



Interview : Thibault de Saint Vincent, président de Barnes Immobilier

Entrepreneur dans l'âme, visionnaire et fin stratège en affaires, stimulé par l'envie de répondre à tous les désirs de ses clients, Thibault de Saint Vincent dirige d'une main de maître la société Barnes, l'une des références devenues incontournables de l'immobilier de prestige. Fondée en 1994 par Heidi Barnes, son épouse, l'entreprise est portée depuis ses débuts par l'ambition pérenne d'offrir à sa clientèle internationale un accès unique aux biens de prestige, situés dans toutes les plus belles adresses du monde. Vingt ans plus tard, Barnes compte près d'une cinquantaine de bureaux et plus de 350 collaborateurs répartis en France et dans le monde, et se distingue par la qualité et la pluralité de ses services. Récemment, la société a d'ailleurs mis en place Barnes Art Advisory, un département orchestré par Heidi Barnes offrant une expertise en matière de gestion du patrimoine artistique.

Rencontre avec Thibault de Saint Vincent, afin de revenir sur la genèse et l'esprit Barnes, avec pour ambition de mieux cerner sa vision d'avenir pour la société Barnes.

Qu'est-ce qui vous définit le mieux ?

« Entrepreneur ». J'aime tout ce qui a trait à la création de projets. Ce qui est très motivant avec l'aventure Barnes, c'est qu'elle ouvre un champ infini de possibles, tels que le fait d'ouvrir des bureaux aux quatre coins du globe, ou d'accompagner notre clientèle dans des domaines différents, comme la constitution d'une collection d'œuvres d'art, la location d'un jet privé, l'achat d'un yacht... Les possibilités de développement sont illimitées ! C'est d'ailleurs déjà ce que nous faisons avec notre activité de conseils en arts et acquisitions artistiques, dirigée par mon épouse (Heidi Barnes, nldr), qui est très impliquée dans ce domaine en particulier. Nos clients en sont souvent très fêrus, c'était donc fondamental pour nous de pouvoir les accompagner sur ce terrain, et répondre à leurs demandes parfois très spécifiques.

Racontez-nous la genèse de la société Barnes

Dans les années 90, lorsqu'Heidi s'installe à Paris pour des raisons professionnelles, elle fait le constat qu'aucune structure n'est en place pour accueillir les expatriés. Ainsi, en 1994, elle décide d'ouvrir à Paris et à Londres une société immobilière destinée à accompagner les clients internationaux souhaitant s'installer dans les capitales française et britannique. Au départ, il s'agissait d'accueillir des cadres dans des appartements meublés. Dix ans plus tard, fort de mon expérience dans le domaine de la vente immobilière, je lui proposais de développer cette activité en Europe et aux Etats-Unis.

Mes études à l'Université Paris Dauphine me laissaient du temps libre. J'en ai profité pour créer une petite association pour favoriser l'insertion des étudiants dans la vie professionnelle. On nous a rapidement demandé de réaliser des travaux de peinture, d'électricité, de plomberie ou de menuiserie. L'association a fini par devenir une société de rénovation immobilière. En troisième année à Dauphine, j'avais une quinzaine d'employés !

En 1988, le marché de l'immobilier était extrêmement dynamique. J'ai donc étoffé l'activité en recrutant quelques commerciaux en ouvrant plusieurs agences immobilières à Paris sous l'enseigne Connexion Immobilier. A la fin des années 90, le groupe Connexion comprenait quinze agences immobilières, une société de travaux, une société de gestion locative et une société d'investissement.



[Visualiser l'article](#)

En 1995 j'ai rencontré mon épouse et en 2000, je revendais mes parts de Connexion pour démarrer une nouvelle aventure dans un nouveau pays. Nous sommes donc partis nous installer aux USA, sur une petite île paradisiaque en Floride. Là-bas, je rachetais, rénouvais et revendais des villas en bord de mer et en parallèle, je rendais service à des amis ou des clients qui souhaitaient investir dans l'immobilier aux Etats Unis. Tout naturellement j'ai donc proposé à mon épouse de développer Barnes aux USA et d'y ajouter l'activité vente tant aux USA qu'en France et à Londres.

Puis nous sommes rentrés en 2004 à Paris pour commencer à vraiment développer l'activité en France, avec pour objectif de créer la première société d'immobilier résidentiel haut de gamme réellement internationale. Notre première implantation d'envergure fut dans un hôtel particulier situé en face de la mairie de Neuilly d'où nous avons constitué en moins de dix-huit mois, une équipe de près de trente personnes opérationnelle à Neuilly et dans les 16e et 17e arrondissements de Paris.

Paris.

Comment expliquez-vous un succès aussi rapide ?

