GROUPE BABYLONE
Smart Real Estate

MARCHÉ IMMOBILIER : RÉTROSPECTIVE 2019

BUREAUX p.3
COMMERCE p.19
RÉSIDENTIEL p.35
INVESTISSEMENT p.49

ÉDITION 2020

QUAND LA MAUVAISE NOUVELLE PEUT ÊTRE UNE BONNE NOUVELLE...

Dans la série des « co » (très tendance), *coworking*, *coliving*, le Covid-19 ferme la marche.
On le savait, on le pressentait, le choc viendrait de là où on ne l'attendrait pas. Cygne noir pour les uns, *game changer* pour les autres, le Covid-19 risque d'être à l'économie ce que la Grande Guerre fut au progrès médical.

Depuis 2009, après une courte convalescence, le marché immobilier défie toutes les lois : doublement des prix résidentiels parisiens en 15 ans ; triplement des volumes d'investissement en immobilier d'entreprise en 10 ans.

Cela continuera-t-il, de quoi le virus est-il le nom ? Pour les partisans du verre à moitié vide, le scénario ferait presque peur : défiance, opinion publique déboussolée, report des décisions, PME au ralenti, loyers en berne. Pour ceux préférant le verre à moitié plein, l'éventuelle crise (« opportunité » en chinois) est une aubaine pour tous ceux qui attendent que le marché immobilier se décongestionne et qu'enfin les jeunes goûtent au plaisir de leurs aînés : la douce satisfaction d'acheter bas pour vendre un jour haut. Notre dépendance chinoise nous renvoie à la nécessité gaullienne de l'indépendance française. Le mouvement de balancier revient : au productivisme agricole répond une agriculture raisonnée ; la délocalisation au localisme et au circuit court ; à nos vieux exodes ruraux une lente rurbanisation ; à la déforestation le respect des cycles de la nature ; à l'urbanisme et l'accès à tous au logement la régulation et une vision réconciliée.

Et si tout compte fait, le retour de nos anciens savoir-faire, la réindustrialisation de notre pays n'étaient pas une formidable chance pour notre chaîne immobilière : demande plus forte en locaux, en investissements immobiliers fondés sur des immeubles sains et adaptables, conjuguant les fonctionnalités basiques : manger, dormir, travailler.

Si la pierre se réfugie dans la valeur, ce sera une valeur plurielle. Certains de nos clients investisseurs comme utilisateurs sous-évaluent parfois tous les leviers que représente l'immobilier, enfermés dans un flux de revenus pour les uns, dans une charge pour les autres.

Nous avons voulu au travers de cette rétrospective 2019 retracer les principales confrontations qui traversent notre marché et réaffirmer ainsi notre singularité, celle d'un acteur indépendant, entendant participer aux débats de Place. Merci aux centaines de clients qui nous honorent de leur confiance, à notre service études, recherches et prospectives pour ce travail de qualité.

Le pessimisme est d'humeur, l'optimisme est de volonté. C'est bien cette volonté qui a fait de notre société un challenger incontournable !

Laurent Leprévost MRICS
Directeur général

RÉTROSPECTIVE 2019

LE MARCHÉ DE BUREAUX

GROUPE BABYLONE
Smart Real Estate

Chiffres clés 2019[1]

Emplois salariés dans les services marchands
12,5 millions

Créations nettes d'emploi salarié dans les services (prévision 2019)
195 000

Nouveaux emplois salariés[2] (entre 2016 et 2019)
840 000

Taux de chômage[3] France (% de la population active)
8,1%

Indice climat des affaires[4] (dans le service, décembre 2019)
107

Dans un contexte de croissance économique relativement faible de 1,3%, tous les indicateurs liés aux entreprises sont positifs. Comment cela se traduit sur le marché locatif tertiaire ? Est-ce synonyme de hausse de la demande placée ?

Création d'emplois = **+ de besoins de surfaces tertiaires des entreprises ?**

Demande placée 2019

Bureaux Île-de-France
2 320 000 m²
-9% sur 1 an

Paris
910 000 m²
-13% sur 1 an

1re couronne
438 000 m²
+9% sur 1 an

Nombre de transactions
3 200
-8% sur 1 an

Marché locatif tertiaire : des indicateurs au vert ?

Demande placée 2019 :

› En baisse significative et continue depuis 2 ans (-10%/2018 et -12,3%/2017), années qui oscillaient en moyenne autour de 2,6 millions de m², niveaux exceptionnels pour le marché francilien.

› Recul à la fois en surfaces et en nombre de transactions, dans un contexte économique français plutôt favorable, meilleur qu'en 2018.

Les raisons de ce recul tiennent à la fois à des raisons conjoncturelles et structurelles :

› Grands comptes : adoption des nouveaux usages tertiaires (*open space*, multiples espaces de convivialité, voire *flex office* accompagné de la mise en place du télétravail), avec un ratio de surface au poste de travail tendant à être divisé par 2.

› Côté PME : flambée des loyers de marché, freinant les projets de déménagement vers des locaux plus grands, dans un contexte de développement de l'activité et de recrutements associés.

