


# Z comme Zingraf

## La sensation de l'immobilier



Agé de 64 ans, Michaël Zingraf, Président et Fondateur du groupe éponyme, est agent immobilier depuis plus de quatre décennies. Ayant passé son enfance à Cannes, cet esthète d'origine germanique a naturellement implanté sa première agence sur la Croisette en 1977. Son fils, Heathcliff, l'a rejoint à l'aube des années 2000. Depuis, 13 agences ont vu le jour et des partenariats ont été tissés en France et à l'international. Amoureux du littoral méditerranéen, Michaël Zingraf a fait de son Groupe une marque de référence de l'immobilier de prestige sur la Côte d'Azur et la Provence.

### **Expliquez-nous votre parcours, d'où tenez-vous votre goût pour l'entrepreneuriat ?**

**Michaël Zingraf :** Natif d'Allemagne, je suis arrivé à Cannes à l'âge de 3 ans. J'ai commencé très jeune dans l'immobilier comme négociateur, avant de racheter rapidement ma première agence. Je me suis toujours inscrit dans une logique de développement commercial ambitieuse et pérenne, et mon fils Heathcliff m'a naturellement rejoint en 2001 dans cette aventure avant tout familiale.

L'entrepreneuriat est comme un sport, auquel on prend goût. Il faut être endurant, on se heurte à des échecs, mais chaque obstacle rencontré devient presque une source de plaisir. Une difficulté surmontée constitue une victoire, car comme le déclarait Nelson Mandela : « *Je ne perds jamais. Soit je gagne, soit j'apprends.* »

### **Comment concevez-vous votre rôle d'acteur majeur dans l'immobilier de prestige ?**

Notre métier implique un niveau

d'exigence très élevé et un professionnalisme indéfectible. Mais il offre surtout, l'opportunité de rencontrer des personnes exceptionnelles que nous avons à cœur de satisfaire.

Nous travaillons avec les émotions, en vendant du rêve à des acheteurs, et des souvenirs à des vendeurs. Nous évoluons dans une dimension de plaisir qui dépasse le simple cadre du business. J'aime à parler d'une forme d'art. Réussir à canaliser subtilement ces émotions participe à la réussite et à la finalisation des transactions immobilières.

J'ai toujours souhaité m'approcher de ce que l'on peut appeler « *l'école du luxe* ». Je suis fasciné et attiré par ce qui a trait à l'univers du luxe, bien que je n'apprécie guère ce terme qui reste subjectif et sa définition très personnelle. Au sens où je l'entends, le luxe est incarné par la confiance, l'intégrité, la discrétion et l'excellence. Ces différentes valeurs sont agrégées dans une sorte d'harmonie qui nous permet d'être un gage de fiabilité

pour notre clientèle.

J'apprécie les belles choses. Je suis sensible à l'esthétique, qu'il s'agisse d'un beau geste, d'une belle intelligence, voire même une belle laideur (Sic). Pour moi, la Côte d'Azur et la Provence incarnent cette image de beauté, de volupté et d'élégance inégalable.

### **Quel est le secret de votre réussite ?**

Tout est une question d'hommes ! Pour l'entreprise familiale que nous sommes, l'humain est au cœur de tout. Nous devons représenter notre marque en nous appuyant sur des personnes qualifiées et de confiance. Nous sélectionnons rigoureusement nos collaborateurs et partenaires en gardant à l'esprit nos valeurs. Nous les accompagnons au quotidien pour avancer ensemble et proposer le meilleur service à nos clients.

Nous sommes sollicités régulièrement par des candidats désireux de rejoindre notre Groupe ou d'ouvrir des agences Michaël Zingraf Real Estate. Je suis agréablement surpris et en même temps fier que notre



>> Un beau développement en famille : harmonie et ambition entre Michaël Zingraf et son fils Heathcliff.



>> Le Château Soligny, ancienne maison de campagne d'Aristide Boucicaut (1810-1877).

## Château Soligny : le coup de maître de Michaël Zingraf

**Avec la vente du Château Soligny, à Cannes, le réseau s'affirme comme un acteur incontournable de l'immobilier de prestige sur la Côte D'Azur.**

Sur la Côte d'Azur, le petit monde de l'immobilier de luxe en parle déjà comme d'un nouveau record, à la mesure de ce bien d'exception. Le Château Soligny, l'ancienne maison de campagne d'hiver d'Aristide Boucicaut (1810-1877), fondateur du Bon marché, vient de trouver preneur. Excellamment repensé, le Château Soligny est devenu avec les années l'un des fleurons cannois. Selon Heathcliff Zingraf, le PDG du Groupe Michaël Zingraf Christie's international Real Estate, qui vient de conclure cette transaction, « *il y avait longtemps qu'une telle transaction n'avait été réalisée à Cannes* ».