Nous avons pu surfer sur la vague, sur le phénomène réel de mondialisation de l'immobilier haut de gamme, car les familles fortunées achètent à présent multi-villes / pays / destinations. Il est vrai qu'avec toutes les crises subies, l'immobilier a acquis un statut de valeur refuge. Les clients sont rassurés d'investir dans de la qualité. Les comportements ont changé également. Aujourd'hui, les gens sont plus nomades, ils n'hésitent pas à partir quand un pays commence à présenter une certaine instabilité politique, économique ou fiscale. A titre d'exemple, en France, la loi s'est considérablement durcie ces dernières années envers les bailleurs privés au profit des bailleurs sociaux. Les bailleurs privés témoignent donc de la volonté de partir investir à l'étranger, à Bruxelles, à Lisbonne, à Miami, à l'île Maurice, à Londres ou encore à New York. Des villes qui offrent, selon les budgets, de nombreuses opportunités avec surtout des lois et une fiscalité beaucoup plus favorables aux propriétaires.

Organisez-vous des évènements destinés à votre clientèle ?

Bien sûr. Nous organisons des conférences dans tous les pays, et régulièrement à l'Alliance Française de New York, sur diverses thématiques telles que « Comment s'implanter ou investir en France ». Toutes nos conférences ont beaucoup de succès, même avec peu de communication. Nous fonctionnons beaucoup par réseau et bouche-à-oreille, mais également par le biais du Figaro où nous annonçons parfois nos conférences, ou encore via des partenariats avec des banques ou avocats. Nous organisons également de nombreuses expositions et vernissages autour de l'art, sponsorisons des tournois de golf ou de match de polo. Enfin nous accompagnons divers projets de mécénat culturel ou associatif.

New York.

Expliquez-nous la structure de Barnes

Nous fonctionnons avec trois types de bureaux : les bureaux en propre comme ceux de Paris, Deauville, Courchevel et Cannes. La plupart sont dirigés par les meilleurs de nos collaborateurs qui étaient chez nous, puis ont eu envie de prendre des responsabilités. Ensuite les filiales, comme à Bordeaux, Miami Saint-Barth ou comme la structure spécialisée dans la vente de propriétés et châteaux en France, et enfin les licenciées, qui regroupe une trentaine de bureaux dont une quinzaine en Suisse (Genève, Lausanne, Montreux, Sion,



[Visualiser l'article](#)

Cran...) et une vingtaine en France (Biarritz, Aix-en-Provence, Ile de Ré, Saint-Tropez, Megève, le Pyla, Sarlat, Lyon...)

Êtes-vous présents en Chine ?

Nous avons commencé à nous y implanter il y a 3 ou 4 ans en y constituant un petit réseau d'« ambassadeurs » de la marque. Nous avons intégré 2 collaboratrices chinoises à Paris et 10 de nos bureaux comptent au moins un collaborateur chinois. Mais à Paris c'est seulement depuis le début de l'année que nous constatons réellement l'arrivée de clients chinois. Nous accompagnons ceux qui viennent nous voir, et nous essayons d'être proactifs sur place.

De même, nous sommes présents à Moscou depuis quatre ans, et notre bureau se développe énormément. Notre directeur, Guillaume de Villiers a beaucoup de projets pour la Russie et la première agence de Moscou, qui compte plus de cent collaborateurs, est sur le point de rejoindre le réseau de Barnes. Nous commençons d'ailleurs à proposer à certains de nos clients d'investir à Moscou, car les prix ont été divisés par trois ces trois dernières années.

Ce qui est particulièrement intéressant avec notre présence à l'international dans près d'une cinquantaine de villes, c'est notre recul par rapport aux fluctuations de l'immobilier dans différents pays du monde. Cela nous permet de repérer plus facilement les déséquilibres, et de mieux renseigner nos clients. Ils peuvent ainsi réaliser dans un bon timing, des arbitrages judicieux.

Ile Maurice.

Comment définissez-vous l'esprit de Barnes ?

Entrepreneur dans l'âme, j'aime m'entourer d'entrepreneurs. Nous sommes très favorables à l'idée que les gens s'associent. Lorsqu'ils ont envie de créer leur propre agence par exemple, nous les accompagnons entièrement par le biais des différentes formules que nous avons mises en place. Nous faisons en sorte de suivre la volonté de nos collaborateurs plutôt que de les retenir dans un bureau alors qu'ils ont envie d'action. Ils peuvent au choix être seuls propriétaires de leurs fonds de commerce, être associés ou être directeurs et/ou consultants indépendants ou salariés.

Chez Barnes, tous ceux qui sont ambitieux ont les moyens d'y arriver. Nos collaborateurs peuvent bénéficier de deux statuts : salarié VRP ou indépendant. Je suppose que c'est un modèle qui fonctionne puisque nous n'avons jamais eu à passer une seule annonce, et nous recevons toutes les semaines des nouvelles candidatures. Richard Tzipine, le directeur général de Barnes, réalise près d'une centaine d'entretiens d'embauche tous les ans pour une trentaine de recrutements par an au cours des cinq dernières années.

Nous ne recrutons pas nécessairement des profils issus de l'immobilier, nous sommes au contraire assez favorables aux compétences transversales. En revanche, nous sommes intéressés par les profils issus de l'univers du luxe, qui ont le souci de la perfection et de la rigueur. Nous voulons à tout prix éviter les attitudes de vente trop agressives auprès de nos clients. D'ailleurs, cela nous arrive parfois de recruter nos propres clients !