› *Coworking* : pour la 2e année consécutive, les prises à bail des *coworkers* sont fortement contributives sur le segment 5 000 m² - 10 000 m², mais conduisent nécessairement à l'assèchement de la demande sur le segment des PMS* dit « classique » (bail commercial). Cette tendance ne touche pas que les start-up et frappe des PME jusqu'aux grands comptes en quête d'offre plus flexible.

Conclusion : le recul de la demande placée dans une période pourtant favorable s'explique en partie par des raisons statistiques puisque la demande absorbée par le coworking n'est pas comptabilisée. Autres causes : la rationalisation des surfaces occupées par les entreprises, le télétravail et l'exode urbain vers des régions limitrophes. ■

1. *Insee. Emploi salarié par secteur, données du 10/12/2019 pour le T3 2019*
2. *Base données Insee pour l'emploi salarié créé dans les services marchands. Estimation pour l'année 2019*
3. *Insee pour le T4 2019, au sens du BIT pour la France métropolitaine*
4. *Insee - Décembre 2019*

*PMS : petites et moyennes surfaces

Offre immédiate (fin 2019)

Île-de-France
2 718 000 m²
-8% sur 1 an

Paris
372 000 m²
-4% sur 1 an

Offre future à 1 an
4 510 000 m²
+5% sur 1 an

Taux de vacance

Île-de-France	Paris	Paris QCA
5%	2,1%	1,3%

Délai d'écoulement (en mois)

Paris QCA	Péri-Défense	1re couronne sud
2,5	19	19

Loyer *prime* (HT HC)

QCA	La Défense
865 €/m²/an	550 €/m²/an

Loyer facial (HT HC) bureaux neufs/restructurés

Île-de-France	Paris
397 €/m²/an (+3,7% sur 1 an)	590 €/m²/an (+3,5% sur 1 an)

Mesure d'accompagnement pondéré

Île-de-France, T4 2019
20,8%

Indice des loyers des activités tertiaires (ILAT), T3 2019

114,85
(+1,87%/T3 2018)

Stock de bureaux franciliens : poursuite de la décrue ?

Fin 2019, baisse de l'offre immédiate de 8%, à peu près équivalente à la chute de la demande placée.

› Quelles explications à cette décrue ? Livraisons d'immeubles neufs moindres en 2019, absorbées rapidement ? Report des utilisateurs sur des bureaux de seconde main pour le surplus ?

› Statistique à relativiser en raison d'une moindre couverture de marché sur le segment des petites et moyennes surfaces des gros *brokers* ?

› Des taux de vacance annoncés au plus bas, mais à nuancer car traditionnellement les chiffres fournis consistent à diviser l'offre locative immédiate rapportée au parc tertiaire global estimé, qui inclut les m² des propriétaires occupants, et non au seul parc locatif.

Conclusion : les taux de vacance annoncés pour certains secteurs de l'Île-de-France restent à nuancer, tant dans l'état actuel des données disponibles il n'est pas possible de démontrer avec exactitude la ventilation du parc locatif par rapport au parc de propriétaires occupants. La question des données immobilières demeure encore problématique si on compare les annonces publiées et les chiffres annoncés. ■

Renchérissement général des loyers en 2019

› Pression haussière, partout en Île-de-France : +10% sur un an en 2e Couronne pour les bureaux de seconde main, +23% à +25% à Paris en trois ans.

› Les hausses moyennes les plus « limitées » (+4% en 4 ans) concernent le Croissant Ouest, La Défense (355 €/m²/an à fin 2019) et la 1re Couronne (247 €/m²/an).

› Louer un immeuble neuf/restructuré serait très abordable, proche de 400 €/m²/an en moyenne en Île-de-France, soit un loyer moyen équivalent à celui annoncé pour des bureaux de seconde main.

Difficile en réalité de faire parler les statistiques, dans la mesure où il s'agit des loyers faciaux moyens avant mesures d'accompagnement*, lesquelles s'élèveraient en moyenne à près de 21% pour les surfaces > 1000 m² en Île-de-France. En clair, pas moyen de comparer vos loyers, tant la donnée sur les loyers économiques est biaisée dans ce domaine !

Actuellement, comptez un écart entre 8 et 10% d'accompagnement commercial entre les loyers faciaux et les loyers économiques pour Paris Centre Ouest et jusqu'à 25% à La Défense, soit un quart du loyer facial. ■

**Mesures d'accompagnement : franchises de loyer, loyer progressif ou dégressif, prise en charge de travaux d'aménagement…*

Focus

Quels marchés de report quand on ne peut plus se payer le QCA* ?

*Paris Quartier Central des Affaires

Top 2019 : Les secteurs qui montent

Dans un contexte de pénurie d'offre généralisée sur les traditionnels secteurs de marché de bureaux, les entreprises doivent soit s'adapter aux loyers de plus en plus élevés dans le QCA et le centre de Paris (+15 %), soit trouver une alternative dans les principaux marchés de repli.

Alors que dans les arrondissements tertiaires les plus établis (à Paris Centre Ouest, la baisse atteint même près de 18% sur un an et 21% sur deux ans), il est des secteurs qui montent et résistent.

En particulier le nord-est (de Clichy à Montreuil), seul secteur francilien à afficher une hausse de sa demande placée sur un an : + 8%.

PARIS 10E

Avec une moyenne de 630 €/m²/an pour des bureaux de seconde main, et 850 €/m²/an pour des bureaux *prime*, le 8e arrondissement de Paris reste, et restera pour 2020, l'arrondissement le plus onéreux.

