

■ Rencontre avec Patrice Besse, président du Groupe immobilier du même nom

«Mon métier: sauvegarder les édifices français de caractère»

Au siège parisien de l'Unesco, l'Institut International de Promotion et de Prestige (voir encadré) a récemment décerné au Groupe immobilier Patrice Besse la distinction «Reconnaissance internationale pour la sauvegarde du Patrimoine culturel et architectural». L'occasion pour Tout l'Immobilier de rencontrer son président et fondateur Patrice Besse. Un passionné, au parcours passionnant...

- *Comment est né le Groupe immobilier Patrice Besse?*

- Mon grand-père a créé, en 1924, une agence immobilière dans la banlieue sud-est de Paris. Puis mon père lui a succédé et j'ai repris l'affaire fin des années 80.

Parallèlement à l'activité classique d'agence immobilière, je m'étais spécialisé dans la vente de belles demeures dans cette banlieue. Et puis un jour, un client me demande si je souhaite m'occuper de la vente d'un château en Dordogne. Ayant le goût des beaux monuments, j'ai accepté. Même si l'affaire ne s'est pas faite, j'avais attrapé le virus et j'ai poursuivi dans cette voie. Tout naturellement, je me suis peu à peu spécialisé dans la vente de biens que j'appelle «édifices de caractère». Cela concerne bien sûr des propriétés, qu'elles soient ou non clas-

sées ou inscrites à l'Inventaire des monuments historiques. Mais cela concerne aussi des bâtiments beaucoup plus modestes qui ont tous un point commun: avoir une histoire et faire partie de notre patrimoine. Cela me permet d'avoir en permanence 500 biens à vendre sur notre catalogue.

- *Votre formation ne vous destinait pas à ce métier. Peut-on parler de vocation?*

- Avec une formation de droit rural et d'économie agricole, je me destinais à travailler la terre. A la fin de mes études, j'ai fait un stage dans l'agence familiale. Cela m'a plu - sans doute quelques gènes... - et puis j'ai toujours eu envie de faire du commerce. Mais il est révélateur de noter que je suis revenu dans le milieu agricole par une autre porte, puisque je vends beaucoup de propriétés rurales, de



► **Patrick Besse, une passion pour le patrimoine.**

chasses, de forêts, de terres... Ce que j'ai appris me sert. En quelque sorte la boucle est bouclée...

- *Pourquoi ce terme d'édifices de caractère?*

- Ce terme recouvre un panel de bâtiments très varié. Je suis capable de m'occuper d'un petit édifice qui vaut 100 000 ou

150 000 euros, mais typique de l'architecture locale, même s'il y a de gros travaux à faire, et je peux vendre les plus grands châteaux de France. Quand j'ai commencé il y a quelques années à m'intéresser aux tout petits édifices de caractère - souvent de vrais bijoux -, certains redoutaient que je perde le marché des grands châteaux. Eh bien! Pas du tout. Mieux: les vendeurs de grandes demeures comprennent tout à fait la logique de ma démarche, la passion qui m'anime. D'où ce terme générique d'édifices de caractère pour spécifier les biens que nous vendons.

- *Vous considérez-vous comme une agence parmi les autres?*

- Pas du tout. La preuve: dans notre activité, je ne croise pas les grands réseaux et je n'ai pas de concurrence frontale. D'ailleurs, mes clients me le disent et mes collaborateurs ne sont pas non

plus comme les autres. On est vraiment différent.

- Mais vous n'êtes pas le seul à vendre de belles propriétés!

- C'est vrai. Toutes les grosses agences ont une activité «Belles demeures». Mais aucune ne vend un tel panel d'édifices de caractère - de la grange au plus grand château -, d'abord parce que le modèle économique n'est pas évident, mais aussi - mais surtout - parce qu'il faut avoir la vocation et des collaborateurs qui soient des passionnés. Bien sûr, il y a toujours la concurrence locale - «le régional de l'étape» -, mais je n'ai pas de concurrence au niveau national.

- Actuellement, dans votre portefeuille, quels types de bâtiments sont-ils les plus représentés?