**Piscine à débordement, cave à vins, domotique et marbres d'Italie**

Située dans le quartier de La Californie, à quelques minutes du centre-ville de Cannes, cette demeure du XIX<sup>ème</sup> siècle se niche dans un luxuriant parc de 8 500 m<sup>2</sup>. « *Elle a*

*été rénoverée avec des matériaux d'exception et fait partie des propriétés les mieux finies que j'ai vues* », précise Heathcliff Zingraf. L'heureux nouveau propriétaire a sans nul doute été conquis par les travaux de rénovation réalisés par le Groupe FINAMAS, qui avait racheté la demeure aux enchères en 2011. Outre sa piscine à débordement, sa cave à vins, ses équipements de domotique et ses marbres d'Italie, la somptueuse demeure de 1 200 m<sup>2</sup> bénéficie d'une vue imprenable sur les îles de Lérins et les montagnes de l'Estérel. Le Groupe Michaël Zingraf Christie's International Real Estate était déjà à l'origine en 2018 de la vente du somptueux penthouse avec piscine privative de la résidence 87



Soligny à Cannes. Cet immeuble ultra contemporain et prestigieux, déjà réalisé par le Groupe FINAMAS, offre des finitions et des services inégalés au même titre que ceux dont bénéficiera le First Croisette. Ce partenariat et cette dernière transaction historique, confirment pour Michaël Zingraf son statut d'acteur régional majeur de l'immobilier de prestige.

enseigne bénéficie aujourd'hui d'une telle reconnaissance. Cependant, j'avoue avoir été un peu dépassé par l'ampleur de ses réactions positives.

### La réussite se forge-t-elle à l'épreuve des difficultés ?

Je suis toujours sorti grandi des épreuves que j'ai rencontrées, elles m'ont permis d'apprendre et de progresser. Quatre ans après m'être lancé dans ce métier, je m'étais spécialisé dans la clientèle germanique alors que le Deutsche Mark était au plus haut. De langue maternelle allemande, j'évoluais avec une grande aisance sur ce marché alors qu'une difficulté majeure est survenue : les acheteurs allemands se sont faits plus rares en raison du contexte politique en France avec l'élection présidentielle de 1981... et l'intégration du parti communiste dans le

**“Je suis toujours sorti grandi des épreuves que j'ai rencontrées, elles m'ont permis d'apprendre et de progresser.”**

nouveau gouvernement fraîchement élu. Dix ans après, la guerre du Golfe a provoqué un terrible séisme dont les conséquences ont fortement ébranlé le marché immobilier. Durant les années qui ont suivi, j'ai bataillé sans relâche et fait preuve d'une résilience indéfectible. Nous avons bravé cette tempête, puis la brise s'est remise à souffler dans les voiles et nous sommes repartis dans une spirale positive.

Alors qu'un nombre important de confrères ont disparu de la scène suite à cette période tourmentée, toutes ces épreuves nous ont permis de nous renforcer significativement.

### Quelle est la typologie de votre clientèle et comment a-t-elle évolué ?

Nous sommes des marchands de rêves et de souvenirs. Notre clientèle n'est pas principalement dans une logique de business ou de rentabilité, elle aspire avant tout à avoir des émotions.

Nous devons répondre à ses attentes en lui en proposant des biens d'exception à la vente ou à la location saisonnière, et en assurant une large gamme de services personnalisés. Notre clientèle a toujours été majoritairement internationale. Il y a 2 ans, les clients étrangers représentaient



>> La villa Saint-Antoine à Cannes Californie (une exclusivité Zingraf).

90% de notre portefeuille. Nous nous adressons essentiellement aux britanniques, suisses, allemands, scandinaves... la clientèle des pays de l'Est représentant alors 15 à 20%. Aujourd'hui, la clientèle étrangère ne

représente certes plus que 70%, (la part des clients issus de l'ancien bloc soviétique ayant quelque peu diminué en raison des boycotts, de l'évolution du rouble et d'autres facteurs) mais on note un net retour des français qui viennent

## Les moments charnières du groupe

**1977** - Ouverture de la première agence sur la Croisette (Cannes)

**2001** - Une histoire familiale

Heathcliff Zingraf rejoint le Groupe en 2001 afin d'apprendre le métier aux côtés de son père. «Aujourd'hui, explicite fièrement

Michaël Zingraf, il est mon associé, mon partenaire, mon miroir et mon clone.»

