

L'immobilier de luxe se recentre sur la Côte d'Azur

Après des tentatives en demi-teinte sur une large zone sud, le marché revient aux destinations iconiques



À la suite de la pandémie de covid, l'immobilier de luxe a connu une flambée de la demande, avec un intérêt soudain pour de nouveaux secteurs géographiques autour de Montpellier, Avignon ou encore Perpignan. Mais aujourd'hui, la demande est surtout soutenue par une clientèle étrangère très fortunée qui mise principalement sur une valeur sûre : la Côte d'Azur. Les agences se mettent donc en quête des rares biens susceptibles de la satisfaire, et déploient de nouvelles approches pour tenter de la séduire.

La Côte d'Azur et la Provence ont toujours été des valeurs sûres pour les acheteurs fortunés à la recherche de biens immobiliers haut de gamme. Toutes les grandes agences immobilières spécialisées y comptent plusieurs agences, tant sur la côte que dans l'arrière-pays. À la faveur de la fin de la pandémie et d'un marché immobilier euphorique, plusieurs d'entre elles ont tenté de s'aventurer sur de nouveaux territoires du luxe, entre autres dans le Sud-ouest, portés par une demande de nouveauté et de grand air.

En 2023, la région de Montpellier a ainsi vu exploser le nombre de propriétés de luxe en vente entre 1 et 5 millions d'euros, avec une hausse de 45,7% en 2023, à en croire les statistiques de Coldwell Banker, réseau spécialisé dans l'immobilier de luxe. Avec ses nombreuses propriétés viticoles, ses châteaux et ses villas d'architectes modernes, l'Occitanie attire de plus en plus une clientèle fortunée. Pour répondre à cette demande, le Coldwell Banker y a ouvert une 55e agence en février 2024.

Avec ses nombreuses propriétés viticoles, ses châteaux et ses villas d'architectes modernes, l'Occitanie attire de plus en plus une clientèle fortunée.

"Du côté de Montpellier, nous proposons beaucoup de villas des années 1960 qui ont été complètement restructurées après le covid, et qui attirent une clientèle à la recherche de biens sans défauts et sans travaux, analyse Laurent Demeure, président et CEO pour la France et Monaco de Coldwell Banker. En Occitanie, nous constatons aussi, depuis la fin de la pandémie, un intérêt pour de nouveaux territoires du luxe comme Perpignan ou Canet-en-Roussillon."

Côte d'Azur, la locomotive du marché

L'euphorie post-Covid passée, le marché du luxe dans le sud de la France semble toutefois se resserrer "vers des localisations plus classiques", explique encore Laurent Demeure. Le contexte économique incertain pousse les acheteurs les plus fortunés à se tourner vers les villes iconiques de la Côte d'Azur, qui sont depuis des années de véritables "marques" à l'étranger : Saint-Tropez, Cannes, Nice...

"Beaucoup d'agences immobilières nouvellement ouvertes, galvanisées par l'euphorie post-covid, ont rencontré de sérieuses difficultés. À l'inverse, les groupes historiques spécialisés dans l'immobilier de luxe, avec de solides bases, ont pu affronter cette période transitoire plus sereinement", considère quant à lui Christophe Ubeaud, associé chez Magrey & Sons.

La Côte d'Azur consolide ainsi sa place de locomotive du marché immobilier de luxe dans le sud de la France, avec des prix à la hausse dans les grandes villes de la côte : +14% à Antibes, où le prix du mètre carré a atteint 11 860 euros sur le segment premium (entre 1 et 5 millions d'euros), +10% à Cannes et +9% à Nice, selon les chiffres du dernier baromètre Coldwell Banker.

Ces destinations sont privilégiées parce qu'elles représentent un investissement sûr, dans une conjoncture économique incertaine. "Investir 5 ou 10 millions d'euros dans une villa à Cannes ou à Saint-Tropez, c'est un placement sûr pour nos clients fortunés, d'autant qu'ils peuvent ensuite les mettre en location saisonnière et profiter d'une petite rente, tout en y séjournant quelques semaines dans l'année", constate Julien Bourdry, directeur commercial de Barnes Côte d'Azur.

Forte demande de la clientèle américaine

Juste après le covid, le professionnel de l'immobilier a constaté le fort intérêt d'une clientèle française pour des biens entre 1 et 3 millions d'euros sur la Côte d'Azur, portée par une période de taux d'intérêt faibles. Le retournement de conjoncture a éteint cette demande. Aujourd'hui, la demande provient surtout des États-Unis, sur le segment ultra-premium, au-dessus de 5 millions d'euros. Pour coller au marché, Barnes a ouvert récemment une agence à Sainte-Maxime et une autre à Mougins.

Les Américains, toujours très présents sur ce marché, ont notamment profité de la robustesse du dollar face à l'euro pour acheter à moindre coût des biens d'exception sur la Côte d'Azur. "Ces adresses très connues supportent toujours mieux une conjoncture économique compliquée", constate Rudi Janssens, cofondateur avec son épouse de Janssens immobilier, membre du réseau Knight Frank, qui gère 13 agences du mont Ventoux à Saint-Tropez.