Même si les entreprises ont des besoins d'extension, la flambée des loyers les empêche de passer à l'action pour leur recherche de nouveaux bureaux. Les arrondissements voisins tels que le 16e (+12% à 530 €/m²/an), le 9e (+14% à 540 €/m²/an) ou le 2e (+21%, 590 €/m²/an) ont tous enregistré des hausses locatives importantes en 2019.

Le Silicon Sentier, entre les 1er, 2e et 9e arrondissements, est très apprécié pour sa très bonne desserte et ses commodités (loisirs, restaurants, commerces). Il est devenu en quelques années hyper-ciblé par les entreprises, si bien que le taux de vacance ne s'élève plus qu'à 1%.

> « L'est parisien crée la surprise en 2019. Le 10e arrondissement est devenu le 4e arrondissement le plus recherché par les entreprises, derrière les 8e, 9e et 2e »

Encore abordable avec un loyer moyen de 480 €/m²/an (+19% par rapport 2018), le 10e, ce secteur de Paris désormais très en vogue, attire nombre de start-up et entreprises du numérique. Parmi ses atouts, son excellente desserte, l'hyper-connectivité avec les gares du Nord et de l'Est. La mutation favorable du cadre de vie comme de travail s'est opérée au travers de la rénovation de la place de la République, puis de la réhabilitation du canal Saint-Martin, et enfin des travaux rues du Faubourg Saint-Denis et Faubourg Saint-Martin.

La ruée vers l'Est ne se cantonne pas qu'autour de la porte Saint-Martin, mais s'étend bien au-delà puisque les 11e, 12e, 19e et 20e arrondissements ont tous enregistré des hausses de loyers allant de 12% dans le 12e à 16% dans le 20e. La tension du marché y est moindre que dans le QCA et les valeurs y restent encore bien inférieures. Les entreprises peuvent encore y trouver de l'offre de grandes surfaces nécessaires à leur développement, dans des immeubles modernes avec accès directs au périphérique parisien. ■

BOULOGNE-BILLANCOURT ET ISSY-LES-MOULINEAUX

L'année 2019 confirme la forte attractivité du secteur de la boucle sud* avec ses deux villes phares : Boulogne et Issy-les-Moulineaux. La demande placée est en hausse de 20% et le taux de vacance en baisse de 18%. Avec un taux historiquement bas établi autour de 6%, la boucle sud est aujourd'hui un marché de repli indiscutable.

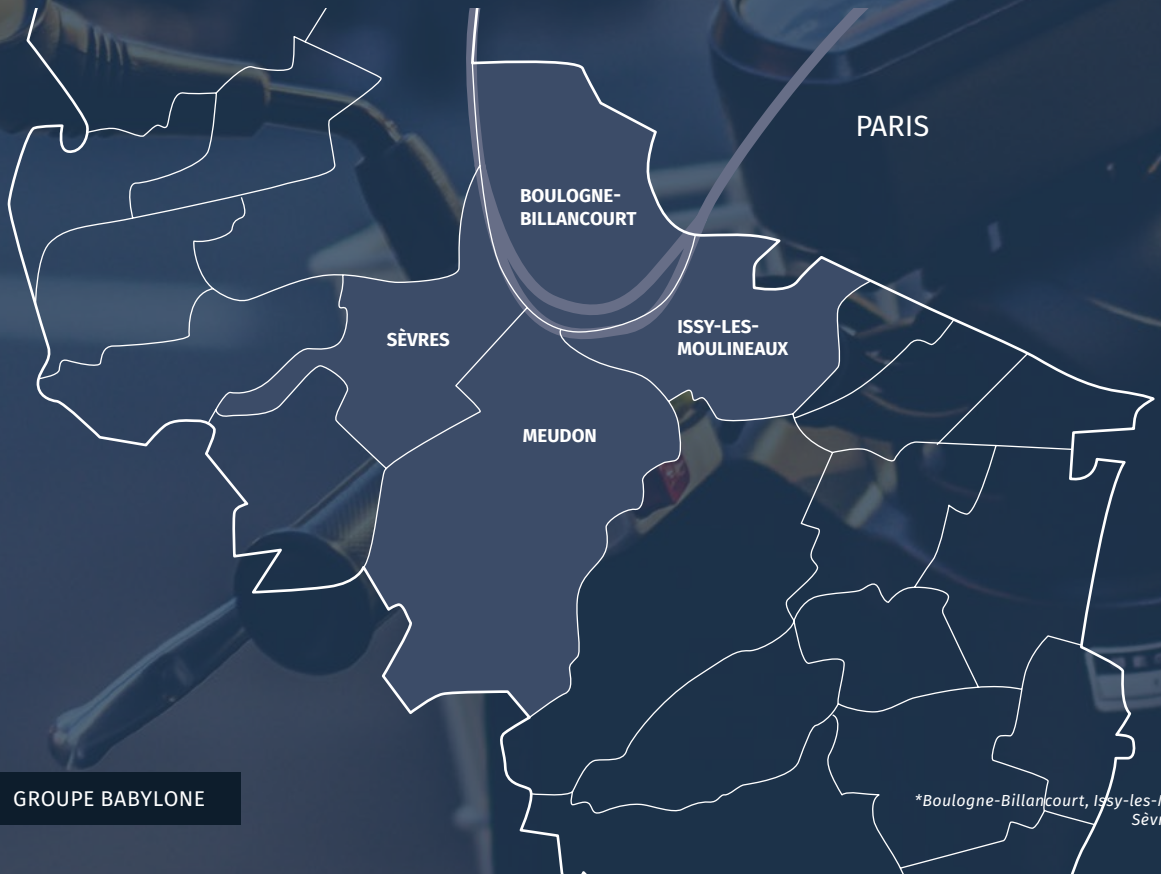
Avec des volumes placés en hausse de 60%, Boulogne continue de porter le marché de la boucle sud, avec pour particularité une forte demande endogène de PME cherchant à s'implanter dans les petites et moyennes surfaces. Le nouveau quartier du Trapèze concentre l'offre neuve tertiaire de Boulogne, avec de belles signatures en 2019.

