

## Marché résidentiel haut de gamme : Plébiscité dans le monde... sauf en France

Présent sur toutes les grandes places de l'immobilier haut de gamme dans le monde, BARNES dresse chaque année le bilan de ce marché. En 2014, les principaux constats portent, d'abord, sur l'augmentation de la clientèle fortunée dont l'appétence pour les beaux produits ne fléchit pas.

Deuxième enseignement, les villes phares de la planète gardent la cote, et de nouvelles destinations très « tendance » rencontrent un vif succès. Une ombre vient toutefois ternir le tableau, en provenance de la France : boudée par une certaine clientèle étrangère, elle connaît aussi une désaffection de la part de ses nationaux.

La clientèle fortunée toujours en progression

En 2014, le nombre des personnes considérées comme fortunées est estimé à 13,5 millions, en hausse de 4 % par rapport à 2013. Ces HNWI (*High Net Worth Individuals*) détiennent au moins 1 million US\$ disponibles pour l'investissement et au moins 3 millions US\$ pour les biens immobiliers et de consommation.

Plus riches encore, les UHWI (*Ultra High Net Worth Individuals*) voient leur nombre progresser de 7% par an en moyenne depuis cinq ans. Ils sont aujourd'hui environ 200 000 à détenir plus de 30 millions US\$ disponibles pour l'investissement (excluant tous les biens immobiliers et de consommation). Quant aux milliardaires en dollars leur nombre est d'environ 2 300 au niveau mondial, en augmentation de 12 % par an en moyenne depuis cinq ans.

Mobilité. La population internationale fortunée est de plus en plus réactive et mobile. Elle procède régulièrement à des arbitrages tenant compte de la situation économique et politique des pays, mais également de l'évolution des devises et des taux d'intérêt :

- la reprise de la croissance, inégalement répartie, façonne la clientèle : hausse aux Etats Unis, ralentissement chinois et brésilien, stagnation en Europe, coup d'arrêt brutal fin 2014 en Russie ;
- le maintien de taux d'intérêt bas a contribué à soutenir le volume des transactions immobilières dans l'ensemble des villes internationales.

Sécurité. Dans leur choix d'une destination, le premier critère de la clientèle de HNWI reste la sécurité (63%), devant l'ouverture économique (60%) et la stabilité sociale (51%). Les autres considérations viennent loin derrière : la qualité du patrimoine immobilier de prestige (27%), la présence d'autres HNWI (25%), l'excellence du système éducatif (21%)...

Les nouvelles destinations très « tendance »

*« En 2014, la clientèle fortunée a privilégié les beaux lieux de villégiature en Amérique et en Asie, au détriment de l'Europe et notamment de la France. Les stations de sports d'hiver et les stations balnéaires situées en Amérique du Nord, en Amérique du Sud et en Asie ont été davantage recherchées par la clientèle internationale que les stations françaises. »*, commente Thibault de Saint-Vincent, Président de BARNES.

Clientèle internationale. Les acquéreurs internationaux ont fortement augmenté à Bali, San Francisco, Verbier, Monaco, Aspen, Miami, Gstaad, Venise, aux Bahamas et à St Barth, tandis qu'ils se sont raréfiés à Courchevel, St Tropez, Cannes, Aix en Provence, Val-d'Isère ou encore en Dordogne.

> L'Ile Maurice attire de grandes fortunes qui achètent des résidences secondaires (leur 4<sup>e</sup> ou 5<sup>e</sup>...) : villas de luxe au sein d'un centre de loisirs de haut standing proposant golf, marina ; appartements ou duplex proches des centres villes et zones touristiques comme Grande Baie ou Rivière Noire...

Contact Presse

Galivel & Associés – Carol Galivel / Julien Michon – 01 41 05 02 02

Clientèle française. A chacun sa raison de quitter la France... Depuis 2012, 12 000 Français ont été recensés en partance pour Israël. Les Etats-Unis (New York et Miami) attirent les entrepreneurs et les financiers, tout comme Londres. Le Portugal et le Maroc ont la faveur des retraités tandis que Bruxelles est l'une des destinations préférées des chefs d'entreprise, devant la Suisse, prisée des rentiers...