Les Américains, toujours très présents sur ce marché, ont profité de la robustesse du dollar face à l'euro pour acheter à moindre coût des biens d'exception sur la Côte d'Azur.

Pour surfer sur la ruée vers le Sud d'une clientèle française et internationale après le covid, Janssens immobilier a cherché à développer son activité aux environs d'Avignon, en y ouvrant en 2021 une agence au cœur du centre historique de la Cité des Papes. L'idée était de capter une demande française puissante, "aux États-Unis, on connaît Saint-Tropez, Bordeaux et Cannes sans chercher plus loin", commente Rudi Janssens.

3 questions à...

Fabienne Pillard, directrice régionale Sud-Est au sein de l'agence Patrice Besse

Entretien réalisé en collaboration avec [Patrice Besse](#)



Comment se porte l'immobilier de luxe dans le sud de la France ?

À l'échelon national, nous voyons revenir une clientèle américaine. Dans le Sud, c'est davantage le bord de mer qui les intéresse et donc souvent un marché à des prix très élevés. Ce phénomène est également visible dans les locations saisonnières. La force du dollar y est certainement pour beaucoup. Nice et Cannes restent des villes phares où les prix ont beaucoup monté.

En dehors des destinations phares de la Riviera, quels sont les autres territoires de l'immobilier de luxe dans le sud-est de la France ?

Il y a certainement un report en raison des prix élevés sur la rive gauche du Rhône entre le Luberon et les Alpilles. La qualité de l'environnement dans le bas Languedoc est plus avantageuse, de même que dans les Corbières plus à l'ouest. Sur la rive droite, les secteurs qui jouissent d'un attrait depuis les années 2000, et qui se confirment encore depuis la crise sanitaire, sont davantage au nord, notamment dans le Gard autour d'Uzès.

Neuf ou ancien : quels choix font les acheteurs ?

Les biens anciens sont toujours recherchés par une clientèle de plus en plus exigeante ; la pierre reste une valeur refuge en période incertaine, même si faire des travaux est de plus en plus contraignant. Le prix des matériaux qui a flambé et les délais de livraison aléatoires représentent un frein à la prise de décision. Les promoteurs ont dû arrêter beaucoup de leurs projets et il y a moins de biens neufs en vente.

Le "clé en mains" en bord de mer plébiscité

Avec le ralentissement du marché immobilier dans le Vaucluse, Janssens Immobilier réfléchit désormais à se repositionner sur d'autres secteurs, avec en ligne de mire le bord de mer. "Dans les biens au-dessus de 3 millions, beaucoup de nos clients sont à la recherche d'une villa les pieds dans l'eau, que ce soit au Cap Ferret ou sur la Côte d'Azur. Souvent la localisation leur importe beaucoup moins que la qualité du bien", constate de son côté Julien Bourdry, chez Barnes Immobilier, qui songe à se développer à Nice et à Saint-Paul-de-Vence.

Pour attirer de grandes fortunes de plus en plus exigeantes, ces professionnels de l'immobilier de luxe doivent réinventer leur offre dans un marché où l'offre s'est nettement resserrée après les volumes records de vente post-covid. "Ce phénomène de rareté soutient les prix, mais nos clients sont souvent frustrés par la moindre qualité des biens anciens, majoritaires sur notre marché. Pour cette raison, nous allons lancer prochainement un partenariat avec des groupes qui rénovent des biens d'exception, pour des ventes clés en main", expose Rudi Janssens.

Concept stores et "open houses"

La clientèle se montre également de plus en plus exigeante sur les prestations commerciales. Chez Barnes, on renforce la relation client. À Mougins, où le groupe a ouvert une agence récemment, "on parie sur un concept d'agence restaurant-librairie, calqué sur ce que l'on propose à New York, commente Julien Bourdry. À Sainte-Maxime, notre agence est aussi une galerie d'art. Nous cherchons à proposer quelque chose de différent grâce à cette palette de services."

Chez Barnes, on repense la relation client. À Mougins, "on parie sur un concept d'agence restaurant-librairie, calqué sur ce que l'on propose à New York."

Coldwell Banker parie lui aussi sur de nouveaux formats commerciaux. "Aujourd'hui, nous ouvrons des 'corner shops' aux emplacements ultra-premium afin de créer un lien de proximité avec la clientèle. Ouvrir des grandes agences de 300 mètres carrés qui restent vides ne sert plus à grand-chose", souligne Laurent Demeure, dont le groupe a ouvert dernièrement une agence à Marseille, ville de plus en plus attractive auprès des clientèles française et européenne.

Pour se différencier, d'autres misent sur l'événementiel, s'inspirant en partie des "open houses" venus des États-Unis et qui consistent à organiser cocktails et fêtes dans des biens à vendre pour attirer de potentiels acquéreurs. "Les visites virtuelles et les cocktails de présentation aux prescripteurs de nos clients sont une formule que nous avons déjà démocratisée et qui fonctionne bien", s'enthousiasme Christophe Ubeaud, associé chez Magrey & Sons.

Pour l'instant, ces nouvelles tendances restent cependant le fait d'une poignée d'agences en France, parmi lesquelles on peut aussi citer Première Ligne, située sur le bassin d'Arcachon.

Benoît Collet