Issy-les-Moulineaux place davantage les gros utilisateurs déjà présents sur la commune ou nouveaux venus. Par exemple, Canal+ a pris à bail 37500 m² dans Sways, construit par Bouygues pour Primonial, en plein cœur du secteur tertiaire d'Issy-les-Moulineaux. CNP assurances déménage de Montparnasse pour s'installer en cœur de ville d'Issy sur 40000 m². Eutelsat quitte le 15e arrondissement pour signer sur 12000 m² dans le Sereinis.

Une première typologie de clients migre de Paris *intra-muros* vers ces deux villes, desservies par plusieurs lignes de métro, et des loyers haussiers certes mais qui restent plus intéressants. Le loyer *prime* y dépasse rarement les 480 €/m²/an HT HC, avec des mesures d'accompagnement qui ont tendance à diminuer.

Une deuxième typologie de clients vient depuis peu de la 2e couronne francilienne ! Ces sociétés se rapprochent de Paris *intra-muros*, confrontées à des difficultés d'embauche de jeunes talents, pas toujours véhiculés et privilégiant la qualité de la vie parisienne.

Boulogne et Issy apportent cette alternative, avec une offre adaptée aux attentes actuelles des utilisateurs, d'immeubles serviciels : conciergerie, hôtesses d'accueil, restaurant interentreprises et cafétéria, salles de sport mutualisées, auditoriums, *game rooms*...



*Boulogne-Billancourt, Issy-les-Moulineaux, Sèvres, Meudon

Cap sur les secteurs à fort potentiel pour la décennie 2020

QUELS BONS PLANS À PARIS INTRA-MUROS ?

Le 13e

Avec un loyer moyen de 380 €/m² bureau/an, le 13e est quasiment 2 fois moins cher que le 8e arrondissement.

De mieux en mieux desservi (métro, RER C, gare d'Austerlitz et proximité immédiate du périphérique), le 13e s'est profondément transformé en une décennie : réhabilitation du quartier Olympiades, programmes neufs de bureaux et de logements autour de la bibliothèque François Mitterrand, image « French Tech » associée à la station F, le plus grand campus de start-up au monde créé en 2018. WeWork y a installé son 5e centre parisien de *coworking* sur plus de 20 000 m².

D'autres grandes surfaces sont disponibles dans des immeubles neufs ou entièrement restructurés avec des prestations haut de gamme comme Biopark, Airtime, Kadence, etc. Dans le quartier de la Gare, en limite d'Ivry-sur-Seine, la livraison prochaine des tours Duo, signées de l'architecte Jean Nouvel et prises à bail par Natixis, devrait contribuer à dynamiser la tertiarisation naissante de ce secteur.

Le 13e arrondissement et son offre de bureaux modernes, connectés, sera incontestablement au cœur des recherches des entreprises dans la décennie 2020. ■

« La partie méridionale du 17e, principalement tertiaire et résidentielle orientée CSP+, affiche encore des loyers bureaux, certes élevés, mais inférieurs à ceux du 8e »

Le 17e

Le 17e arrondissement bénéficie de l'attractivité et du dynamisme du QCA, avec une tension moins forte sur les loyers que le 8e voisin.

En effet, sur 40 offres analysées allant de 100 à 2 000 m², le loyer moyen est de 545 €/m²/an.

L'image du nord de l'arrondissement, historiquement plus populaire, devrait profondément changer autour d'une nouvelle qualité de vie urbaine : ce secteur est pour l'heure en plein développement grâce à l'implantation du nouveau Palais de Justice, à l'arrivée du tramway et des lignes supplémentaires en devenir.

Le vaste projet d'aménagement en cours, l'écoquartier de la ZAC Clichy-Batignolles, totalisera plus de 140 000 m² de bureaux, 30 000 m² de commerces & services et 3 400 logements. Et pour l'heure, on y trouve des loyers attractifs qui permettent à des utilisateurs de rester dans Paris tout en bénéficiant d'un loyer en-deçà des valeurs du QCA.

Enfin, il est intéressant de noter que les loyers sont moins élevés sur les petites surfaces (0-300 m²) que sur les grandes surfaces. Ainsi, dans ce contexte de tendance haussière, les utilisateurs n'auraient-ils pas intérêt à privilégier des extensions au sein de petites surfaces du 17e ? ■

CAP À TRIBORD ?

