

Patrice Besse revisite l'immobilier de prestige

CAS D'ÉCOLE

Il s'est fait connaître grâce aux châteaux. Mais c'est le caractère et le charme qui intéressent d'abord ce spécialiste de la pierre.

Valérie Leboucq
vleboucq@lesechos.fr

Tout le monde le dit, l'immobilier repart (lire aussi page 22), et Patrice Besse est bien placé pour le savoir, lui qui a achevé 2015 sur une progression de 40 % de son activité. Ce dynamisme est loin de tout devoir à la reprise du marché. « *Cela fait cinq, six ans que nous ne cessons de nous développer* », observe ce professionnel atypique de la pierre.

À l'heure où l'immobilier segmente de plus en plus par le prix, d'un côté, le luxe, et de l'autre, le tout-venant, il a fait le chemin inverse. Longtemps spécialiste des châteaux et belles demeures, son agence a beaucoup élargi son champ de vision : moulins, bâtiments industriels, maisons de village ou ruines... Mais toujours en privilégiant le caractère et le charme. « *Le prix n'a rien à voir.*

mation allant bien au-delà des aspects purement commerciaux du métier. « *Architecture, histoire de l'art, photographie... c'est indispensable* », relève-t-il. En plus des notices fouillées sur l'histoire de chacun des biens du site (de 650 à 700 en moyenne), l'agence développe une activité éditoriale. Faire-valoir de l'offre, mais pas seulement. Exemple, la plaquette sur la vénerie réalisée avec le concours du musée de la Chasse et de la Nature. Le tout « *sans pub* », faut-il le préciser ! Patrice Besse s'intéresse aussi aux futurs acquéreurs et s'apprête à lancer un prix « *Jeune repreneur* ». Doté de 30.000 euros – si des sponsors l'aident à le financer –, la distinction récompensera le meilleur projet de restauration d'un bien important.

« *Nous prendrons en compte la pérennité du projet. Ce genre d'aventure n'intéresse pas les milliardaires, ou alors ils revendent très vite. Pour supporter la charge des travaux et, surtout, l'entretien, les acquéreurs doivent trouver le moyen de créer de l'activité. On a assez de chambres d'hôte, il faut faire autre*



Proposée à 200.000 euros, la Maison des hôtes d'une ancienne abbaye cistercienne en Haute-Marne. Photo Patrick Besse

Ce pays regorge de choses intéressantes à moins de 100.000 euros. Surtout dans les départements délaissés comme l'Allier ou le Gers », dit-il aux « Echos ».

Il en a la preuve chaque semaine lors de ses virées dans la France profonde, où il repère parmi les annonces immobilières sans intérêt, la pépite qu'il aimerait « *mettre en valeur et raconter* ». De l'ancienne abbaye en Haute-Marne à seulement 200.000 euros (mais tout à refaire) à la villa Mallet-Stevens de la vallée de la Seine remise aux enchères ces jours-ci, il pratique le grand écart. On le verra moins sur les chemins rebattus de la Côte d'Azur, de Deauville ou de Courchevel.

À Paris, comme à Bruxelles, en passant par le Portugal, où il va mettre un pied, et l'Italie, où il rêve de le faire, son mot d'ordre reste le même : sélectivité. « *On me propose chaque semaine à titre personnel dix dossiers, dont je ne retiens que deux* », glisse-t-il. Sa méthode ? Marier commerce et culture.

1 CRÉER LE PRIX DU JEUNE REPRENEUR

C'est pour exercer l'œil de ses 60 collaborateurs que Patrice Besse les astreint chaque année à dix-huit jours de for-

chuse en partant de l'histoire du bien ou de la mise en valeur de savoir-faire ou d'artisanat locaux. Le public est demandeur de ce type de découverte », estime-t-il.

2 PROPOSER UN AIRBNB DES TERROIRS

Dans le même ordre d'idée et toujours pour aider les propriétaires de lieux patrimoniaux, Patrice Besse va lancer un site dédié à la location temporaire. Objectif ? Mieux faire connaître aux touristes étrangers les richesses naturelles et architecturales françaises. « *On pourrait proposer des circuits de visites, musées, sites remarquables, à partir de demeures historiques, un peu comme cela se pratique outre-Manche.* »

3 MISER SUR L'ENGOUEMENT POUR LE VIN

C'est par la vallée du Douro, le pays du vin de Porto, que Patrice Besse a prévu de s'implanter au Portugal. Par-tout, il voit monter l'intérêt pour les domaines vinicoles. Pour faire face à cette demande, l'agence a prévu de s'associer à un spécialiste bordelais, le cabinet David Lawton. ■