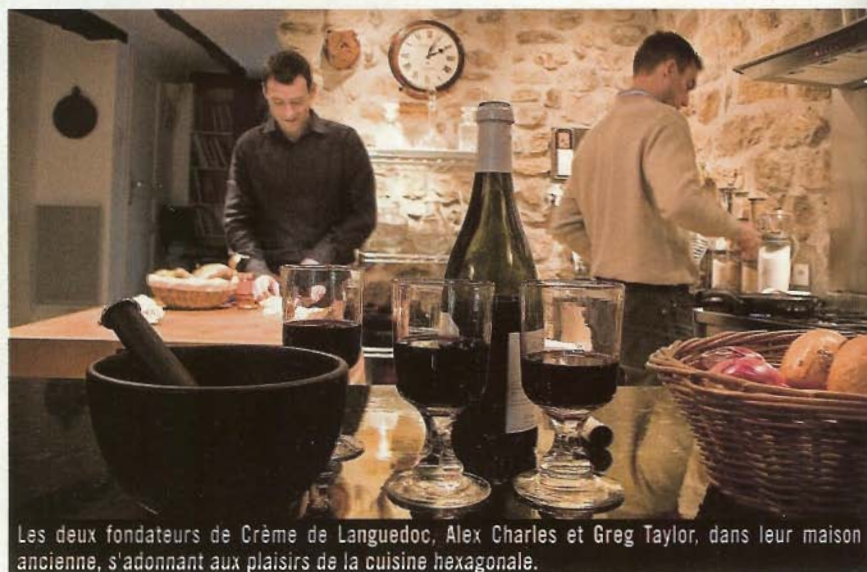
Britanniques, Belges, Néerlandais ou Scandinaves se partagent les propriétés viticoles.

☒ Rémy) depuis quarante ans, a ainsi décidé, il y a cinq ans, d'ouvrir une agence à Uzès, et vend aujourd'hui 15 à 18 propriétés par an dans ce secteur. «Dans un premier temps, précise le responsable de l'agence d'Uzès, Jean-Marc Vassas, on héritait des clients pour qui le Luberon était trop cher. Ce phénomène a duré jusqu'en 2002. Mais cette année-là, le marketing est monté en puissance sur Uzès. Résultat, avant, 80 % de mes clients étaient envoyés par nos agences des Alpilles ou du Lubéron. Aujourd'hui, ce chiffre est tombé à 20 %. Mais il ne faut pas non plus se méprendre : les prix ont flambé et ici, nous n'avons rien en-dessous de 800 000 €». Selon Jean-Marc Vassas, la clientèle

nord-européenne (un tiers des clients, et parmi eux, 40 % de Britanniques) vient au départ pour acquérir une résidence secondaire, qui devient résidence principale quatre ou cinq ans après.

### TGV, boulot, dodo

Côté français, le profil est parfois différent : parmi les acheteurs se trouvent des Parisiens qui continuent à aller travailler dans la capitale une fois par semaine... mais qui poursuivent ensuite leur travail depuis leur maison d'Uzès, grâce aux nouveaux moyens de communication. Il cite ainsi notamment des rédacteurs en chef, dans des journaux aussi prestigieux que Le Nouvel Observateur ou Capital... Bref, ☒



Les deux fondateurs de Crème de Languedoc, Alex Charles et Greg Taylor, dans leur maison ancienne, s'adonnant aux plaisirs de la cuisine hexagonale.

dem...» Devant ces changements du marché, Patrick Carlotti note tout de même une croissance des étrangers, mais cette croissance se fait davantage... du côté des vendeurs ! «*Nous avons un nombre croissant d'étrangers qui revendent. Je pense que ce n'était pas leur objectif de départ, mais devant la flambée des prix, ils n'hésitent pas : ils mettent en vente le bien qu'ils ont restauré en Languedoc-Roussillon, et vont s'installer ailleurs dans le grand Sud de la France, dans des départements moins chers que nous, comme la Haute-Garonne ou le Tarn. Actuellement, on doit avoir 15 à 20 % de ventes qui sont le fait de propriétaires européens.*» Quant à l'impact de la présence des étrangers sur l'économie dans son ensemble, les avis sont là aussi réservés. Pour Laurent Sultana, directeur général de la concession BMW et Mini Auto-Méditerranée : «*Les clients étrangers ? On ne les voit pas ! Peut-être qu'ils arrivent avec des véhicules achetés chez eux, je ne sais pas. Mais ce ne sont pas eux qui me font travailler, ce sont les professions libérales, voire les PME locales.*»

### Capital humain

On le voit, il n'est pas si simple d'appréhender finement l'importance en région de ces «*migrants originaires des pays occidentaux les plus riches*» comme le dit l'Insee. Trop de facteurs entrent en jeu pour tirer des conclusions uniques. D'un point de vue économique, le Languedoc-Roussillon est un peu au carrefour entre une région encore plus chère à l'est et des départements à l'ouest qui petit à petit montent en puissance. Mais l'économie ne fait pas tout. Il reste les coups de cœur, et les initiatives individuelles qui peuvent dynamiser les choses : c'est ainsi que deux Britanniques, anciens directeurs d'une agence publicitaire à Londres, ont créé récemment leur site, Crème-de-languedoc, en anglais, destiné à proposer des produits languedociens à une clientèle pour l'instant exclusivement britannique. Le site, ouvert depuis 18 mois, vise à la fois à aider les acheteurs britanniques à acheter un bien (en les mettant en contact avec les promoteurs associés) et à mieux connaître la région : pré-

Photo : Édouard Hamoteaux



À Uzès, la clientèle nord-européenne vient au départ pour acquérir une résidence secondaire, dont elle fait, 4 ou 5 ans plus tard, sa résidence principale.

**Nous avons un nombre croissant d'étrangers qui revendent. Je pense que ce n'était pas leur objectif de départ, mais devant la flambée des prix, ils n'hésitent pas**

sentation des 1 507 (sic) villes et villages languedociens, horaires des avions, commentaires du vignoble, descriptif des plages, etc. Pour l'instant encore tout récent, le site ne peut guère annoncer de chiffre d'affaires conséquent. Mais les deux fondateurs, Alex Charles et Greg Taylor, sont persuadés de tenir là un bon concept : se concentrer exclusivement sur une région, afin de pouvoir apporter tous les services possibles à ceux qui décident de s'y fixer. Un travail de titan qui ne peut se faire que si l'on a un attachement viscéral à cette région. Et finalement, si la présence étrangère «haut de gamme» tenait plus à cela qu'à une analyse purement économique du marché ? ☒

Anne Devailly