De plus en plus d'entreprises élisent domicile en Première Couronne Est. La demande placée de bureaux grimpe à plus de 73 000 m² au 1er semestre 2019, soit près du double de la moyenne décennale sur ce secteur (env. 35 000 m²). Cette belle performance en volumes de bureaux commercialisés est essentiellement imputable à la commercialisation de moyennes et grandes surfaces, la taille moyenne évoluant autour de 14 000 m².

Montreuil est la 4e ville d'Île-de-France par sa population, et Bobigny le pôle administratif du département de la Seine-Saint-Denis (Préfecture).

Saint-Denis et Saint-Ouen : le quartier Pleyel et le quartier des Docks

Dès 2023, le quartier Pleyel accueillera l'une des gares du Grand Paris Express, pour devenir un *hub* majeur des transports métropolitains. Le prolongement de la ligne 14 ainsi que le Franchissement Pleyel rendront ce secteur déjà convoité encore plus attractif.

Au passage, la tour Pleyel, emblématique du quartier éponyme, se métamorphose en complexe hôtelier. Elle demeurera le point de repère du nord parisien avec ses 40 étages. Tous ces éléments et cette effervescence nous confortent sur l'attrait futur de Saint-Denis qui accueillera le « village Olympique Bord de Seine Pleyel » en 2024.

Saint-Ouen est aussi une commune en pleine mutation qui, outre l'accès au métro par la ligne 13, profitera des avantages du grand Paris avec l'arrivée de la ligne 14. Ce changement a vu naître dans la zone des Docks, un écoquartier de 100 ha en bord de Seine. L'appétence des promoteurs est récompensée par l'arrivée de grands utilisateurs sur ces immeubles, mouvement initié par ALSTOM il y a plusieurs années.

Montreuil, la locomotive tertiaire de la 1re Couronne Est

Sur les 6 signatures de la 1re Couronne Est, 3 se sont réalisées à Montreuil (INFOTEL, ACOSS, APRIA), ce qui illustre bien le statut de locomotive du secteur.

« L'Arc de l'innovation » est en train de prendre forme sur cette partie du département de la Seine-Saint-Denis, autour des filières de l'aéronautique, des biotechnologies et du multimédia. Sans grand bruit, de grands comptes tels qu'Ubisoft, Air France… y ont installé leur siège social occupant des milliers de m².

Cet intérêt des grands comptes est motivé par l'offre de très grands immeubles neufs à des loyers attractifs – représentant un tiers du stock – couplés à une très bonne desserte aux portes de Paris. Le loyer *prime* en Première Couronne Est reste inchangé à 360 €/m²/an, un niveau toujours stable depuis 2012. Et l'absorption des surfaces tertiaires se poursuit sur ce secteur.

« La place du Grand Paris accueillera 60 000 m² de bureaux aménagés »

Cerise sur le gâteau, un chantier colossal de réaménagement complet de la porte de Montreuil a été validé, la « place du Grand Paris », qui accueillera 60 000 m² de bureaux aménagés le long du périphérique et fera le lien vers Bagnolet. Les puces de Montreuil seront bien évidement relogées sur un autre site dédié. Tous ces éléments témoignent d'une envie de valoriser les atouts actuels de la ville de Montreuil en la mettant en lumière afin d'éclairer les indécis.

À l'est du boulevard périphérique, les espaces fonciers, propriété de la Ville de Paris, présentent des potentiels de constructibilité additionnels. ■

Le match !

Coworking VS bail commercial

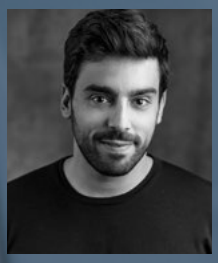
Le *coworking* est un type d'organisation du travail qui regroupe deux notions : un espace de travail partagé, mais aussi un réseau de travailleurs encourageant l'échange et l'ouverture. Les espaces de *coworking* sont en pleine expansion et jouent un rôle important qui favorise la structuration d'un véritable réseau de cotravailleurs. Ils facilitent la coopération, la créativité individuelle comme collective et le *networking*.

Source : Wikipedia

Cette définition est évolutive puisque depuis quelques mois, la tendance des *coworkers* est à la privatisation des plateaux plutôt qu'à l'esprit d'origine de partage des espaces. Ces derniers, au départ développés pour les start-up et PME, sont aujourd'hui investis par des grands groupes. Ils représenteraient 40% de la demande de surfaces de *coworking* et recourent de plus en plus à l'aménagement en *flex office*.

INTERVIEW

« RECHERCHE BUREAUX FLEXIBLES AVEC SERVICES À LA CARTE »



Benjamin Teboul
Fondateur et Associé de Deskeo, a Knotel company

Qui êtes-vous en quelques mots ? Pourriez-vous présenter votre activité ?

Deskeo est une solution immobilière sur-mesure pour les entreprises. Nous allons plus loin que l'offre de location flexible classique d'un *coworker*, nous réalisons des sièges sociaux avec services pour des entreprises de 20 à 1000 salariés. Deskeo prend à bail l'immobilier tertiaire détenu par nos partenaires bailleurs et propose un produit adapté à l'organisation de chaque client. Nous mettons à disposition des plateaux de bureaux et y apposons le « branding » de l'entreprise sans qu'elle ait à s'engager sur un bail long terme.