**2012** - L'affiliation au réseau Christie's International Real Estate insuffle une nouvelle dynamique au Groupe azuréen

Fondée en 1766, la maison Christie's est positionnée depuis plus de deux siècles sur le marché de l'art ancien et moderne. Fort de ce succès, une session immobilière haut de gamme, Christie's International Real Estate est créé il y a un peu plus de 30 ans. Aujourd'hui, le réseau international compte près de 140 affiliés internationaux et 1 200 bureaux dans 46 pays. La labellisation exclusive Christie's International Real Estate pour le Sud-Est de la France en 2012, marque un tournant substantiel pour le Groupe. «Le regard de notre clientèle a

changé, souligne Michaël Zingraf. Cela nous a fortement valorisés. Je suis très fier que Christie's International Real Estate nous ait choisis et de représenter cette institution qui incarne un modèle dont nous souhaiterions nous rapprocher.»



>> Belle demeure avec vignoble.

Une fois par an, tous les affiliés Christie's International Real Estate se retrouvent pour échanger et s'enrichir mutuellement de leurs expériences. « Nous formons une grande famille de très haute qualité, au sein de laquelle

il existe une saine émulation favorisant une logique «win-win». »

**2017** - Michaël Zingraf Christie's International Real Estate célèbre ses 40 ans et lance sa licence de marque

**2018** - Signature d'un partenariat exclusif avec Fraser Yachts et d'une première licence de marque à Marseille

**2019** - Ouverture de trois nouvelles agences en nom propre à Aix-en-Provence, Deauville et Paris.

renforcer le marché. Nous travaillons également avec des marchands de biens, des investisseurs et des loueurs meublés professionnels, mais cela reste assez rare. **Quelle est votre stratégie de développement ?**

Notre axe principal de développement consiste en l'ouverture d'agences en nom propre dans certaines villes stratégiques françaises et d'autres en licence de marque sur le territoire national ou à l'international. Le Groupe n'a cessé de progresser depuis sa création. Nous nous sommes installés sur un emplacement plus prestigieux encore de la Croisette en 1988, avant de nous implanter à Mougins en 1990 et à Saint-Paul-de-Vence en 1994.

En plus de 40 ans, nous avons construit, avec mon fils Heathcliff présent à mes côtés depuis 18 ans, des fondations solides sur lesquelles nous pouvons dorénavant nous appuyer pour poursuivre sereinement notre développement.

**Où se situent vos agences ?**

Nous comptons aujourd'hui 13 agences implantées dans les lieux les plus emblématiques de la Côte d'Azur et de la Provence parmi lesquels : 3 boutiques à Cannes, Cap d'Antibes, Saint-Jean-Cap-Ferrat, Saint-Tropez, Mougins, Opio, Saint-Paul de Vence, Aix-en-Provence, Gordes, Loumarin

## **Le marché de l'immobilier sur la Côte d'Azur, vu par Michaël Zingraf**

**J**usqu'en 2008, les prix avaient fortement augmenté. Depuis, ils sont revenus à un niveau raisonnable et les biens sur la Côte d'Azur se vendent aujourd'hui à des tarifs réalistes, bien qu'il existe ici et là quelques exceptions sans corrélation avec le prix du marché.

Et il ne faut pas oublier que nous vendons de l'émotion. Ce sentiment étant par nature très difficilement quantifiable. L'esthétique joue pour beaucoup dans le ressenti de notre clientèle qui aspire à une alchimie subtile. De manière générale, lorsque le prix est adapté, le bien se vend.

Le marché est ainsi plutôt sain car il n'y a pas de grandes fluctuations. En achetant aujourd'hui, sur la Côte d'Azur les clients réalisent un investissement pérenne sans surpayer leur bien. Nous sommes en droite ligne avec l'évolution du marché immobilier azuréen. »



**>> Le First Croisette, une adresse d'exception à Cannes (livraison le dernier trimestre 2020).**

et Saint Rémy de Provence.

Nous avons par ailleurs signé en décembre dernier notre première licence de marque à Marseille dont les bureaux sont installés dans la célèbre tour de Jean Nouvel.