- Je ne cherche pas à favoriser tel ou tel type de bâtiment. Parce que je sais que les personnes qui veulent acheter un édifice de caractère peuvent s'intéresser à des biens très différents - moulins, manoirs, châteaux, corps de ferme...- car ce qui les passionne, c'est la beauté et l'histoire du bâtiment. Le point commun de nos clients est d'être des amoureux de notre patrimoine architectural. Ensuite, chacun se décide en fonction de son budget. D'ailleurs, je constate que nos concitoyens sont de plus en plus nombreux à s'intéresser aux maisons anciennes situées dans les centres-villes - souvent très bien aménagées - plutôt que de se faire construire un pavillon dans un lotissement communal. Notre patrimoine est très riche. Il ne faut pas l'abandonner. Je rêve d'aider les Français à en

prendre conscience. Vous voyez, ma démarche va bien au-delà d'une simple transaction immobilière.

- Quel est le plus difficile: trouver des édifices de caractère à vendre ou trouver des acheteurs?

- De plus en plus, notre grande difficulté est de «dénicher» des édifices de caractère et d'expliquer aux propriétaires pourquoi une grange abandonnée nous intéresse, en quoi elle a un potentiel. Un vrai travail de pédagogie. Pour cela, mes 50 collaborateurs tournent en permanence en France. Par ailleurs, on nous propose beaucoup d'affaires, mais notre sélection est de plus en plus sévère. Elle est basée non sur la valeur financière du bien, mais sur sa valeur culturelle, son intérêt patrimonial.

Quelque chose doit nous accrocher que l'on puisse vanter: environnement, architecture, histoire... Plus nous «sentirons» le bien, mieux nous le vendrons. Résultat: sur la soixantaine d'affaires que l'on nous propose chaque mois, on n'en accepte qu'une trentaine.

- Qu'est ce qui vous paraît essentiel: votre amour des beaux bâtiments ou votre activité d'agence immobilière?

- Les deux sont indissociables. Pour bien faire notre métier d'agence immobilière, il faut d'abord trouver les beaux bâtiments et les valoriser. Si votre annonce est ainsi libellée: «Ancien prieuré. Fenêtres à meneau. Plafonds peints», c'est très différent de: «Maison de village. 130 m². Aménagements possibles. 78 000 euros. A sai-

sir»... Il s'agit du même objectif - vendre -, mais avec une toute autre approche - transmettre et sauvegarder des édifices de caractère. C'est le mariage de la culture et de l'immobilier.

- Pour bien vendre un édifice de caractère, ne devez-vous pas en être éperdument amoureux?

- Il faut l'aimer, mais pas trop. Dans notre rôle d'intermédiaire, il faut comprendre le bâtiment que l'on vend, valoriser sa riche histoire mais savoir rester sur l'essentiel, car sinon on risque d'en faire trop, ce qui n'est pas toujours du goût de l'acquéreur, lui aussi fin connaisseur.

- Vous est-il arrivé de refuser une vente à quelqu'un que vous ne jugiez pas «à la hauteur»?

- La question ne se pose pas en ces termes. Lorsqu'ils font appel à nous, les vendeurs connaissent parfaitement notre démarche et notre éthique. Nous sommes entre connaisseurs passionnés. Et à une très grande majorité, les acheteurs potentiels sont dans les mêmes dispositions, ont le respect des belles choses. Ainsi, de facto, ceux qui ne seraient pas «à la hauteur», comme vous dites, sont exclus. Je pense que cela explique pourquoi nous vendons à des Français à plus de 80%. Et ce même pour les édifices qui valent très cher. J'ajoute que quand une «vieille famille» vend un château souvent en mauvais état, c'est un déchirement pour elle, mais c'est plutôt une bonne chose pour le bâtiment qui va connaître une nouvelle vie. Pour le maintien de notre patrimoine, je suis favorable à ce que les édifices de caractère changent de main régulièrement. A condition de les faire évoluer en les respectant.

- Vous arrive-t-il de garder des relations avec vos acheteurs?