Comment et pourquoi vous êtes-vous lancés dans cette activité ?

L'idée de Deskeo remonte à 2011. À l'époque, Frank Zorn, mon associé, crée City Deal (racheté par Groupon quelques années plus tard). Il fait face à une croissance extraordinaire, a peu de visibilité sur ses effectifs. Son entreprise est toute jeune et dispose donc de peu de garanties. Il se heurte à la rigidité du marché immobilier de bureaux parisien. De mon côté, je suis gérant d'une foncière et j'aide Frank à trouver des bureaux grâce à mes connaissances du milieu. Cette problématique ne nous a pas quittés et en 2016, nous décidons de créer Deskeo ensemble afin de simplifier l'accès à l'immobilier tertiaire pour toutes les entreprises. Alors que nous nous concentrions sur les TPE-PME et très jeunes entreprises, notre modèle a pivoté en 2017. Un client nous a sollicités pour un espace destiné à une centaine de salariés. Il avait besoin de flexibilité et de services sans bail de 6 ans avec un risque lié à un surplus de surface à commercialiser. Cette opération nous a ouvert les yeux sur les besoins en flexibilité des entreprises de taille moyenne qui constituent aujourd'hui l'essentiel de notre portefeuille clients. Nous sommes un partenaire pour les preneurs à qui nous permettons d'accéder à des bureaux de qualité tout en conservant de la flexibilité, mais aussi pour les bailleurs à qui nous apportons l'engagement long terme qu'ils attendent.

Une belle fusion a eu lieue avec Knotel qui a levé 400 millions de dollars. Quelle est votre stratégie ?

Nous avons développé Deskeo en capitaux propres pendant 2 ans et demi pour nous assurer de la rentabilité opérationnelle du modèle. Nous partagions la même vision que Knotel qui avait la volonté de se lancer à Paris. Début 2019, nous avons fusionné dans le but d'aligner nos intérêts et de former un groupe international. Notre maison mère a levé 600 millions de dollars ce qui nous a permis d'accélérer notre développement en France. Avec Knotel, nous mettons en place un guichet unique pour les entreprises internationales. Notre mission est de proposer des prestations équivalentes partout où nos clients souhaitent s'implanter. Knotel est aujourd'hui présent dans 10 pays, des États-Unis au Japon en passant par le Brésil, le Royaume-Uni, l'Allemagne ou encore l'Inde avec au total plus de 450 000 m² de bureaux. →

Deskeo
a KNOTEL company

Quel est le coût moyen par poste de travail chez Deskeo ?
Nous ne vendons pas des postes de travail mais des espaces de travail. C'est pourquoi nous ne proposons pas de prix au poste mais un forfait mensuel qui donne accès à une surface 100% dédiée à chaque client. Quand le ratio de marché est un coefficient de 2 entre la valeur locative faciale et le prix réel constaté, Deskeo affiche un ratio de 1,8 à 1,9.

La demande placée en baisse de 10% et le *coworking* en hausse de façon considérable… comment expliquez-vous cela ?
Dans un environnement économique incertain, les entreprises recherchent de plus en plus de flexibilité pour leurs espaces de travail. L'arrivée de nouveaux acteurs comme les *coworkers* permet aux preneurs de déménager plus souvent, quand le besoin s'en ressent. Une entreprise qui serait apparue une seule fois en 3 ans dans les statistiques de demande placée apparaît désormais plusieurs fois côté *coworking*, ce qui explique cet écart.

Initialement, le *coworking* était destiné aux entrepreneurs, aux indépendants et aux TPE. Le modèle séduit de plus en plus de gros utilisateurs… Pourquoi ?
Les grands utilisateurs sont confrontés à des problématiques similaires aux petits, à savoir un besoin de flexibilité pour pouvoir s'adapter rapidement aux fluctuations de ses équipes. La noyau dur des clients Deskeo est constitué d'entreprises de 50 à 100 salariés, ou des grands groupes qui installent une partie de leurs équipes (entre 50 et 60 personnes) dans nos plateaux privatifs. Deskeo gère le surplus de surface et devient un réel partenaire pour les utilisateurs leur permettant de grandir en s'affranchissant des risques liés aux engagements longs.

Quel est le retour des utilisateurs ?
De manière générale, le retour que nous avons de nos clients est qu'un retour en arrière vers un bail classique leur semble impensable. Une fois qu'ils ont goûté aux bureaux flexibles, nos clients évoluent avec nous. Dès que le besoin s'en ressent, nous les accompagnons dans leur croissance et leur proposons de nouvelles surfaces plus adaptées.

On constate globalement que les utilisateurs nous sont fidèles et s'associent à notre solution dans la durée. Nous avons eu une croissance très importante (0 à 80 salariés en 3 ans et demi) et nous avons aujourd'hui des clients de plus en plus importants, avec des exigences techniques plus poussées qu'auparavant. Nous sommes montés en compétences et en expertise pour nous élever à ce niveau en 2019. Cet objectif de professionnalisation de notre offre et de nos services a été un tournant essentiel, qui nous permet aujourd'hui d'avoir une relation de confiance et pérenne avec nos clients.