Quelle est votre vision de Barnes dans 5 et 10 ans ?

Il y a tellement de projets en cours en permanence qu'il m'est difficile de nous projeter à dix ans. Actuellement, nous sommes en train de mettre en place une activité de licensing. Nous souhaitons faire entrer notre



[Visualiser l'article](#)

partenaire suisse, le groupe Gerofinance, qui rejoindrait le capital de la holding aux côtés de notre associé américain à New York et d'une grosse structure londonienne. Chaque partenaire serait majoritaire dans son pays, mais Barnes resterait le principal actionnaire et moteur pour le développement international.

Nous sommes également en train de réfléchir pour entrer au capital d'une société européenne très réputée en matière de travaux haut de gamme, dont le fondateur vient de prendre sa retraite. Ensuite, nous sommes en train de signer plusieurs master-licence en Espagne, en Allemagne, en Autriche et aux USA avec le projet d'ouvrir une trentaine de nouveaux bureaux en Europe et aux USA au cours des cinq prochaines années. Nous sommes aussi en discussion pour ouvrir de nouvelles implantations sous l'enseigne Barnes en Argentine, au Mexique, au Brésil et à Dubaï avec des partenaires de qualité. Nous venons de signer un contrat de licence à Marrakech. Nos journées sont bien occupées ! (rires).

Vous imaginez-vous, à terme, vendre la société ?

Cela ne fait pas partie de nos plans, car comme vous avez pu le constater, c'est un projet dont on ne voit pas la fin et c'est ce qui le rend motivant. De plus, nous avons quatre enfants, et deux d'entre eux ont l'air d'être passionnés par nos activités, et ont d'ailleurs déjà effectué plusieurs stages. S'ils veulent reprendre la suite, nous leur laissons du travail pour les cinquante années à venir ! (rires). C'est un chantier immense, dont nous ne sommes encore qu'aux prémices.

Barnes en quelques chiffres ?

48 agences et un total de 350 collaborateurs, 4 milliards d'euros de biens à vendre en France et 2 milliards d'euros vendus en France et en Suisse sur les douze derniers mois.

Mais également 35 000 biens à vendre dans le monde dont 5 200 en France et 55 000 acquéreurs. Un chiffre d'affaires en France de 35 millions d'euros, 15 millions en Suisse et environ 10 millions à l'international.

Deauville.

Comment communique la société Barnes ?

Notre magazine est l'un de nos outils privilégiés, car il existe depuis presque 10 ans. Nous l'éditions à 150 000 exemplaires et il est offert aux 60 000 abonnés du Figaro. Nous le distribuons également dans les chambres d'hôtels 5 étoiles, dans les salons Air France. Plus de 50 000 clients le reçoivent également via nos diverses implantations dans le monde.

Il est divisé en deux parties, immobilier et lifestyle, dans laquelle nous avons à cœur de mettre en lumière des invités de toute sorte, à l'instar de grands chefs comme Yannick Alléno ou de petits créateurs comme Boutary (maison de caviar, ndlr). Il est produit en interne, mais nous éditons quatre autres versions : suisse, russe, israélienne et chinoise.

Et le digital dans tout cela ?

Nous travaillons actuellement sur la refonte de notre site internet, que nous essayons d'améliorer, notamment en terme de référencement. Nous sommes d'ailleurs en train de finaliser le recrutement de notre nouvelle rédactrice en chef pour le website, car nous souhaitons collaborer avec quelqu'un ayant une réelle expertise journalistique, afin qu'il puisse vivre au quotidien, avec un vrai contenu.



Quelles qualités recherchez-vous chez vos collaborateurs ?

Nous recherchons des hommes et des femmes « élégant(e)s » dans leur comportement, qui ne soient pas « pushy » avec les clients, qui aient le respect de la personne en face de laquelle ils sont. Il faut qu'ils sachent prendre le temps d'écouter et de comprendre les besoins de leurs clients afin de pouvoir leur présenter le bien le plus en adéquation avec ses envies, et l'accompagner autour de l'acquisition ou la location de ce bien. Et bien sûr, nous exigeons une présentation impeccable. Nos collaborateurs bénéficient d'une formation en interne de 15 jours la première année, puis de 5 jours par an les années suivantes, dont une journée complète dédiée à « l'esprit de Barnes ».

Qu'aimez-vous le plus dans votre métier ?

Les rencontres avec différentes personnalités très souvent passionnantes, que cela soit des clients acquéreurs ou les propriétaires des biens. Maintenir de bonnes relations, accompagner un acquéreur qui recherche un bien très spécifique, et les rencontres avec tous ceux qui nous accompagnent dans notre développement.

Votre plus grand talent ?

L'esprit créatif et l'esprit entrepreneurial.
Gérer les équipes commerciales est aussi un véritable challenge que je délègue à notre associé Richard (Tzipine, directeur général de Barnes, ndlr) dont le savoir-faire est très complémentaire du nôtre.

Une devise ?

La devise de ma famille : « Semper Fidelis »

Interview réalisée par Kathy O'Meny et Mathilda Panigada pour Abc-luxe