### Comment allez-vous consolider votre maillage territorial ?

Nous aspirons à renforcer notre implantation en France afin de gagner encore en crédibilité et ambitionnons de disposer d'une cinquantaine d'agences d'ici 6 à 8 ans. Nous avons pour projet d'ouvrir dans les prochains mois une agence en marque propre dans le 8<sup>ème</sup> arrondissement de Paris et à Deauville. Nous sommes par ailleurs en discussion très avancée afin de nous implanter sous forme d'affiliation dans l'est parisien, à Vincennes et au Val d'Europe, mais aussi à Lyon.

Les villes comme Arcachon, Biarritz, le Touquet, La Baule ou Annecy mais également certaines stations de ski très haut de gamme susceptibles d'intéresser notre clientèle, comme Courchevel, Méribel et Megève sont également sur notre liste cible.

### Pourquoi avez-vous décidé de vous implanter à Monaco ?

C'est une logique de développement commercial qui suit notre volonté d'expansion avec une ouverture prévue courant 2019. Le tandem Monaco-PACA présente un intérêt significatif car certains de nos clients basés à Monaco, pour des raisons de confort, de beauté, de sécurité ou de fiscalité, souhaitent en effet investir sur la région PACA et réciproquement. Selon le même raisonnement, une synergie peut se créer assez naturellement entre des villes comme Paris et Deauville.

### Vous allez signer une licence de marque à Marrakech (Maroc). D'autres projets à l'international sont-ils en incubation ?

Nous sommes actuellement en discussion avancée avec un partenaire local à Gstaad (Suisse). Notre intérêt se porte sur les villes similaires à Cannes dans lesquelles



>> Splendide panorama à Cap d'Ail.

notre clientèle évolue. Notre département International propose également des biens prestigieux à la vente dans de fabuleuses destinations à travers le monde : Porto Cervo en Sardaigne, Mykonos dans les Cyclades, Porto-Vecchio en Corse, Portofino et Venise en Italie, ou encore Saint-Barthélemy.

### Vous avez lancé le First Croisette, un projet de résidence grand luxe face au Palais des Festivals, à Cannes, dont vous détenez la co-exclusivité de commercialisation. Quelles sont les ambitions de ce programme hors du commun ?

Le First Croisette est le programme immobilier le plus prestigieux de la Côte d'Azur. Ce projet exceptionnel à l'architecture moderne tout en transparence du Groupe FINAMAS compte 21 appartements de prestige, dont un penthouse avec piscine privative. Idéalement situé sur la Croisette, cet immeuble de très haut standing offrira des prestations inégalées à ce jour : conciergerie à la new-yorkaise, sécurité assurée 24/24, salles de sport avec sauna et hammam, spa...

La maison de luxe *Dolce & Gabbana* a d'ailleurs décidé d'implanter son prochain flagship store sur 1 300 m<sup>2</sup> au pied de cette nouvelle réalisation, qui rappelons-le, est mitoyenne avec les boutiques *Chanel* et *Dior*, marques emblématiques de la mode française. Cette boutique sera l'une des plus belles boutiques de la marque à travers le monde.

### Quels seront vos axes stratégiques de développement à l'avenir ?

Notre développement passera probablement par des opérations de croissance externe. Nos axes de réflexion sont multiples et les idées foisonnent : spécialisation dans la vente d'immeubles et de commerces en France, création d'un cabinet d'assurance... Si ces projets voient le jour, je souhaite que nous le fassions sérieusement en acquérant des sociétés dotées d'une expertise reconnue. ●

Propos recueillis par Isabelle Jouanneau



>> Le Penthouse du First Croisette.

## 2018 en chiffres

- 12 M€ de CA TTC (les biens supérieurs à 5 M€ représentent 30% du CA)
- 10% de croissance par rapport à 2017 et plus de 30% depuis 5 ans
- 216 M€ de volume global de ventes
- 88 biens vendus
- Près de 70% de clients internationaux avec un retour marqué de la clientèle française depuis 2 ans
- Top 4 des nationalités : Français, Suisses, Américains et Russes
- Michaël Zingraf Christie's international Real Estate c'est :
- 70 collaborateurs polyglottes
- Près de 2 000 propriétés en portefeuille
- Près de 100 locations saisonnières par an
- Une base de données de près 80 000 contacts
- Près de 1 000 000 de visites annuelles et 4,5 M de pages vues sur le site Internet [www.michaelzingraf.com](http://www.michaelzingraf.com)