- On est agent immobilier. Une fois passé chez le notaire, la relation s'arrête. Mais il arrive souvent que mes clients m'invitent pour que je voie leurs travaux de restauration. Je pour-



► **Château Renaissance en Côte d'Or, classé Monument Historique.**

rais facilement faire un tour de France des édifices de caractère que j'ai vendus. En revanche, en dehors de la transaction stricto sensu, nous avons un rôle de mise garde envers nos clients. Il faut qu'ils sachent que très souvent la dépense faite pour acheter un édifice de caractère est seulement le droit d'entrée pour payer des travaux souvent très onéreux. Cela fait partie de notre mission.

- Les églises sont de plus en plus à vendre. Pourquoi, et qui achète?

- Les évêchés ont de plus en plus de soucis économiques. Ils doivent vendre des bâtiments - notamment des églises - pour en sauver d'autres. Quelques chiffres: sur les 40 000 églises détenues par les communes, 5% seront en vente dans les cinq ans et sur les 5 000 diocésaines, 25 à 50% seront vendues dans les vingt ans. Or la vente est une nouvelle activité pour les économes et nous sommes là pour les accompagner. Dans les campagnes, pour bien vendre une église, il faut respecter ce lieu chargé d'histoire, lui trouver un autre usage sans exclure la population. Une bonne façon d'y parvenir est que le bâtiment reste un ERP (établissement recevant du public) et soit régulièrement

ouvert au public en y organisant des événements (concerts, spectacles, expositions...). Nous poussons beaucoup en ce sens et les évêchés apprécient notre démarche.

- Les réglementations techniques de plus en plus nombreuses (isolation thermique, accessibilité...) ne risquent-elles pas de gêner votre activité?

- Pour les ERP, notamment les monuments classés ou inscrits à l'inventaire, ces réglementations deviennent de vraies contraintes. Comment les isoler? Assurer leur accessibilité? Prévoir des portes coupe-feu? Les pouvoirs publics ont bien conscience de ces difficultés et sont de plus en plus favorables à des dérogations, quand elles sont justifiées.

- Vous avez une stratégie de recrutement très originale. Pouvez-vous nous en dire quelques mots?

- Effectivement, je recrute des personnes qui, très souvent, ont des professions étrangères à l'immobilier. Mais qui sont des passionnés des édifices de caractère et ont une solide culture en la matière. Ensuite, nous les formons au métier d'agent immobilier pour qu'ils deviennent des commerciaux qui sachent vendre. Mais grâce à leur niveau,

ils s'adaptent très vite. J'ai pu le vérifier: il est plus simple de recruter un historien du patrimoine et de lui apprendre le métier de l'immobilier que l'inverse.

- En conclusion, comment voyez-vous l'avenir de votre groupe?

- Actuellement, j'ai une cinquantaine de collaborateurs. Mon objectif est d'en avoir très rapidement une centaine pour que notre maillage local soit de plus en plus serré et ainsi être au plus près des petits édifices de caractère. Il est en effet économiquement difficile de vendre des bâtiments d'une valeur de 75 000 ou 100 000 euros sans être sur place. Et puis, plus on est nombreux, plus on nous voit. Mais attention, il ne faut pas perdre notre âme. Cette croissance doit se faire en conservant notre spécificité. C'est d'ailleurs pourquoi j'ai développé notre propre logiciel pour ce type de transactions. Il permet à mes collaborateurs de travailler de partout en respectant ce qui fait la marque Patrice Besse. ■

Propos recueillis par Michel Levron - Paris

GROS PLAN

Un Institut basé à Genève

Fondé en 1963 à Genève, l'Institut International de Promotion et de Prestige rassemble 991 personnalités appartenant aux secteurs diplomatiques, politiques et économiques de 76 pays. Il a pour objet de rechercher, dans tous les pays, des hommes, institutions, groupements et entreprises, dont les activités, les réalisations et les travaux méritent une distinction internationale. Apolitique, indépendant de toute attache gouvernementale, l'Institut a été admis, en 1977, à coopérer avec l'Unesco en catégorie «C» (relations d'information mutuelle). Depuis 2010, l'Institut a décidé de décerner la distinction «Reconnaissance internationale pour la sauvegarde du Patrimoine culturel et architectural», remis pour la première fois à Patrice Besse.