

# lefigaro.fr/madame maddame FIGARO

## RENCONTRES

ANNE BEREST  
ÉRIC CANTONA  
ISABELLE HUPPERT  
SANDRINE KIBERLAIN  
KAMEL MENNOUR  
BORIS MIKHAÏLOV  
CATHERINE MILLET  
LAURA SMET

MADAME FIGARO SUPPLÉMENT - FIGARO N° 24276 ET 24277 DES 9 ET 10 SEPTEMBRE 2022 - COMMISSION PARITAIRE N° 0426 C 83022



SPÉCIAL

GRAPHIQUES,  
CHICS,  
LUDIQUES

L'énergie est  
dans le sac

# ACCESSOIRES



Mag<sup>én</sup>quête

# LES SNIPEUSES de l'immobilier qui vendent aux ultrariches

ELLES NE SONT PAS DES AGENTS IMMOBILIERS COMME  
LES AUTRES. LEURS CLIENTS N'ONT PAS DE BUDGET,  
PAS DE LIMITES NON PLUS DANS LEURS EXIGENCES. POUR  
RÉUSSIR CES TRANSACTIONS DE DIZAINES DE MILLIONS  
D'EUROS, LA CONFIDENTIALITÉ ET UNE TOTALE  
DISPONIBILITÉ SONT DE RIGUEUR. PLONGÉE DANS  
LES SECRETS D'UN MONDE AUX FRONTIÈRES DU RÉEL.

O

NY ENTRE PAR UN DIS-  
CRET PORTILLON, niché  
dans la verdure, sans se dou-  
ter que trois étages plus haut,  
une immense verrière flirte  
de si près avec la tour Eiffel.

Entre le rez-de-chaussée et le rooftop, les 900 mètres carrés de volumes majestueux et de salons Art déco furent un temps la demeure de Cristóbal Balenciaga. Le légendaire couturier espagnol a été l'un des propriétaires de cet hôtel particulier du VII<sup>e</sup> arrondissement, qui a vu passer depuis plusieurs grandes familles françaises. Il y a quelques mois, la *personal broker* Laure de La Rivière l'a vendu au-delà de 20 millions d'euros. Il n'a fallu qu'une visite. Des biens comme celui-ci, elle en a vendu une dizaine en 2021, notamment à l'un des plus grands footballeurs du monde arrivé dernièrement dans la capitale. Cette ultradiscreète a seulement 37 ans, mais dirige déjà la cellule Biens d'exception de Barnes France, groupe spécialisé dans l'immobilier de luxe. « Tous les mandats à

plus de 8 millions d'euros arrivent dans ma *business unit* », résume la jeune femme au look d'*executive woman*, et qui a opéré une ascension fulgurante dans la pierre après une première partie de carrière dans la finance. Ses clients ? Des femmes et des hommes d'affaires, des stars du show-business ou du sport, mais aussi des membres de familles royales ou des héritiers. Leur point commun : ils sont super-riches. Dans le langage de l'immobilier de prestige, on préfère les appeler les UHNWI, comme *Ultra High Net Worth Individuals*. Comprendre : les individus dont la fortune s'évalue à plus de 30 millions de dollars. Traduire : ils ont généralement un pied-à-terre de chaque côté de l'Atlantique, plusieurs lieux de villégiature dans les coins les plus huppés de la planète, de Verbier, en Suisse, à Saint-Barth, en passant par les Hamptons, aux États-Unis, ou le cap Ferret ; et parfois ils possèdent un yacht ou un avion privé. Comme toute la clientèle de l'ultraluxe, ils ont des exigences hors norme, et l'attention qu'ils demandent l'est tout autant. Ils n'ont pas de limites budgétaires, mais deux besoins essentiels : la >

PAR MARION GALY RAMOUNOT / ILLUSTRATIONS ÉRIC GIRIAT





## Magénquête



confidentialité et le sur-mesure. Il était une fois un monde invisible, où tout se négocie dans la plus grande intimité, en dizaine de millions d'euros.

