

Altus

CRANS-MONTANA

2014



« Les Italiens adorent le fameux esprit chalet, retravaillé, avec plein de tissus. C'est du pur cocooning. »
"Italians love the famous 'chalet' style, reworked, with lots of fabric for serious 'cocooning'."
Veronique Colagola-Wisard.



L'esprit vieux chalet prédomine
mais se marie aussi avec des objets design.
The old chalet feel prevails
but it's also accompanied with design objects.



Chalets de rêve

Luxe, calme
et volupté
en toute discrétion

Quelles sont les attentes
des acheteurs étrangers
en matière d'immobilier
de luxe ?

Existe-t-il des différences
majeures d'une culture
à l'autre ?

Une enquête qui frise
le secret défense.

Que veulent les hôtes « étrangers », en termes de luxe, lorsqu'ils séjournent dans les stations de Crans-Montana ou Verbier ? La question semble simple mais le terrain miné ! Obtenir des informations, c'est comme essayer de voler la formule du Coca-Cola au directeur de l'entreprise ! Cela va de la réponse embarrassée « C'est quoi, déjà, votre question ? » à la réflexion suspicieuse « Vous ne m'enregistrez pas, là, hein ? ». Le luxe, en Valais, serait-il un sujet tabou ? « Pas vraiment, c'est parfois une question de discrétion », rectifie Françoise Délèze de l'Agence Guinnard Immobilier à Verbier. Malgré tout, au fil des rencontres, des tendances émergent. D'abord par celles et ceux qui acceptent enfin de parler mais « ne veulent surtout pas être reconnus », à Verbier comme à Crans-Montana.

DES MODES GÉOGRAPHIQUES

« En premier lieu, le client se soucie surtout de la vue. S'il vient s'installer en montagne, ce n'est pas pour avoir un immeuble en face de sa terrasse. Après, s'il habite en altitude, il demande toutes les facilités de la ville. Il veut son four de haute technologie dans la cuisine et une connexion Wi-Fi qui déchire ! », indique cette dame très prolifique grâce à l'anonymat. « Chez nous, les photos mises sur internet sont décortiquées par les acheteurs. Ils nous posent plein de questions sur les modèles de jacuzzi, leur grandeur; s'ils peuvent ajouter une salle de sport, et s'il y a ensuite une maintenance pour les appareils de musculation », complète cette réceptionniste qui préfère ne pas nous passer son patron. Véronique Colagioia-Wisard, de l'agence VIP Immobilier à Crans, met, elle, les cartes sur la table avec son mari Enzo. « Depuis 13 ans que sommes là, nous voyons des modes géographiques dans le choix des clients, observe-t-elle. À certains moments, il faut être à cet endroit et pas autre part. Actuellement, tout le monde veut être aussi près que possible du centre de la station. Les acheteurs sont prêts à mettre un prix qui monte jusqu'à 35 000 francs bruts le mètre carré. Ce qui est paradoxal c'est qu'ensuite, ces personnes souhaitent la vue, la tranquillité et une orientation plein sud toujours au milieu de la station. »

Pierre-Yves Délèze, responsable marketing et communication des Trois Rocs SA, ne craint pas, lui non plus, d'évoquer sa clientèle sans fard ! « Ceux qui viennent chez nous achètent en premier lieu un endroit à la mode qui a une certaine réputation », souligne-t-il. Donc, avant le paysage, c'est « la station où il faut être » qui compte. Ensuite, arrivent la qualité de la construction et l'accessibilité des lieux. Le fait que nous soyons >>>

*Les acheteurs sont prêts à mettre un prix qui monte
jusqu'à 35 000 francs bruts le mètre carré.*

>>> proches des aéroports de Genève ou de Sion est un atout. Suivent enfin le type de services que nous pouvons offrir et à combien de minutes se trouvent les pistes de ski. »

UN FORT ESPRIT ALPIN

Un point commun esthétique relie Crans-Montana et Verbier : le style de la décoration intérieure. Il sera alpin ou ne sera pas. Il aura du vieux bois ou rien. Puis tout se joue dans la nuance. Parole au tandem Stéphane Merlo-Marc Hamburger qui se charge d'aménager l'intérieur des chalets à Crans-Montana comme dans bien d'autres stations. « Nos clients savent ce qu'ils veulent et c'est l'esprit vieux chalet qui prédomine. Après, on peut ajouter des touches modernes », indique Stéphane Merlo de BSM Casaling. « Nous apportons nos idées et, ensuite, nous faisons en sorte que cela tienne la route. Parfois, certaines personnes ne veulent pas de sapin, parce qu'elles disent que c'est du bois de pauvre ! Alors on travaille du noyer, du chêne ou du cerisier qui apportent plus de noblesse », complète Marc Hamburger. D'un chantier à l'autre, le même enthousiasme prédomine. « Nous pouvons mener à bien des projets complètement fous, et apporter des détails géniaux dans la menuiserie ou la charpente. Tout cela se marie aussi avec

Le fin du fin de la tendance, c'est d'avoir une cuisine mise en valeur.

du design ou des choses ultramodernes », continue Marc Hamburger.