> Lisbonne voit arriver en nombre des Français (plus de 2 200 en 2013 et probablement 20 000 d'ici fin 2015), des Allemands, des Suisses et des Britanniques. Hors d'Europe, viennent des Américains, ainsi que des Chinois et des Brésiliens à la recherche de biens luxueux situés dans les zones historiques, centres urbains ou avec vue mer.

Les places internationales les plus cotées

Dans le peloton de tête des valeurs sûres, figurent toujours Londres, New York, Miami, Los Angeles et la Suisse. Londres et New York consolident leur position de villes les plus recherchées, tandis que Paris et Genève ont vu leur prix stagner ou baisser en 2014.

Londres, toujours plus chère. La capitale britannique maintient son statut de 1<sup>re</sup> ville internationale pour l'immobilier haut de gamme. Celui-ci se concentre sur le Borough de Kensington et Chelsea, avec un prix moyen (maisons et appartements confondus) au m<sup>2</sup> de £16 000, soit 20 332 euros.

- Point positif : une politique de rénovation de quartiers entiers avec création d'un résidentiel haut de gamme pour attirer une clientèle étrangère.

- Point négatif : l'augmentation de la *Stamp Duty* (droits de mutation) depuis le 4 décembre 2014, passée de 7% à 10% pour les biens au-delà de £1 500 000 (1 965 000 €).

New York, victime de son succès. En 2014, *Big Apple* connaît une hausse des prix de 10% à 15% en fonction de la qualité des biens. Explication : une demande historiquement soutenue face à une offre qui reste limitée. A côté de Manhattan où le marché sature, se développent des quartiers, comme Brooklyn, qui deviennent de plus en plus populaires et recherchés. Exemples de prix au m<sup>2</sup> à Manhattan, au 3<sup>e</sup> trimestre 2014 : \$16 357/m<sup>2</sup> (13 246 €) pour un appartement en copropriété (condominium) ; \$28 787/m<sup>2</sup> (23 303 €) pour un bien haut de gamme.

Los Angeles et ses 4 quartiers. A Beverly Hills, le prix moyen d'une maison est de 2 077 000 euros (de l'ordre de 8 000 euros/m<sup>2</sup>), en augmentation de 2% à 5% sur les 12 derniers mois pour certains endroits. A Venice, le prix moyen d'une maison est de 1 056 000 euros, en augmentation de presque 11% sur les 12 derniers mois. A Malibu, une maison vaut en moyenne 1 925 000 euros, en hausse de 8% sur les 12 derniers mois. Hollywood, enfin, connaît aussi une forte progression (13% sur un an), le prix moyen d'une maison atteignant 1 237 000 euros.

Miami, accessible et attirante. La station balnéaire continue sa forte progression. Pour moitié, les acquéreurs viennent de l'étranger, pour y vivre, y investir ou y avoir un pied-à-terre. Les prix ont doublé depuis 2011, mais restent raisonnables : 3 466 euros/m<sup>2</sup> en ville, 5 807 euros/m<sup>2</sup> à Miami Beach.

### Le match Miami vs Saint-Tropez, en 2014

	Saint-Tropez	Miami
Nombre de biens en vente à plus de 4 M€ (\$5M)	300	520
Nombre de ventes dans l'année	8	232
Délai de vente moyen	28 mois	3 mois
Délai d'écoulement du stock	40 ans	2 ans

Contact Presse

---

Galivel & Associés – Carol Galivel / Julien Michon – 01 41 05 02 02

## Un désamour franco-étranger pour la France

Dans un marché international dynamique, la France fait figure d'exception, avec une forte baisse des transactions et des prix généralisée dans les grandes villes de province (Bordeaux, Lyon, Marseille, Toulouse, Lille, Nantes, etc.) et un très net recul des achats en résidences secondaires et en investissement locatif.