### ENTRE RÊVES ET REALITE

Marie-Hélène Lundgreen est directrice de Belles Demeures de France, l'enseigne de luxe qu'elle a développée au sein de l'agence Daniel Féau, l'antenne française du groupe Christie's. On la surnomme la « papesse de l'immobilier », et pour cause, son brushing blond est, dans son petit milieu, aussi iconique que le carré lisse d'Anna Wintour dans la mode. L'univers des UHNWI n'a pas de secret pour elle, elle est née dedans. « La première chose que je demande à un acheteur étranger, c'est dans quel hôtel il descend. Quelqu'un qui descend au Meurice ou au Ritz n'est pas quelqu'un qui descend au George V ou au Plaza Athénée », spécifie-t-elle. Son accent *posh* trahit l'éducation de cette Belge diplômée d'Oxford, qui reçoit en veste Bar Dior dans son bureau à deux pas des Champs-Élysées. « Je me rends ensuite sur place, et je leur demande à quelle saison ils viennent, où en sont leurs enfants, où ils partent en vacances, dans quels restaurants

ils dînent, dans quelles boutiques ils s'habillent... » Dernièrement, elle a vendu une grande partie de l'hôtel de Bauffremont, la dernière demeure d'Hubert de Givenchy située rue de Grenelle (Paris VII<sup>e</sup>), à Xavier Niel. En 2016, elle avait déjà accompagné le patron de Free dans l'achat de l'hôtel Coulanges, perle rare de la place des Vosges, pour un peu plus de 30 millions d'euros. Mais elle est aussi capable de vendre un pied-à-terre de 9 millions d'euros à un couple de Qataris pendant la première semaine de confinement. À distance, donc... « Acheter à Paris, c'est d'abord acheter du rêve », énonce-t-elle pour justifier ce genre de transactions quasi à l'aveugle. « Si les clients étrangers vivent à New York, Londres ou Hongkong pour les affaires, ici, ils achètent avant tout pour le plaisir. Ils croient encore que Paris est la plus belle ville du monde, et je suis d'accord avec eux. » La capitale française serait d'ailleurs la cinquième ville la plus recherchée par les plus riches en 2021\*, après Miami, Austin, Tokyo et Genève. Depuis des années, c'est le même ballet immobilier. Les grandes fortunes françaises, capitaines d'industrie pour la plupart, achètent dans le cosssu et rassurant XVI<sup>e</sup> arrondissement. La clientèle du Moyen-Orient joue au Monopoly

dans le Triangle d'or, quartier emblématique du VIII<sup>e</sup> arrondissement délimité par trois avenues : Montaigne, Champs-Élysées et George-V. Les Américains, majoritaires, ne cherchent que dans les très « parisiens » VI<sup>e</sup> et VII<sup>e</sup> arrondissements. Pour réaliser leur rêve, ces derniers font souvent appel à des consultants privés, que l'on appelle couramment « chasseurs de biens ». Christine Tung, indépendante rattachée à l'agence Home Hunts, est parmi les plus en vue. Architecte d'intérieur de profession, elle officie entre Los Angeles, sa ville d'origine, et Paris pour le compte de clients américains. « Mon rôle, c'est d'abord de les calmer », admet-elle en riant. « Je leur dis qu'on n'est pas à New York ou à Miami, qu'une villa avec une piscine extérieure et un garage de 20 voitures, ici, ça n'existe pas, même quand on a un budget illimité. » Si elle n'est pas responsable des mandats de vente à proprement parler, elle a l'oreille attentive de ceux et celles qui les possèdent et à qui elle apporte ses clients sur un plateau. Des acheteurs américains, elle dit qu'ils sont souvent moins compliqués que les Français. « Ils ne sont pas obsédés par l'idée de n'avoir personne au-dessus d'eux par exemple... », ironise-t-elle. En revanche, ils veulent la climatisation et, si possible, un petit bistrot typique en bas de leur triplex, près de l'église de Saint-Germain-des-Prés ou du Jardin du Luxembourg.

