



Prise en charge cinq-étoiles, expériences sur mesure, immobilier haut de gamme et clubs privés exclusifs, la capitale britannique continue à attirer et séduire les VIC. LAURE BRUTTIN-FRANCK

The OWO Residences, un complexe ultrapremium de 85 résidences privées, spa et restaurants construits sur le site historique du Whitehall Palace.

DOSSIER

L'ébullition londonienne, un aimant à fortunés

On pourrait la croire malmenée par une période pandémique, défiée par le Brexit et la suppression de l'attractivité fiscale tout juste actée pour les «non-dom». Et pourtant, Londres n'a jamais été aussi attractive. «C'est une notion de l'*hospitality* poussée à son paroxysme, comme je ne l'ai jamais vue ailleurs», introduit Astrid Rosetti Firmenich, consultante en art à Londres depuis douze ans. Et d'illustrer ses propos en prenant l'exemple de Harrod's qui propose à ses plus importants clients de se garer à l'arrière du magasin pour y entrer et sortir en toute confidentialité. Une prestation dont les richissimes clients moyen-orientaux, très présents en été, sont particulièrement friands.

Créer la surprise, pour ne pas lasser. Telle semble être la mécanique du succès de la capitale auprès des VIC. «Ces clients cherchent à «expérimenter» la ville à chacune de leur visite. Ils logent au Connaught, au Claridge's ou au Berkeley, aiment se balader à Mayfair ou à Notting Hill et dîner dans des restaurants à la mode tels que Ceconi's, Pollini, Cocochine, ou encore le tout nouveau restaurant du club privé Oswald's. Comme Londres leur offre à chaque fois un visage différent, ils y reviennent», commente Anne-Laure Percepied, directrice de Ladbroke Hall, un club artistique et social situé à Notting Hill. En attestent les dépenses effectuées sur place, malgré des prix en constante augmentation dans les secteurs du luxe.

Pour Astrid Rosetti Firmenich, la dépense tient finalement beaucoup plus à l'«expérience» qu'à la singularité des produits proposés. «Tout est fait ici pour créer le buzz et maintenir l'attention du consommateur, en particulier sur le segment du luxe. Si une arcade ferme, elle est d'emblée remplacée par un pop-up.»

Une rotation rendue possible, en partie, grâce à une gestion immobilière un peu particulière, où des gros magasins ou marques prestigieuses sont propriétaires de nombreux bâtiments et sous-louent à des marques plus petites, permettant ainsi à ces dernières de s'installer dans des

points stratégiques de la capitale sans avoir à déboursier des sommes d'argent folles pour le bâti. Chanel possède le bâtiment dans lequel est installée la marque DKNY, et les exemples de ce type, souvent confidentiels, sont nombreux. Des stratégies intéressantes face à un secteur immobilier qui affiche, lui aussi, une vitalité record.

De l'immobilier hautement désirable

Avec un prix moyen dans le centre de Londres d'environ 21'000 euros le mètre carré, et jusqu'à 30'000 euros à Mayfair - contre 35'000 à 40'000 francs sur le quai Wilson à Genève -, la capitale grimpe à la 4^e place des villes les plus chères au monde. Pour Nick Gregori, Head of Research chez LonRes, «les valeurs les plus élevées ont été atteintes dans des rues telles que Kensington Palace Gardens, Cadogan Square et Eaton Square. Les nouvelles maisons de luxe génèrent également certaines des valeurs les plus élevées.»

Parmi les exemples récents, les luxueux appartements de Chelsea Barracks, d'anciennes baraques d'infanterie réhabilitées en résidence de luxe; the OWO Residences, un complexe ultrapremium comprenant 85 résidences privées, mais aussi un spa et des restaurants construits sur le site historique du Whitehall Palace; le No.1 Grosvenor Square qui fut la Résidence de l'aristocratie britannique

La piscine du 60 Curzon Street, qui compte 32 résidences privées dans le plus bel immeuble résidentiel de Mayfair.

depuis les années 1700; ou encore le 60 Curzon Street, 32 résidences privées dans le plus bel immeuble résidentiel de Mayfair.

Des projets uniques, mêlant tout ce que Londres a à offrir: un savoir-faire historiquement ancré, un service exceptionnel, des projets un peu fous et hautement désirables. Pour Stuart Bailey, responsable du segment Prestige chez Knight Frank Londres, «non seulement un bien immobilier doit être absolument impeccable, mais l'ensemble, de la visite à l'achat, doit être similaire. Les normes sont très élevées. L'expérience du client est tout ce qu'il y a de plus important à Londres.»

Business de prestige

Cantonner Londres aux secteurs les plus enclins à briller serait passer à côté d'une des grandes forces d'attractivité de la capitale: son réseau business. Un «networking» ultra-premium, dont la partie la plus intéressante se joue de manière confidentielle. Au sein des très sélects «Members private Clubs» où VIC locaux et internationaux se côtoient, créant une bulle hors du temps et du reste du monde. L'Association des clubs londoniens en dénombre 48, dont près de la moitié est strictement réservée aux hommes. Dans le top 5: Annabel's, LouLou's, The Twenty Two, Maison Estelle et Oswald's. Ce dernier cache-t-il derrière sa porte bleu roi des membres aussi prestigieux que Victoria et David Beckham, la princesse Eugénie, ou encore le prince William.

Dans cet univers, TheGoodTimeHouse a su trouver sa place grâce à une proposition de valeurs un peu différente et sa Good Times House, cachée au cœur de la ville de Cheltenham située dans Cotswold. Un concept créé par Ricardo Fearon, ex-artiste en effets visuels, qui a également officié en tant qu'architecte d'intérieur. Le confort de l'entre-soi, mais pas que. En créant le buzz, en proposant des moments suspendus, le Club séduit aussi les VIC, dont le caractère énergivore en matière de tout ce qui est neuf, luxueux et «trendy» peut enfin trouver une caisse de résonance. I.

