



---

## COMMUNIQUE DE PRESSE

---

### **80 années de réussite : bilan et perspectives**

2016, selon les experts, verra la stabilisation du marché de l'immobilier. Une tendance confirmée par le Groupe Mercure qui fête cette année ses 80 ans d'existence. Une longévité à souligner dans un secteur qui a vécu de plein fouet les crises immobilières des 2 dernières décennies.

#### **L'histoire d'une passion**

##### **Leader sur le marché des châteaux**

En 1980, l'auvergnat Pierre Chassaigne rachète une petite agence toulousaine qu'il portera au niveau national en axant sa stratégie sur la vente de châteaux et de biens ruraux. Une idée originale qui le démarquera de ses concurrents et se conclura par la vente de plus de 4 000 châteaux et belles propriétés au cours des 30 dernières années.

##### **Le changement dans la continuité**

En 2010, sa fille, Anne de la Sauzay lui succède, apportant un regard neuf sur le marché, tout en conservant les fondamentaux du groupe : patrimoine et esprit de famille.

Elle complète l'offre du groupe en le positionnant également sur le patrimoine urbain (hôtels particuliers, appartements...).

Malgré la crise de 2008, le groupe continue de se développer grâce à une politique réactive qui repose sur 4 axes : image de marque, service de qualité, implantations régionales et développement international.

*« La force du groupe est de s'être toujours tourné vers le futur. Ce n'est pas parce que l'on vend des châteaux, riches en Histoire, que l'on doit être passéiste. » a souligné Anne de la Sauzay lors du colloque Inter-agences. « Nous avançons avec des bases solides qui reposent sur la passion du patrimoine et sur un savoir-faire. »*

## Acteur de la protection du patrimoine français

Dans cette optique, le groupe a publié le *Guide de la Préservation du Patrimoine* en collaboration avec l'ensemble des acteurs de la protection du patrimoine français (Vieilles Maisons Françaises, Demeures Historiques, French Heritage Society, entreprises du patrimoine vivant...), pour accompagner les propriétaires dans la rénovation et l'entretien de leur propriété.

En parallèle depuis plus de 10 ans, avec le **prix VMF-Groupe Mercure**, le groupe récompense chaque année un propriétaire privé pour la qualité de sa restauration.

## Bilan 2015 : réussite et croissance

### Près de 3 000 biens à la vente

Malgré la multiplication des acteurs et l'attentisme des vendeurs, le groupe réussit à stabiliser son catalogue varié autour de 3 000 biens.

L'immobilier rural représente 70% du volume des mandats.

Côté immobilier urbain, constitué d'appartements de prestige, hôtels particuliers et maisons contemporaines, l'offre équivaut à 30% du portefeuille. Avec une croissance nationale de 7% cette dernière année, particulièrement à Paris, Lyon, Bordeaux et Toulouse.

### N°1 de la vente de châteaux

En dépit d'un marché très concurrentiel dans l'immobilier de prestige, la position de leader est toujours confirmée. Avec 430 châteaux et manoirs, le Groupe possède **80% de l'offre disponible en France**.

### Un large éventail de prix permettant l'accessibilité au plus grand nombre

La fourchette de prix de vente d'un château s'étend de 280k à plus de 18 millions.

On peut noter que le bien le plus cher n'est pas un château mais une propriété située à Cannes appartenant à un grand couturier français (90 000 000 €).



Château le moins cher :  
280 000 €



Château le plus cher  
18 900 000 €



Propriété la plus chère  
90 000 000 €

### Progression à 2 chiffres des ventes

Le retour à un marché sain et à la stabilité des prix ont permis au groupe pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive de voir le volume de ses ventes et son chiffre d'affaire progresser.

### **Une exclusivité qui rapporte**

En 2015, un bien sous mandat exclusif confié au Groupe Mercure est vendu en moyenne 3 fois plus vite qu'un mandat simple. Un résultat qui prouve encore que la surexposition n'est pas signe de réussite. Voire, peut dévaloriser un bien. Plus de 30% des ventes ont concerné des mandats exclusifs, particulièrement dans l'urbain qui a frôlé les 40%.

### **Une présence régionale incontournable**

Avec une vingtaine d'implantations régionales, le Groupe Mercure affirme son rôle d'expert de proximité. Des résultats positifs qui sont liés au fait que le groupe se soit dans un premier temps développé en région et continue de mener une politique dynamique sur le terrain.

En 2015, les ventes dans le milieu rural ont représenté 58% du volume total et 61% du chiffre d'affaire.

### **Le top des villes**

Les biens haut-de-gamme dépassent les 10 000 € m<sup>2</sup> sur Paris, particulièrement dans les arrondissements du 7<sup>ème</sup> et du 8<sup>ème</sup> qui sont très prisés par la clientèle étrangère.