## ANNÉE “FABULOUS” ET NUITS BLANCHES

Inévitablement, la pandémie a, pendant deux ans, secoué cette grande chorégraphie silencieuse. Côté étrangers, tout s'est arrêté net, laissant un temps le marché parisien dans la plus grande incertitude. Mais, contre toute attente, les ultrariches français ont entièrement pallié le vide laissé par l'international. « Ils ont ressenti le besoin soudain d'avoir de grands espaces extérieurs à Paris, de se créer un cocon familial, de se sentir bien chez eux en ville », a observé Laure de La Rivière, « et puis aussi d'investir dans la pierre, comme une valeur refuge de choix à un moment où les autres actifs se trouvaient plus menacés ». Selon les chiffres de Daniel Féau, les ventes de maisons et d'hôtels particuliers avec jardins ont effectivement presque triplé entre 2019 et 2021.

« 2021 a été une année fabuleuse sur les grosses transactions », adhère Joanna Jourdes, directrice de Paris Ouest Sotheby's International Realty, évoquant « une hausse de 20 % sur le marché des biens ultraluxe, à savoir les biens à plus de 4 millions d'euros ». Il fut un temps où cette diplômée d'un DEA en droit international à la Sorbonne rêvait d'enseigner à l'université. À 42 ans, elle s'occupe de toute la stratégie du groupe Sotheby's à Paris, généralement en look pantalon Ralph Lauren et boots camel. Elle admet

volontiers qu'intégrer l'immobilier de luxe a été comme « d'entrer en croisade ». « J'ai eu mon premier et unique enfant à 38 ans. De 26 ans à 38 ans, je n'ai fait que ça : j'étais en train d'accoucher quand j'ai vendu un penthouse à 36 000 euros du mètre carré ! ». Laure de La Rivière, chez Barnes, mère de deux enfants de 3 ans et 1 an, ne peut que confirmer : « Je n'ai pas de week-end, pas de soirée ; la nuit, je réponds aux e-mails de clients américains quand mon fils ne dort pas. »

## DES COMMISSIONS VERTIGINEUSES

Comme elles, Anna Sherbinina a l'impression « d'être une hot-line ». Cette *personal broker* russe, que vous avez peut-être aperçue dans *L'Agence*, télé-réalité à succès sur Netflix, promène depuis cinq ans son tempérament volcanique dans l'immobilier de luxe parisien. Dans une autre vie, elle a été mannequin, puis actrice (a, entre autres, tourné avec Martin Scorsese), avant de tout quitter pour raisons personnelles. Du système hollywoodien qu'elle a touché du doigt, elle a gardé un grain de folie et une volonté hors du commun. « Je fais tout pour mes clients. Je suis leur conseil immobilier, mais aussi leur psychologue, leur service décoration, leur conciergerie de luxe, je réserve leurs restaurants, je cherche des écoles pour leurs enfants... Il m'est déjà arrivé d'aller à un soin de massage avec une cliente pour en savoir plus sur son projet immobilier, ou de négocier avec un acheteur jusque sur le green de son golf. » Pour cette grande blonde d'1,76 m, rien ne doit être laissé au hasard dans un milieu où la clientèle veille au moindre détail. « Quand un client arrive en Porsche et que l'on connaît le modèle, c'est un plus. » Elle sait aussi que ce milieu peut donner le vertige. « On travaille entourés de grandes fortunes et de biens d'exceptions, tout cela donne parfois le tournis. Sur ce point-là, ma carrière d'actrice m'a vaccinée. Mais certains *brokers* n'y résistent pas... » D'autant que leurs commissions, proportionnelles aux montants des biens vendus, peuvent atteindre des sommets. Impossible, pourtant, d'en savoir plus sur les revenus de nos dealers de luxe. « J'ai un salaire de banquier d'affaires », ose vaguement Marie-Hélène Lundgreen, laissant deviner une rémunération à six chiffres – peut-être sept.

