

Et si vous vous offriez un château ?



Par Yves Le Grix
Voir tous ses articles

Publié le 29-08-2014 à 18h10

A⁺ A⁻

Ces propriétés de caractère doivent être irréprochables pour plaire aux acheteurs de plus en plus frileux. Les rentabiliser reste pourtant possible !



La renaissance des châteaux DR

C'est une bâtisse du Moyen Age en hauteur, à 30 kilomètres de Périgueux. Une merveille de 450 m² habitables avec ses deux tours des XII^e et XIII^e siècles miraculeusement conservées bien qu'elle ait été assiégée par Richard Cœur de Lion, et conquise par Du Guesclin. Son propriétaire l'a restaurée dans les années 1980, et a dépensé récemment 120.000 euros pour refaire les toitures. Elle est à vendre pour 1 million d'euros, mais les acheteurs ne se bousculent pas.

Depuis 2011 et l'annonce de la réforme de la taxation des plus-values, le marché des résidences secondaires est en panne, et celui des maisons de campagne et des châteaux souffre particulièrement. Une chartreuse achetée 800.000 euros il y a trois ans est à vendre 950.000 euros meublée – mais les meubles, comme les travaux intérieurs, ne comptent guère dans une transaction... La seule proposition d'achat reçue par l'agence est de 700.000 euros. Les acheteurs aujourd'hui se font rares sur ce marché.

« La résidence secondaire en temps de crise est jugée superflue », explique Bruno de Saint-Exupéry de l'agence Emile Garcin Périgord.

Et les défauts prennent encore plus d'importance, notamment dans l'esprit des acheteurs français. "Chacun se projette dans l'avenir, au moment de la revente", observe Eric Louvet, directeur de l'agence Mercure Bourgogne-Franche-Comté.

Les acheteurs reviennent peu à peu

Un environnement peu favorable, des nuisances proches, et la vente devient très ardue. Une rénovation de mauvais goût, des murs porteurs cassés, des cheminées d'origine enlevées... le caractère s'évanouit, et l'attrait avec. De même, les surfaces immenses et inutiles, comme dans ces grandes bâtisses du XIX^e qui abritaient des colonies de vacances, sont très difficiles à vendre, sauf pour faire un château-hôtel ou des appartements.

Un emplacement géographique sans gare ni autoroute proche, des commerces et une vie de village qui disparaissent peuvent être rédhibitoires. Un Anglais qui s'apprêtait à acheter une jolie propriété dans une région mal desservie de l'Yonne s'est ravisé. « Je veux profiter d'une vie sociale et culturelle », explique-t-il.

Toutefois, les acheteurs reviennent peu à peu. Si les Chinois, qui veulent à tout prix rentabiliser leur investissement, font des offres à moitié prix qui n'aboutissent jamais, des acquéreurs suisses, anglais, belges veulent s'offrir une résidence principale ou « faire un coup ». Un Sud-Africain résidant en Suisse a ainsi acheté un château en vente depuis quatre ans.

Comment rentabiliser son château ?

Le problème essentiel que rencontrent nombre d'acquéreurs et de vendeurs, selon Patrice Besse, dont l'agence est spécialisée en châteaux et propriétés de caractère historique, est de trouver une activité qui paie les frais d'entretien, voire rapporte davantage, ce qui devient rare. « Nous travaillons donc avec un bureau d'études qui propose ses services pour accompagner un propriétaire qui souhaite valoriser une activité au sein de son édifice. Le mieux est qu'elle soit liée au lieu, à l'architecture, à l'environnement du bien. »

La plupart des professionnels recommandent de ne pas céder à la vogue des chambres d'hôte : le travail est énorme, l'embauche d'un salarié n'est pas viable économiquement, et le retour sur investissement est souvent impossible : les meilleurs arrivent à tenir cinq ans. Le risque de perdre toutes ses économies est réel surtout si l'investissement est réalisé dans une région peu fréquentée.

En revanche, la fiscalité des monuments historiques est un avantage important offert aux propriétaires. Les dépendances peuvent parfois être exploitées en gîtes, ou abriter des expositions, des réceptions ou des mariages. Enfin, suggère Patrice Besse, « il faut aider les propriétaires souvent isolés dans les campagnes à se faire connaître à travers le monde par le biais d'un site internet fédérateur ». Le flux touristique restant l'une des clés de la sauvegarde de ce patrimoine.