

Famille du média : Médias professionnels
 Périodicité : Mensuelle
 Audience : 444327
 Sujet du média :
 Gestion d'entreprise-Management



Edition : N 362 - 2022 P.66
 Journalistes : -
 Nombre de mots : 399

Placements

L'ARGENT DE LA VIGNE Nouvelle valeur refuge ?



Le domaine Clos du Tart et son grand cru de la Côte de Nuits ont été repris par la société d'investissement de la famille Pinault, Artémis Domaines, au terme d'une transaction record estimée autour de 280 millions d'euros.

L'attrait pour la vigne n'est pas nouveau, certains vont jusqu'au bout de leur rêve lorsqu'ils parviennent à trouver une propriété à un prix compatible avec leur budget. Mais depuis peu, le mouvement s'est clairement accéléré.

UNE RUÉE VERS L'OR VERT ?

Les agents spécialisés dans les ventes de domaines n'en reviennent pas et prient pour que cela dure. La ruée vers la vigne est une réalité, avec ses surprises. Car depuis la crise du Covid, le phénomène est clairement identifié. Des profils de tous ordres et de tous âges manifestent leur intérêt pour l'acquisition d'un terrain viticole. La tendance est d'ailleurs confirmée par les centres de formation spécialisés qui voient arriver cadres fatigués de la ville et de leur vie, médecins

et infirmières épuisés, informaticiens las de passer leur vie devant les écrans... Le désir de changer de vie est récurrent chez les Français, rien de nouveau de ce côté-là. En revanche, c'est la concrétisation qui a subi un sérieux coup d'accélérateur. Les motivations n'ont pas changé, elles ont seulement été exacerbées par la crise. Volonté de quitter le rythme urbain pour revenir à une vie plus terrienne, quête de sens et de naturalité, amour du bon produit, volonté écologique, rêve de convivialité, tout à la fois souvent.

VIN ET BUSINESS

Si l'on excepte la population des milliardaires, dans la quasi-totalité des cas, l'intérêt, voire la passion du vin, sont déjà présentes chez ces néo-candidats. Ce sont fréquemment des amateurs éclairés, qui appartiennent parfois à des clubs ou organisent eux-mêmes des dégustations entre amis. Autre point commun entre ces différents publics, la plupart aime

l'entreprise dans ce qu'elle symbolise de responsabilité et d'indépendance. Le but pour ces profils n'est pas (seulement) de se faire plaisir, mais aussi de mener une affaire à la réussite.

UN MARCHÉ SCINDÉ EN TROIS

En termes de zones géographiques, les achats des deux dernières années ont mis en lumière trois segments de marché.

Le segment haut de gamme

Le premier concerne les propriétés de renom, acquises par des personnes fortunées ou de grands groupes, dans ce cas, les montants peuvent aller très hauts. Stéphane Courbit, Jean Guyon, le groupe Chanel, Bernard Magrez et d'autres. Leur intérêt est personnel, mais ils sont aussi dans une démarche d'investissement à long terme. Ils sont prêts à faire de nombreux travaux et donner un nouveau dynamisme à des propriétés ayant perdu de leur superbe.