Malgré l'appel des sirènes et le piège du toujours plus, elles affirment toutes qu'il est essentiel de savoir dire « non ». Non aux vendeurs qui surévaluent à l'excès le montant de leur bien. Non à des biens qui, de par leur histoire ou le nom de leur propriétaire, pourraient leur porter préjudice. « J'ai été sollicitée pour la vente de l'appartement de Jeffrey Epstein avenue Foch, mais j'ai refusé le ➤



## Magénquête

mandat », lâche, par exemple, la directrice de Belles Demeures de France. Anna Sherbinina évoque aussi ces propriétaires invisibles, suppléés par plusieurs représentants, qui, dit-elle, « laissent trop de "gris". Je passe mon temps à faire du *due diligence* (des vérifications, NDLR) sur les personnes qui me contactent ». Parfois, il s'agit seulement d'une grande star hollywoodienne paniquée à l'idée que sa recherche soit « outée » dans la presse... Marie-Hélène Lundgreen se souvient d'une visite avec un acteur américain sur l'île Saint-Louis : « Il était persuadé que le motard arrêté devant le tabac d'en face était un paparazzi ; ses gardes du corps ont dû fermer tous les rideaux de l'appartement. » Pour gérer au mieux cette confidentialité, parfois poussée à l'extrême, ces femmes *brokers* ne travaillent qu'en *off market*. « 90 % de nos actifs sont hors marché, parce que la majorité de nos clients souhaite garder l'anonymat », précise Laure de La Rivière, qui évoque même le *real off market*, un marché fantôme où l'acheteur n'a ni photos, ni plan, ni adresse, avant de visiter le bien. « Je dois alors convaincre mon potentiel acheteur, qui vient parfois du bout du monde, que ce bien est fait pour lui, sans rien lui envoyer. Dans ce climat très secret, le *perfect match* – entendez une visite, une offre – est très apprécié. Mais pour réussir ces unions parfaites, il faut bien, très bien connaître ses clients. » Autrement dit, derrière chaque transaction s'est construite une vraie relation à long terme, bien loin du simple recueil de données par téléphone. À la clé : la confiance du client et, par-dessus tout, sa fidélité.

### DES MONTAGES FINANCIERS COMPLEXES

« Si vous avez bien fait votre travail, un client vous adressera d'autres clients parmi sa famille et ses amis. Il vous rappellera aussi quand il vendra. On récupère généralement un mandat à revendre tous les cinq ans », explique Delphine Gibert Avitan, 31 ans, jeune directrice de l'agence Sotheby's Saint-Germain-des-Prés. Et Anna Sherbinina d'ajouter : « Un bon broker, c'est comme un bon cardiologue ou un bon dentiste, quand on en a un, on le garde. » Ces femmes insistent : elles ne sont pas des agents immobiliers comme les autres. Au-delà de leur clientèle hors norme, elles gèrent souvent une armée d'intermédiaires (notaires, avocats fiscalistes, *family offices*, apporteurs d'affaires...) et des montages financiers complexes. C'est notamment le cas d'Anne-Sophie Cantaloube, directrice commerciale de Féau Immeubles. Cette ancienne gestionnaire d'actifs passée par BNP Real Estate et Nexity, élue conseil de l'année par le magazine *Immoweek* en 2021,

estime et vend des immeubles « entre 2 et 180 millions d'euros » pour le compte d'institutionnels ou de grandes familles. « La plupart de mes clients sont en couverture de *Challenges* », sourit-elle, sans citer de noms. En toute discrétion, elle nous a ouvert les portes d'une allée impénétrable – et hautement sécurisée – à deux pas des Invalides (Paris VII<sup>e</sup>). Ici se cachent toute une bande d'UHNWIs, installés dans une succession de maisons qu'elle a toutes vendues en Véfa (sur plan). Au bout de cet entre-soi cinq étoiles, seul un hôtel particulier de 800 mètres carrés, avec 2000 mètres carrés de jardin et piscine au sous-sol, reste encore à vendre pour 40 millions d'euros.

