facettes
leboncoin immo

Antoine Blandin La rive gauche, une valeur à part

VARENNE DANS FACETTES

À l'occasion de ses 35 ans, Varenne partage sa vision du marché parisien et de l'évolution du métier, entre patrimoine, design et relation de confiance.



Mon quartier, mon métier

Antoine Blandin La rive gauche, une valeur à part



Directeur adjoint de Varenne, Antoine Blandin porte un regard précis sur les 6e et 7e arrondissements, où la valeur se joue parfois à l'échelle d'une rue, d'une vue ou d'un immeuble. Il décrypte un marché durablement recherché, l'évolution de sa mise en scène et de nouvelles attentes qui replacent le confort autant que l'humain au cœur du métier.

Propos recueillis par Irice LANTHEAUME
Photos Vanda KHABAROVA

Comment définiriez-vous l'identité immobilière des 6e et 7e arrondissements ?
Ce sont, à mes yeux, les deux arrondissements les plus premium de Paris, une forme de graal immobilier. Leur force tient à une richesse architecturale exceptionnelle et à des adresses devenues iconiques. Ils offrent un patrimoine, une histoire et un art de vivre qui conservent une puissance d'attraction très particulière. Ce marché se montre aussi relativement hermétique aux soubresauts du contexte international. La demande demeure soutenue, parce que l'offre est rare et que ces quartiers répondent à une recherche patrimoniale autant qu'à un désir de vie parisienne.

Quelles adresses concentrent aujourd'hui le plus de demandes ?
Le secteur du Bon Marché reste particulièrement recherché, tout comme la rue de Varenne et la rue du Bac. Mais la rive gauche ne se lit jamais comme un ensemble uniforme : quelques mètres peuvent suffire à modifier la perception d'un bien et sa valeur. Nous observons aussi un regain d'intérêt pour les vues sur la Seine. Les Jeux olympiques ont replacé le fleuve au centre du regard et ravivé le désir pour l'île Saint-Louis et l'île de la Cité. La vue inscrit alors l'appartement dans une représentation très forte de Paris.

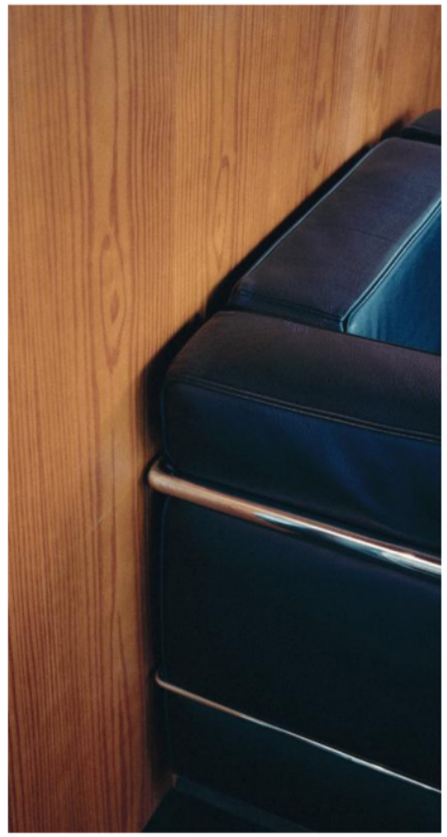
Comment révèle-t-on un bien avant sa mise sur le marché ?
Il faut commencer par regarder l'appartement dans ses moindres détails : sa luminosité, ses volumes, son mobilier, la manière dont les pièces dialoguent. La présentation doit être impeccable, sans jamais effacer la personnalité du lieu. Le choix des photographies et la rédaction de l'annonce sont essentiels. Pour certains biens, nous créons un dossier qui raconte l'architecture, l'environnement et l'histoire de l'adresse. Il ne s'agit pas seulement de montrer, mais de donner des clés de lecture.

Pourquoi faire entrer l'art et le design dans vos agences ?
Parce que l'immobilier de prestige ne se résume pas à une vente. Il raconte une manière de vivre, un rapport aux matières, aux objets et à la création. Les collaborations avec des maisons de mobilier, de textiles ou avec des céramistes font de l'agence un lieu d'expérience et de rencontre. Ce dialogue avec l'art de vivre à la française est cohérent avec les biens que nous représentons. Il permet aussi d'accueillir autrement les clients et les habitants du quartier, dans un espace qui ne soit pas uniquement consacré à la transaction.

Varenne célèbre ses 35 ans. Qu'est-ce qui a le plus changé ?
L'ampleur de la communication n'a plus rien à voir. Les réseaux sociaux ont transformé la manière dont les biens sont découverts, regardés et partagés. L'image intervient très tôt dans le parcours et doit immédiatement traduire la qualité d'un lieu. Mais cette évolution ne change pas l'essentiel : l'humain reste au cœur du projet. On le répète souvent mais si les outils élargissent la visibilité et enrichissent la présentatio, ils ne remplacent ni la confiance, ni l'écoute, ni la justesse du conseil.