Loin derrière, on constate que Lyon est en plein essor, et que la situation géographique et économique porte ses fruits, puisque les prix au m<sup>2</sup> sont dans les plus beaux quartiers en moyenne à 4 700€.

Toujours plébiscitées pour leur qualité de vie et leur dynamique, on retrouve Toulouse (4 500€) et Bordeaux (4 300€) qui voient le prix du m<sup>2</sup> se maintenir

Paris	10 219 €
Lyon	4 700 €
Toulouse	4 500€
Bordeaux	4 300€
Auvergne	2 640 €
Limousin	1 503 €
Poitiers	1 032 €

### **Le marché parisien redémarre**

Après deux, voire trois années d'un marché au ralenti accompagné d'une lente baisse des prix, l'activité est repartie en 2015 avec un nombre de demandes et de transactions à la hausse. Malgré les causes conjoncturelles qui auraient pu freiner l'essor.

Augmentation du volume des ventes, avec des prix revus légèrement à la baisse en 2015.

Concernant la vente de biens très haut de gamme, au-delà de 3 millions, Charles Daireaux, responsable de l'agence à Paris, confirme la vente à des clients aussi bien français qu'étrangers d'un certain nombre de biens qui étaient sur le marché depuis 2 ou 3 ans.

## **La pierre reste le 1<sup>er</sup> investissement des français**

Les taux de crédits bas et une revalorisation du prix des biens en adéquation avec le marché ont permis aux français d'investir dans la pierre, poussés par des placements financiers peu attractifs.

L'acquéreur français représente 77% de la clientèle globale :

En ville, l'acheteur est légèrement plus jeune (49 ans) et représente 83% des achats. En milieu rural, la moyenne d'âge de l'acquéreur est de 53 ans. Il représente 71% des acheteurs (locaux, mutations, résidences secondaires, retraités...).

## **La France reste attractive**

La forte baisse de l'euro face au dollar et à la livre a marqué le retour des acquéreurs étrangers.

Ils sont de plus en plus présents, notamment lorsque les prix franchissent la barre du million.

Ils représentaient en 2015 23% des acquéreurs.

On note depuis plusieurs années l'arrivée d'une nouvelle clientèle fortunée en provenance d'Asie, d'Australie ou d'Amérique du Sud, et aussi des Pays du Golfe, notamment pour Paris avec des clients du Moyen-Orient.

## **Le top 3 de la nationalité des acquéreurs étrangers**

- Britanniques (48%)
- Belges (10%)
- Américains (7%)

## **Perspectives 2016 : déploiement régional et essor international**

### **Diversification de l'offre**

Dans la continuité de la diversification de son offre (bien ruraux et urbain), le Groupe Mercure développera en 2016 son portefeuille de biens en bord de mer.

Porté par la dynamique du marché, le groupe va agrandir sa couverture nationale et prévoit de renforcer l'ensemble de ses équipes présentes sur la côte littorale allant de la Normandie au Pays Basque au 1<sup>er</sup> semestre 2016.

### **Une portée internationale accrue**

Février 2016 marque les 1 an du partenariat entre le Groupe Mercure et le réseau international Mayfair.

Une entente qui a permis à l'agence française de développer son essor à travers le monde, conjointement aux actions de son équipe internationale dédiée au service des clients russes, anglophones, norvégiens, hollandais, chinois.

Equipe renforcée début 2016 par l'arrivée d'une collaboratrice pour la clientèle des pays du Golfe.

Cette organisation a permis au groupe **de multiplier par 2 les ventes** à la clientèle étrangère, avec 19 nationalités touchées.

Déjà implanté à Londres depuis 2015, une agence à Bruxelles devrait voir le jour, répondant à une forte demande de la clientèle belge.

## 2016, un bon début

Plusieurs transactions de début d'année indiquent que le marché confirme la tendance.

### Quelques-unes de nos dernières transactions

**Paris 7<sup>ème</sup> Bac-Varennes appartement à rénover de 320 m<sup>2</sup> avec terrasse et garage à près de 25 000€ le m<sup>2</sup>**



Paris 7<sup>ème</sup>  
Bd St Germain  
proche du café de Flore  
Appartement rénové  
17 400€ le m<sup>2</sup>



Paris 16<sup>ème</sup>  
Pierre 1<sup>er</sup> de Serbie  
Appartement familial  
Acquéreur français  
10 200€ le m<sup>2</sup>



Paris 8<sup>ème</sup>  
Appartement rénové  
Acquéreur quatari  
12 300€ le m<sup>2</sup>