### VOUS AVEZ DIT EXIGEANTS ?

Dans leurs grands projets immobiliers, les ultrariches ont d'abord des impondérables : l'adresse, la sécurité, la vue, l'architecture, un extérieur – grand, de préférence... Mais ils sont aussi capables de folies. Au cours de leur carrière, nos *personal brokers* ont toutes entendu des demandes illusoire d'acheteurs hors-sol. Un quai de bateau sur la Seine pour aller avec leur penthouse, un garage chauffé de dix voitures, une piscine qui se transforme en discothèque... Pousser l'ultraluxe au firmament et en mettre plein la vue par la même occasion,

Christelle Moatti et Cyrielle Tellier Bufferne en ont fait leur quotidien. Elles travaillent toutes les deux pour le promoteur Cogemad, pionnier dans la création de projets immobiliers sur mesure et clé en main, fondé par l'homme d'affaires franco saoudien Emad Khashoggi. En 2011, ces deux directrices de projets ont fait sortir de terre le château de Louveciennes après trois ans de travaux, mettant sur le marché la demeure privée la plus chère du monde, vendue 275 millions d'euros en 2015 (la cellule de Marie-Hélène Lundgreen s'est occupée de la transaction). Elles s'occupent actuellement de la vente du bien *on market* le plus cher de la capitale. Une maison de 1237 mètres carrés, l'ancienne ambassade de Singapour, qu'elles ont restaurée