Paris, pour se loger. En 2014, le marché parisien a connu une stagnation des transactions et une chute des prix de l'ordre de -25% par rapport à décembre 2011 pour les biens au-delà de 200 m<sup>2</sup> et/ou 2 millions d'euros. Les biens inférieurs à 200 m<sup>2</sup>/2M€ connaissent une relative baisse des prix de -5% à -10% depuis 2 ans. La quasi-totalité des ventes de BARNES, en 2014, concernait des résidences principales. Seulement 1,5% était destiné à l'investissement locatif, contre 28% en 2011.

> La rive gauche et Paris Centre ont représenté chez BARNES, en 2014, 16% des ventes (supérieures à 1 millions d'euros) à une clientèle étrangère : retour en force des Américains et quasi disparition des Européens.

> Sur la rive droite (Triangle d'Or) BARNES a réalisé, en 2014, 8% de ses ventes à une clientèle étrangère. Les acquéreurs du Moyen-Orient maintiennent leur intérêt, tout comme les fonds d'investissements anglo-saxons. Il existe une clientèle asiatique (Exemple : Parc Monceau, un Hôtel particulier a été vendu autour de 2 800 000 € à des Chinois qui s'installent à Paris dans le cadre de leurs affaires). La clientèle russe, en revanche, a quasi disparu depuis la rentrée de septembre 2014.

Province : un marché à 3 vitesses. Le marché de la résidence secondaire est disparate :

- quasi gel des transactions dans les lieux de villégiatures qui attirent une clientèle internationale ultra-riche (Courchevel / Cannes / Saint-Tropez) ;
- en reprise dans les lieux de villégiatures franco-français (Biarritz, Deauville, Le Pyla, Megève, Ile de Ré, Corse), mais à des niveaux de prix inférieurs d'environ 40% par rapport à 2007 ;
- atone pour les résidences secondaires situées dans les campagnes isolées.

Châteaux : des opportunités. BARNES se positionne autour de l'offre des plus beaux châteaux, des plus grandes chasses, des haras les mieux situés, des meilleurs vignobles, des forêts les plus productives... Les prix du marché ont atteint un plancher (effet crise), offrant de vraies opportunités pour les clients acheteurs. Ils ne peuvent que remonter. Les relais de croissance se trouvent clairement auprès de la clientèle chinoise, des pays du Golfe et américaines.

*Conclusion de Thibault de Saint-Vincent : « Il existe de bonnes raisons d'espérer un retour à une meilleure fortune pour la France. La baisse de l'euro par rapport au dollar pourrait aboutir à un recentrage de l'investissement vers l'Europe, les prix de l'immobilier en France devenant plus attractifs pour les non-Européens. Les clients étrangers seront les acteurs majeurs de la reprise. Dès le retour de la confiance, les Français se positionneront à nouveau ».*

BARNES en bref...

BARNES est aujourd'hui la première société internationale d'immobilier résidentiel haut de gamme totalement intégrée avec différents métiers : la vente d'appartements, de maisons et d'hôtels particuliers, d'immeubles, de propriétés et châteaux, de biens d'exception ainsi que la location de biens de qualité et d'exception, la gestion locative ainsi que de nombreux services complémentaires. Fondé par Heidi BARNES et présidé par Thibault de Saint Vincent, BARNES est présent dans les six villes internationales de référence Paris, Bruxelles, Genève, Londres, New York et Miami ainsi que dans les principaux lieux de villégiatures internationaux (Deauville, Biarritz, Cannes, Aix-en-Provence, Bordeaux, Ile de Ré, Bassin d'Arcachon, le Périgord, Lyon, la Corse, Courchevel, Megève, St Barth, Palm Beach, Los Angeles...). En 2014, BARNES leader franco-suisse de l'immobilier international haut de gamme, a réalisé un volume de ventes de près de 2,3 milliards d'euros. Poursuivant sa stratégie de développement national et international, BARNES déploie ses bureaux à Lisbonne, à l'Ile Maurice, à Monaco, en Asie, au Moyen-Orient...

## Contact Presse

Galivel & Associés – Carol Galivel / Julien Michon – 01 41 05 02 02  
21-23, rue Klock - 92110 Clichy - galivel@galivel.com - [www.galivel.com](http://www.galivel.com)