Ile-de-France  
Château du XIX<sup>ème</sup>  
Acquéreur chinois  
8 000 000€



Lyon 2<sup>ème</sup>  
Appartement T6  
Acquéreur français  
5 800 € le m<sup>2</sup>



Toulouse  
Appartement rénové  
Acquéreur français  
4 500 € m<sup>2</sup>



Bordeaux  
Château du XIX<sup>ème</sup>  
Acquéreur franco-britannique  
830 000 €



Bassin d'Arcachon  
Maison d'architecte contemporaine  
Acquéreur français  
1 648 000 €



Poitou Charentes  
Château des XVIII - XIX<sup>ème</sup>  
Acquéreur américain  
1 646 000 €



Aix en Provence  
Château des IX à XVIII<sup>ème</sup>  
Acquéreur français  
2 000 000€



Auvergne  
Château XVIII<sup>ème</sup>  
Acquéreur français  
591 000€



Pays de la Loire  
Château XVII<sup>ème</sup>  
Acquéreur français  
262 000€



### **Groupe Mercure :**

Le Groupe Mercure est aujourd'hui le groupe français leader du marché du patrimoine ancien de prestige et de caractère.

Avec 80% de l'offre des châteaux et une présence d'expert sur toutes les régions françaises.

Il offre également dans les plus grandes villes une sélection d'appartements, d'hôtels particuliers et de maisons de ville de qualité (Paris, Lyon, Bordeaux, Toulouse, Poitiers, Cannes).

Fort d'une équipe internationale dédiée à la clientèle anglophone, russophone, chinoise, hollandaise, norvégienne, du Moyen-Orient, il continue son implantation à l'étranger.

Après l'ouverture d'un bureau à Londres en 2015 dans le célèbre quartier de Mayfair, il ouvrira courant 2016 un bureau à Bruxelles et poursuit ses relations étroites avec les réseaux les plus sélectifs et haut-de-gamme internationaux.

### **Anne de la Sauzay – portrait**

**Directrice-Gérante des Agences MERCURE TOULOUSE MIDI-PYRENEES PERIGORD**  
**Directrice générale du Groupe International Mercure**

Née en 1970 à Toulouse d'un père auvergnat et d'une mère parisienne, elle a fait l'ensemble de ses études à Toulouse.

En 1988 : Elle obtient son bac B (économie), poursuit des études de commerce et obtient en 1991 un BBA (Bachelor of Business of Administration) à European University, qu'elle complète par les cours du soir de l'IEJUC (Institut des Etudes Juridiques de l'Urbanisme et de la Construction) à la Faculté de Droit et de Sciences Sociales de Toulouse.

En 1993 après un an passé dans la grisaille de la région parisienne, elle décide avec son mari, Thierry de la Sauzay, de revenir vers le soleil et la chaleur toulousaine où son père, Pierre CHASSAIGNE Président fondateur du groupe Immobilier Mercure, leur propose de le rejoindre.

Elle se donne 6 mois pour juger sa capacité à travailler en famille entre un père à forte personnalité, et son mari. 21 ans après, ils travaillent toujours tous les trois en parfaite harmonie et complémentarité. Epaulant son père et son mari dans le développement de l'agence de la place Wilson spécialisée sur l'ensemble de Midi-Pyrénées-Périgord dans la vente de châteaux et de propriétés de caractères, mais croyant au potentiel du marché toulousain intra-muros, elle crée en 2002 une seconde agence bd Carnot à l'angle de la rue de la Colombette, plus particulièrement dédiée au marché immobilier urbain.

En 2004, elle est admise à la Chambre des Experts Immobilier de la FNAIM, comme Expert Immobilier pour les biens d'habitation et biens de prestige

La même année, elle prend la gérance des deux agences de Toulouse -qui sont aujourd'hui les deux agences phare du Groupe-, laissant à son mari le soin de diriger l'agence de la place Wilson et permettant ainsi à son père de se consacrer entièrement au développement du Groupe.

Elle devient, en 2010, cogérante et directrice du Groupe Mercure qui compte alors 17 agences régionales couvrant l'ensemble de l'hexagone et une agence ambassade à Paris, avenue Bosquet dans le 7ème arrondissement.

Son ambition est d'accentuer la dimension internationale du Groupe et de continuer à rester précurseur dans l'utilisation des nouvelles technologies (Internet, réseaux sociaux...), tout en conservant la marque de fabrique de Mercure :

« Tradition, passion de la Pierre et de la Terre, et Esprit de Famille ».

Son credo : pour que Tradition se conjugue avec Ouverture d'Esprit, Patrimoine avec Modernisme et Groupe International Mercure avec Professionnalisme et Qualité de service.