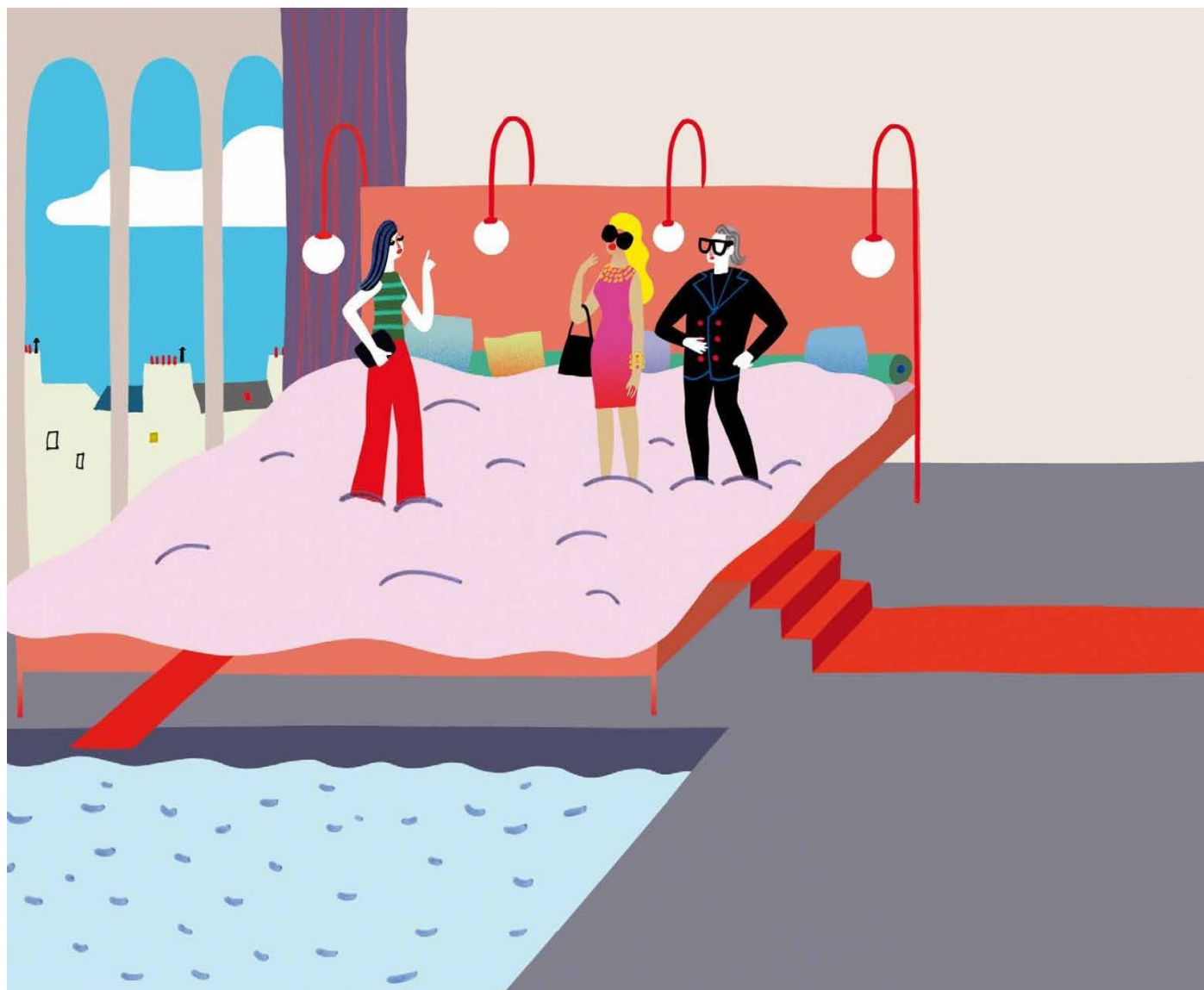


ILLUSTRATION ÉRIC GIRIAT

dans le très privé square de l'avenue Foch, Paris XVI<sup>e</sup>. Au menu : l'excellence artisanale française et la pointe de la technologie. Ici, on entre dans la chambre de maître grâce à un lecteur d'empreinte, on fait des brasses dans la plus grande piscine privée de la capitale (16 mètres de long), on regarde Netflix dans son bain grâce à un écran plat qui sort du plafond, et on monte le son dans la boîte de nuit située au troisième sous-sol, d'où l'on voit, grâce aux différents plafonds vitrés, toujours le ciel. Le montant de cet endroit aux frontières du réel : 80 millions d'euros. Christelle Moatti est confiante : « Nos clients, ils ont généralement tout vu. Mais pas ça. » Comme ses consœurs, elle projette encore de très luxueuses années à l'ultraluxe, avec un mot-clé devenu de plus en plus indispensable : surprendre. ✦

\* Selon l'édition 2021 de l'étude « Global Property Handbook », publiée chaque année par Barnes.

## REPÈRES

**PRIX DU MÈTRE CARRÉ.** Dans le monde de l'immobilier ultraluxe, il est entendu qu'on ne parle pas de prix au mètre carré, mais il est généralement proche de 20 000 euros.

**40 ANS.** Les UHNWIs rajeunissent, avec, parmi eux, de plus en plus d'entrepreneurs de la tech, ainsi que des golden boys expatriés à Londres qui sont rentrés avec le Brexit.

**SMART HOMES** : c'est le nouvel impératif des clients plus jeunes, donc plus connectés. Les nouveaux ultrariches roulent en Tesla et veulent pouvoir faire couler leur bain depuis leur jet privé sur le tarmac du Bourget.

**PIERRE YOVANOVITCH, INDIA MAHDAVI, DAMIEN LANGLOIS-MEURINNE...** : ces designers parisiens stars sont très recherchés par les acheteurs en quête d'un intérieur surléché. Compter 5 000 euros du mètre carré minimum.