

## Emmanuel et Pierre, propriétaires du château de Thézan : «Nous pourrions couvrir nos frais avec 15.000 entrées payantes»

*VIES DE CHÂTELAINS - Ils ont quitté Paris pour une propriété médiévale du Luberon, immense et délabrée. À la fois guides touristiques, maçons, décorateurs, agriculteurs... ils embrassent tous les métiers pour rendre à leur nouvelle maison ses lettres de noblesse.*

*Avec beaucoup d'enthousiasme et de travail, ils ont réalisé le pari un peu fou de vivre dans un château. De belles surprises en chantiers hors normes, de recherche de financement en développement d'activités rentables, ces Français passionnés partagent les joies et les combats de leur nouvelle vie de châtelains.*

Changer de vie et de climat taraudait ces Parisiens depuis quelques années. En 2013, Emmanuel Renoux, issu du monde du luxe (Vuitton, Chloé, Hermès...) et Pierre de Beytia, administrateur de biens, ont commencé à sillonner le sud de la France en quête d'une propriété chargée d'histoire, à valoriser. Quand ils ont visité deux ans plus tard le château de Thézan à Saint-Didier dans le Vaucluse ils se sont dit « *ce n'est pas pour nous* ». Trop grand 4000 m2 de planchers, trop délabré. D'origine médiévale et remaniée à la Renaissance, la propriété, tombée entre les mains d'un médecin de Carpentras en 1862, avait été reconverte en établissement thermal, avant de devenir clinique psychiatrique puis clinique de repos. Depuis l'arrêt des soins il y a plus de 30 ans, le lieu encore meublé des lits de ses patients était à l'abandon, et régulièrement squatté.

En 2019, l'immense bâtisse n'avait toujours pas trouvé preneur quand Emmanuel et Pierre, qui n'avaient pas oublié les ravissants décors du XVIIe siècle peints par Mignard, sont revenus le visiter. Les deux hommes ont fini par craquer. Non sans avoir au préalable négocié le prix à la baisse. Le château affiché à 2,8 millions d'euros, ils l'acquièrent pour 1,350 million d'euros. « *Depuis, on mange château, on vit château* », assument ces néophytes qui ont fait de Thézan leur résidence principale avec l'idée d'en vivre.

### 1300 m2 de toiture à réhabiliter

Le schéma initial prévoyait une ouverture au public au bout de deux ans, dès 2020. L'ampleur de la tâche les a contraints à patienter deux années de plus. Quelques éléments du château étant inscrits aux Monuments Historiques, le duo s'est tout d'abord tourné vers la DRAC direction régionale des affaires culturelles. Grâce à l'enveloppe obtenue, Emmanuel et Pierre mandatent un cabinet d'architecte du patrimoine pour établir le schéma directeur des travaux. Mauvaise surprise: les 1300 m2 de toiture qu'ils pensaient simplement faire réviser ont dû être entièrement réhabilités. À leurs frais, 90% de la facture, la prise en charge se limitant aux 10% correspondant aux parties du patrimoine protégé. « *Depuis, nous avons fait inscrire l'ensemble du château afin de récolter, si nécessaire, le plein des quotas de subvention dont on peut espérer 30%* », explique Emmanuel.

Les néo-châtelains se projettent d'emblée dans l'hébergement touristique. La région y est propice entre le Mont Ventoux et le Luberon qu'affectionnent les Belges, les Suisses ou les Allemands. L'ouverture de cinq chambres d'hôtes le maximum prévu par la loi est programmée pour 2026. Suivront des gîtes, l'année suivante.