Selon vous, le bail commercial correspond-il aux attentes des utilisateurs ?
Il répond encore aux attentes de certains utilisateurs, principalement des entreprises stables qui ont une visibilité à long terme sur leurs besoins, du moins sur une partie de leurs effectifs. Cependant, pour une entreprise en pleine croissance, il est impossible d'avoir une visibilité à long terme sur ses effectifs et donc ses besoins en espaces de travail. Notre offre répond directement à ce problème de flexibilité.

Parallèlement, nous accompagnons également des entreprises stabilisées pour qui la flexibilité n'est pas un problème. De plus en plus de nos clients s'engagent sur des durées longues (4 à 6 ans) et sont convaincus que notre valeur ajouté va au-delà de la flexibilité (services, optimisation des dépenses, garanties, etc.).

Le coworking a-t-il vocation à faire disparaître le *broker* ?
Non, absolument pas. Le *broker* est un maillon essentiel de notre industrie, il a un devoir de conseil qui a une grande valeur. Les *brokers* font partie du passé, du présent et du futur. D'ailleurs, plus de 90% des contrats que nous signons passent par l'intermédiaire d'un *broker*. Plusieurs centaines de consultants travaillent tous les jours indirectement pour Deskeo à Paris et à Lyon. Pour nous, ce sont des partenaires

indispensables. Ils apprécient de travailler avec nous car Deskeo répond aux besoins de leurs clients et leur apporte de nouvelles options précieuses, surtout dans les marchés tendus en manque d'offre.

Combien de sites détenez-vous et cela représente combien de m² ? Et combien de projets en cours ?
Nous détenons 70 000 à 75 000 m² soit trois fois plus que l'an dernier à la même époque. Au total, cela représente une soixantaine d'implantations à Paris, petite couronne et Lyon. Notre activité est proche de celle de l'hôtellerie. Deskeo opère dans différents contextes, nous avons des surfaces que nous prenons à bail, mais également des *contract-management* avec des partenaires bailleurs qui souhaitent s'appuyer sur notre expertise et notre organisation pour proposer à leurs clients une offre flexible professionnelle. Il s'agit en fait d'un *deal* gagnant-gagnant qui permet à Deskeo de se développer rapidement tout en limitant les investissements.

Quelle est la durée moyenne d'un contrat ?
L'engagement moyen est de 30 mois. Notre offre de flexibilité s'adapte aux besoins des entreprises avec un engagement minimum de 12 mois. Ainsi, certains de nos clients sont même engagés pour 6 ans.

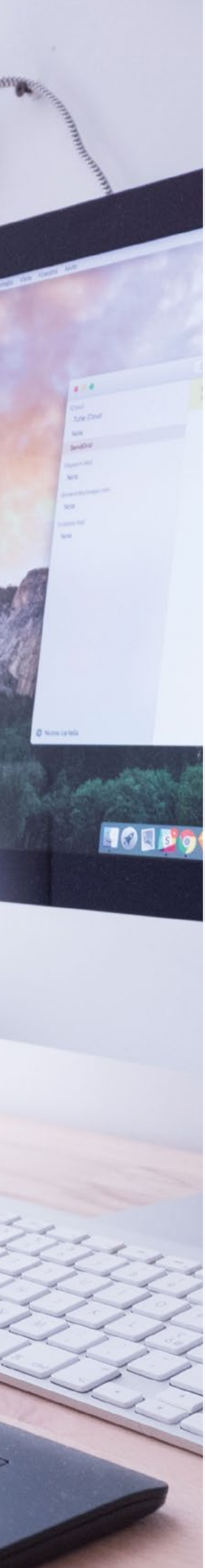
Avez-vous une idée en pourcentage de l'occupation par type de société (start-up, conseils et gros groupes) ?
Les sociétés liées aux nouvelles technologies représentent environ un tiers des clients Deskeo. Plus de deux tiers sont issues de secteurs extrêmement diversifiés comme l'assurance, le conseil, la santé, les médias, etc.

Quel est votre taux d'occupation moyen ?
Pour comprendre notre taux d'occupation, il faut comprendre notre *process*. La première étape est la récupération de l'espace (*due diligence* jusqu'à la signature du bail), nous faisons ensuite les travaux dans les bureaux que nous rénovons entièrement. Le délai d'écoulement est alors de 2 à 3 semaines une fois les travaux terminés, auquel s'ajoute les travaux de *branding* et de personnalisation pour que chaque espace soit parfaitement adapté à son futur occupant. Actuellement, plus de 90% de nos surfaces signées sont occupées.

En cas de crise et donc de baisse des valeurs locatives, comment envisagez-vous les choses ?
Pour que la crise se matérialise, il faudrait qu'un grand volume de contrats soit résilié dans un laps de temps très court. Or, les utilisateurs ont des engagements relativement longs. En cas de crise économique, les entreprises auront d'autant plus besoin de flexibilité ce qui donnera encore plus d'intérêt à notre modèle. En nous concentrant sur les moyennes et grandes entreprises, nous ciblons des structures qui auront besoin de réduire la taille de leurs espaces de travail en cas de difficulté. Nous serons ainsi en mesure de les accompagner en leur proposant de nouvelles surfaces plus adaptées tout en leur permettant d'optimiser leurs investissements...

