



L'art de vivre selon Varenne – in interiors

Acteur de référence de l'immobilier haut de gamme et de prestige à Paris et en Île-de-France, Varenne fête cette année ses 30 ans. Une trentième bougie synonyme d'évolution pour le partenaire exclusif de Savills dans la capitale pour la pierre résidentielle.

Pour cet anniversaire, l'agence s'offre d'une nouvelle identité à travers un logo épuré – Un « V » associé au parti pris de simplifier le nom, désormais Varenne (et non plus **Agence Varenne**) –, de nouveaux outils et nouveaux services. Varenne propose également une expérience client inédite dans ses trois adresses parisiennes des 6^e, 7^e et 8^e arrondissements...

Guidée par l'envie de créer des lieux inspirants où art de vivre et projet immobilier vont de pair, l'agence a choisi d'ouvrir grandes ses portes à de nouveaux designers et artistes. « Au sein de Varenne, nous avons toujours été proches de l'art. Nous envisageons l'immobilier comme un univers à la croisée de multiples dimensions », explique Hugues de la Morandière, cofondateur de Varenne et partenaire exclusif de Savills.

Sous la responsabilité artistique d'Andréa Böstrom Mouls qui est également conseil immobilier chez Varenne, designers et artistes s'exposent et partagent leur univers le temps d'une saison.

À l'automne dernier, une première collaboration s'est concrétisée avec la décoratrice intérieure Laurence Simoncini qui a décliné son univers à travers des matières brutes et des couleurs minérales au sein de Varenne Saint-Sulpice. En 2021, c'est la galerie nouvelle génération Wilo & Grove qui s'est installée. Le concept ? Faire se rencontrer des artistes et des clients à travers des œuvres d'art accessibles – les prix oscillant entre 50 € et 5 000 €. « Les codes du luxévoluent. Ils deviennent plus intimes, plus personnalisés et porteurs de sens, souligne le cofondateur de Varenne. Ainsi, dans chacune de nos agences, nous créons une atmosphère intimiste pour que chaque client se sente déjà un peu chez lui. »

« La maison représente un lieu où s'exprime notre vision du monde, notre sensibilité et notre art de vivre. » Le mobilier et les œuvres d'art que l'agence propose à la vente sont révélateurs de cette envie de sens exprimée par la clientèle. « Ce sens s'exprime dans un projet immobilier à plusieurs niveaux : dans l'organisation de l'espace, dans les choix esthétiques, comme dans les choix écologiques des matériaux », renchérit Hugues de la Morandière. Et de conclure : « Nous souhaitons apporter à nos clients le meilleur des deux mondes, celui d'un réseau international et un niveau de services et d'accompagnement très individualisé qui permet à nos clients de réussir leur projet immobilier dans tous les détails : un lieu de vie qui leur ressemble et l'art de vivre qu'il incarne. »

Photos : © Varenne