La gageure, c'est d'abord d'attirer des visiteurs dans ce château caché de Saint-Didier, un village provençal, certes, mais pas le plus prisé des circuits touristiques. « *Le nerf de la guerre, c'est d'être connu* », comprennent les nouveaux propriétaires qui se donnent 15 ans pour faire de Thézan un lieu viable. « *Nous pourrions couvrir nos frais avec 15.000 entrées payantes* », calcule Emmanuel. La montée en puissance a été progressive, au fur et à mesure que le parcours de visite proposé s'étoffait. 3000 visiteurs en 2022 où seuls les jardins clos d'1,4 ha étaient ouverts entre juin et septembre ; 6000 l'année suivante avec 7 salles du château à découvrir ; 9000 en

2024 avec un début de saison avancé à mai. « *Nous avons encore un potentiel de salles à ouvrir. Nous envisageons aussi d'étirer la saison d'avril à octobre et d'augmenter les plages horaires de visite* », poursuit-il. Problème de taille, les châtelains qui s'emploient non seulement à rafraîchir le domaine et l'intérieur du château, effaçant les tags ou remplaçant les rideaux déchirés, sont aussi actuellement les seuls guides. Le recrutement d'un agent d'accueil prévu cette année devrait les soulager un peu.

### Notoriété et subventions

La bonne stratégie pour forger sa notoriété et accroître la fréquentation du public ? « *Récolter des prix* », répond Patrice Besse, spécialiste de la vente de demeures de caractère et mécène du prix Jeune repreneur de la Fondation Mérimée, une émanation de La Demeure Historique. « *Cela ouvre plein de portes. Cela donne de la visibilité* ». Emmanuel et Pierre s'y sont employés. Dans le parc de leur château, l'orangerie, un remarquable ouvrage du XIXe siècle, qui servait de jardin d'hiver aux curistes de l'époque et dont les travaux de rénovation ont coûté 420.000 euros, a rafilé la mise. En 2023, elle a été lauréate du prix Patrimoine et Tourisme local lancé par Airbnb avec la Fondation du Patrimoine et a reçu à ce titre 20.000 euros. L'an dernier, elle a décroché la palme du très médiatique Loto du Patrimoine dans le Vaucluse avec une dotation de 90.000 euros. Les retombées presse n'ont pas manqué. La rénovation, également financée par une collecte de fonds auprès du grand public et des entreprises sur le site de la Fondation du Patrimoine (26.000 euros en 2 ans) et par d'importantes subventions de la DRAC et du département du Vaucluse, va permettre à l'orangerie de devenir un lieu phare d'expositions et d'événements privés. « *On y a déjà organisé des soirées autour de l'oéologie. On l'a aussi loué à une entreprise pour une journée de team building au vert. Si bien qu'en 2024, l'orangerie a généré 10.000 euros de recettes* ». Un début prometteur.

### Diversification

« *Pour faire vivre un château, il faut aller chercher une diversité d'activités et ne rien s'interdire* », conseille Aline Maréchaux, consultante en stratégie de projets innovants pour le patrimoine chez Anesti. « *De cet assemblage, émergera la singularité du projet* ». L'association La Demeure Historique dont la moitié des quelque 3000 adhérents développent des activités économiques, recense une centaine de propositions différentes. De la pépinière d'entreprises au centre de soins esthétiques, en passant par la production artisanale. Les propriétaires du château de Thézan veulent en parallèle de leur activité touristique, miser la production d'huile d'olive. Mille pieds d'oliviers, dont 150 déjà vieux de 10 à 15 ans, ont ainsi été plantés sur les 3,5 hectares de terres agricoles voisines acquis en partie un an après le château. Certes, il a fallu essuyer des déboires avec le vol d'une centaine de jeunes plants, arrachés à la faveur d'une terre gorgée de pluie et prendre des mesures comme le marquage de tous les pieds à la peinture indélébile, signalant la fraude à la revente. Mais les néo-châtelains restent confiants. « *Les plus anciens donneront de la récolte d'ici deux à cinq ans* », prévoient Emmanuel et Pierre. D'ici là, ils entameront les démarches pour obtenir la certification bio. « *Nos terres, en friche depuis 20 ans, entrent dans les critères* ». L'huile d'olive, estampillée Château de Thézan, sera vendue sur place, dans la boutique qu'ils prévoient d'ouvrir. De leurs fructueux partages d'expérience avec leurs pairs du groupe Les Audacieux du Patrimoine au sein de la Demeure Historique, les deux hommes ont retenu qu'une boutique du château pouvait générer 40% de son chiffre d'affaires avec un panier moyen autour de 20 euros. Encourageant.

### Visuel indisponible

Transformée en clinique, la forteresse médiévale remaniée à la Renaissance était à l'abandon depuis plus de 30 ans.