Quelles préoccupations vont transformer le marché parisien ?
La question thermique prend une place croissante, y compris sur les très grandes surfaces. L'isolation et le DPE reviennent régulièrement dans les échanges, là où ils pouvaient auparavant sembler secondaires sur le marché haut de gamme. Le confort d'été devient tout aussi important. Les épisodes de chaleur conduisent les acquéreurs à s'interroger sur les possibilités de rafraîchissement et sur des solutions compatibles avec le bâti parisien, notamment les systèmes à eau. La qualité d'un appartement s'évalue désormais toute l'année.

Quel lieu incarne le mieux l'esprit de Varenne ?
La place Saint-Sulpice. Elle est élégante sans être ostentatoire, vivante tout en restant discrète. Ses cafés, ses librairies et son architecture composent un Paris à la fois cultivé et quotidien. C'est un lieu intemporel, qui résume assez bien notre vision de la rive gauche. ◊





Mon quartier, mon métier

Antoine Blandin La rive gauche, une valeur à part



Directeur adjoint de Varenne, Antoine Blandin porte un regard précis sur les 6e et 7e arrondissements, où la valeur se joue parfois à l'échelle d'une rue, d'une vue ou d'un immeuble. Il décrypte un marché durablement recherché, l'évolution de sa mise en scène et de nouvelles attentes qui replacent le confort autant que l'humain au cœur du métier.

Propos recueillis par Irice LANTHEAUME
Photos Vanda KHABAROVA

Comment définiriez-vous l'identité immobilière des 6e et 7e arrondissements ?

Ce sont, à mes yeux, les deux arrondissements les plus premium de Paris, une forme de graal immobilier. Leur force tient à une richesse architecturale exceptionnelle et à des adresses devenues iconiques. Ils offrent un patrimoine, une histoire et un art de vivre qui conservent une puissance d'attraction très particulière. Ce marché se montre aussi relativement hermétique aux soubresauts du contexte international. La demande demeure soutenue, parce que l'offre est rare et que ces quartiers répondent à une recherche patrimoniale autant qu'à un désir de vie parisienne.

Quelles adresses concentrent aujourd'hui le plus de demandes ?

Le secteur du Bon Marché reste particulièrement recherché, tout comme la rue de Varenne et la rue du Bac. Mais la rive gauche ne se lit jamais comme un ensemble uniforme : quelques mètres peuvent suffire à modifier la perception d'un bien et sa valeur. Nous observons aussi un regain d'intérêt pour les vues sur la Seine. Les Jeux olympiques ont replacé le fleuve au centre du regard et ravivé le désir pour l'île Saint-Louis et l'île de la Cité. La vue inscrit alors l'appartement dans une représentation très forte de Paris.

Comment révèle-t-on un bien avant sa mise sur le marché ?

Il faut commencer par regarder l'appartement dans ses moindres détails : sa luminosité, ses volumes, son mobilier, la manière dont les pièces dialoguent. La présentation doit être impeccable, sans jamais effacer la personnalité du lieu. Le choix des photographies et la rédaction de l'annonce sont essentiels. Pour certains biens, nous créons un dossier qui raconte l'architecture, l'environnement et l'histoire de l'adresse. Il ne s'agit pas seulement de montrer, mais de donner des clés de lecture.

Pourquoi faire entrer l'art et le design dans vos agences ?

Parce que l'immobilier de prestige ne se résume pas à une vente. Il raconte une manière de vivre, un rapport aux matières, aux objets et à la création. Les collaborations avec des maisons de mobilier, de textiles ou avec des céramistes font de l'agence un lieu d'expérience et de rencontre. Ce dialogue avec l'art de vivre à la française est cohérent avec les biens que nous représentons. Il permet aussi d'accueillir autrement les clients et les habitants du quartier, dans un espace qui ne soit pas uniquement consacré à la transaction.

Varenne célèbre ses 35 ans. Qu'est-ce qui a le plus changé ?
L'ampleur de la communication n'a plus rien à voir. Les réseaux sociaux ont transformé la manière dont les biens sont découverts, regardés et partagés. L'image intervient très tôt dans le parcours et doit immédiatement traduire la qualité d'un lieu. Mais cette évolution ne change pas l'essentiel : l'humain reste au cœur du projet. On le répète souvent mais si les outils élargissent la visibilité et enrichissent la présentatio, ils ne remplacent ni la confiance, ni l'écoute, ni la justesse du conseil.

Quelles préoccupations vont transformer le marché parisien ?
La question thermique prend une place croissante, y compris sur les très grandes surfaces. L'isolation et le DPE reviennent régulièrement dans les échanges, là où ils pouvaient auparavant sembler secondaires sur le marché haut de gamme. Le confort d'été devient tout aussi important. Les épisodes de chaleur conduisent les acquéreurs à s'interroger sur les possibilités de rafraîchissement et sur des solutions compatibles avec le bâti parisien, notamment les systèmes à eau. La qualité d'un appartement s'évalue désormais toute l'année.

Quel lieu incarne le mieux l'esprit de Varenne ?
La place Saint-Sulpice. Elle est élégante sans être ostentatoire, vivante tout en restant discrète. Ses cafés, ses librairies et son architecture composent un Paris à la fois cultivé et quotidien. C'est un lieu intemporel, qui résume assez bien notre vision de la rive gauche. ◊