Notre spécialiste du vieux bois, en y réfléchissant bien, peut trouver des nuances dans les demandes, selon les nationalités. « De prime abord, Anglais, Italiens ou Indiens aiment autant les choses classiques que modernes. C'est du 50/50. Il y a parfois un côté plus kitsch chez les Anglais qui aiment un peu trop charger dans l'ambiance vieux bois. » Les sujets de sa Gracieuse Majesté font parfois preuve d'un goût aléatoire... Grâce à Véronique Colagioia-Wisard, on apprend qu'il existe des différences notables d'un pays à l'autre. « Les Italiens adorent le fameux esprit chalet, retravaillé, avec plein de tissus. C'est du pur cocooning. Les Français prolongent ce qu'ils ont à Courchevel, assez dans le genre "bois brut". À l'opposé, les Belges ou les Hollandais qui viennent nous voir désirent des surfaces épurées, modernes. Ils sont très sensibles à ce genre de détails. » Et surtout, le fin du fin de la tendance, c'est d'avoir une cuisine mise en valeur. « Cela nous pose des problèmes

avec les objets qui ont plus de 20 ans. À l'époque, on cachait les fourneaux et le personnel. C'est terminé. La cuisine trône, c'est le top de recevoir des invités avec un chef qui mitonne ses plats devant tout le monde », dévoile Véronique Colagioia-Wisard.

Malgré ces tendances affirmées, certaines autres agences ne veulent pas généraliser. « Je peux recevoir des Russes très riches qui recherchent un studio basique, comme un couple de retraités anglais qui veut un chalet classe, à dix mètres des caisses des remontées mécaniques. Il n'y a aucune règle là-dedans », dit cette agente immobilière très soucieuse de ne pas voir son nom écrit en toutes lettres. « Il n'existe aucune différence dans le luxe, renchérit Gaston Barras, le mythique promoteur du Haut-Plateau, actif dans le domaine depuis 1954. Ce qui fera la différence, c'est l'argent ! J'ai fait des affaires autant à Crans-sur-Sierre qu'à Verbier, j'ai le recul pour savoir de quoi je parle ! » Une expérience qui lui vaut d'avoir le mot de la fin. ■

Texte : Joël Cerutti



Dream chalets

A certain subtlety of luxury, tranquillity and pure pleasure



What do foreign buyers want from a luxury property? Are there major differences between one culture and another?

What do "foreigners" look for in terms of luxury when they holiday in Crans-Montana or Verbier? It may seem like a simple question, but it's not that easy. Getting hold of information is almost impossible! Is luxury a taboo subject in Valais? "Not really, but it can require a certain amount of discretion," explains Françoise Délèze from Guinnard Immobilier in Verbier. However, after interviewing various people a trend starts to emerge...

GEOGRAPHICAL TRENDS

"First of all, the client's main concern is the view. If they are going to be living in the mountains, they do not want to be looking out onto a building.

Then, if they are to live at altitude, they expect the latest technology: the very best oven in the kitchen and the fastest Wi-Fi!" tells one woman. "Buyers analyse the photos we put up on the Internet. They enquire about the make and size of the Jacuzzi, whether they can add a gym and if someone can repair the exercise machines...." says a receptionist.

Véronique Colagioia-Wisard, from VIP Immobilier in Crans, and her husband Enzo open up. "In the 13 years we have been here, we have seen geographical trends in clients' choices. Sometimes, there is a certain place to be and nowhere else. At the moment, everybody wants to be as close to the middle of the resort >>>

*Buyers are prepared to pay up
to 35,000 francs net
per square metre.*

Les clients achètent un endroit à la mode mais ils se soucient aussi beaucoup de la vue. Clients want to buy in fashionable areas but they also want a good view.

»» as possible. Buyers are prepared to pay up to 35,000 francs net per square metre. However, people still want to have the view, the peacefulness and a south-facing property... in the middle of the resort."

Pierre-Yves Déléze, head of marketing at Trois Rocs SA says, "Our customers buy primarily where it is fashionable to do so, and where there is a certain reputation. So, the resort that is 'the place to be' is more important than the landscape itself. Then comes the quality of the building and how accessible the resort is. Being so close to Geneva and Sion airport is an asset. Then finally, people want to know about the services we offer and how far away the pistes are."

KEEN ALPINE SPIRIT

Crans-Montana and Verbier both have the same interior design style. Stéphane Merlo and Marc Hamburger are interior designers for chalets in Crans-Montana and other resorts. "Our clients know what they want and the 'old chalet' look

is what prevails. After that we may add some modern touches," reveals Stéphane Merlo of BSM Casaling. "We bring our ideas to the table so that they are taken seriously. Sometimes, people do not want fir because they say it is wood for the poor! So we use walnut, oak or cherry wood which gives a more noble feel," says Marc Hamburger. This school of thought is very similar from one chalet to the next. He finds that there are slight differences in his orders depending on the nationality of who placed them. "English, Italians or Indians all like the classic style just as much as the modern one. It's fifty-fifty. Sometimes, the English are slightly more kitsch when they go over-board with the old wood."

Véronique Colagioia-Wisard explains the distinct differences between one country and another. "The Italians love the famous 'chalet' style, reworked, with lots of fabric for serious 'cocooning'. The French do what they do in Courchevel and use untreated wood. The Belgians or Dutch, in contrast, prefer treated and modern

surfaces and pay special attention to this..." And most importantly, when it comes to fashion, a showcase kitchen is the cherry on the cake. "It is difficult with items dating over 20 years old. We used to hide the ovens and the staff away, but not anymore. The kitchen is the 'centre stage'; it's great hosting when a chef is preparing dishes in front of everyone," reveals Véronique Colagioia-Wisard.

Despite these confirmed fashions, some other estate agencies do not want to generalise. "I can cater for some very wealthy Russians who are looking for a basic studio, just like I can for a retired English couple who would like a boutique chalet, ten metres from the ski lifts. There is no rule," says an estate agent. "When it comes to luxury, there is no difference," reinforces Gaston Barras, the Haut-Plateau legendary developer since 1954. "What does make the difference is money! I have done business in Crans-sur-Sierre and Verbier, so I know what I am talking about!" ■

When it comes to fashion, a showcase kitchen is the cherry on the cake.