Qu'est-ce qui vous démarque de vos confrères/concurrents ?
À la différence de nos concurrents, la marque Deskeo est totalement transparente. Nos surfaces s'adaptent au « branding » de l'utilisateur afin qu'il se sente chez lui. C'est l'une de nos forces que nos clients apprécient beaucoup !

Quelle est votre vision au cours des 5 prochaines années ?
Nous avons seulement trois ans et demi d'existence, se projeter dans 5 ans est difficile (rire). De manière générale, nous observons ces derniers mois que la tendance actuelle va se poursuivre et nous souhaitons incarner le futur des bureaux flexibles. Notre objectif avec Knotel est d'accompagner des entreprises de plus en plus grandes dans leurs besoins internationaux. Nous nous développons dans les grandes capitales mondiales pour accompagner nos clients dans leur stratégie globale. Au delà de cela, nous voulons révolutionner la façon de « consommer » l'immobilier d'entreprise. Une offre flexible, des services, un mobilier personnalisé, tout cela constitue un produit innovant que nous souhaitons toujours au plus près de nos utilisateurs. ■



IMMOBILIER : BIEN PLUS QUE DES MÈTRES CARRÉS...

Le poste immobilier représente le 2e coût après les salaires pour une entreprise. Il n'est donc pas anodin de se poser la question suivante : dans le cadre du déménagement d'une société, la réduction du coût immobilier est-elle le seul objectif ? Non, car plusieurs notions sont à prendre en compte : elles doivent être intégrés dans une prise de décision globale mêlant aspect matériel immatériel.

› **L'emplacement géographique** est devenu l'une des principales préoccupations des salariés : 40% des collaborateurs choisissent leur entreprise en fonction de leur emplacement.

› **Le bien-être** en entreprise est central : les sociétés mettent en place des actions pour que les salariés se sentent bien.

› **Le *team building*** afin d'attirer les talents et les conserver.

› **Le sentiment d'appartenance** : lorsqu'un salarié se sent bien, il n'a pas envie de quitter « son » entreprise.

› **Les *after work*** : la notion de résultat remplace petit à petit la notion d'horaires. Les salariés peuvent boire un verre entre collègues à 18h et remonter ensuite pour continuer de travailler. L'objectif : que les collaborateurs se sentent « comme chez eux ».

› **Le recours aux cabinets de recrutement** : faute d'adresses prestigieuses susceptibles d'attirer des talents, les entreprises implantées en 1re et 2e couronne sont obligées de recourir deux fois plus aux cabinets de recrutement que les sociétés parisiennes.

› **Le taux d'absentéisme** : les statistiques démontrent qu'un salarié qui travaille en 2e couronne a un taux d'absentéisme supérieur à un salarié parisien :
- Les grèves de décembre dernier en sont l'exemple : les entreprises ont dû s'adapter et le télétravail a fortement augmenté, quel que soit le type d'activité.
- En période de fêtes, les salariés en 2e couronne posent en moyenne 3,8 jours en décembre de plus qu'un salarié parisien.

› **La productivité** : celle-ci découle des différents points cités ci-dessus. ■

« Il est obligatoire de raisonner de façon globale »

Le *coworking* : un contrat de services *all inclusive* ?

Le *coworking* a répondu à un besoin important : la flexibilité dans le temps et dans l'espace, quitte à payer plus cher. Qu'il s'agisse d'une PME ou encore d'une multinationale, prendre à bail des locaux représente un coût de structure relativement important et nécessite plusieurs ressources.

Ceci est particulièrement pesant pour les jeunes entreprises n'ayant pas de visibilité à moyen terme sur leur croissance et pour lesquelles une location « classique » peut s'avérer onéreuse.

Le coût et les options

Le coût n'est pas négligeable car on ne raisonne plus en prix/m² mais en prix/poste de travail. Lorsqu'une société souhaite prendre à bail commercial des locaux, le ratio conseillé est de 10 m²/poste de travail. Chez un *coworker*, la surface par poste de travail est bien inférieure, au profit des lieux de vie et espaces partagés qui occupent une place importante. Ces espaces communs font d'ailleurs partie de l'attractivité de ce concept. Les *coworkers* doivent disposer d'un excellent capacitaire afin que leur activité soit rentable.

À noter : les tarifs par poste de travail ont augmenté de 10 à 15% en un an. Il est donc important de comparer ce qui est comparable et cet exercice est plus complexe que ce que l'on peut imaginer.

COWORKING

Forces

La flexibilité

La communauté

L'accès aux différents centres du *coworker*

Les activités

L'ambiance

Prix d'appel attractif

Formalités administratives simples

Faiblesses

Manque de personnalisation

Image de marque

Coût à moyen terme

Manque de confidentialité et d'indépendance

Hausse des tarifs de *coworking* de 10% à 15% en un an

Pénalités en cas de départ anticipé

Prix des options élevé

Fragilité du modèle des *coworkers* en cas de retournement du marché

RÉSULTATS DU MATCH

L'*open space* paraissait « ringard » et peu utile il y a encore quelques années. Dorénavant et compte tenu de la hausse des loyers, il a été adopté par un grand nombre d'utilisateurs.

Qu'il s'agisse de PME, de start-up ou de sociétés multinationales, le *coworking* s'adapte aux utilisateurs et séduit tous types d'entreprises. C'est un concept tendance pour les valeurs d'agilité, de « new tech » et « d'esprit start-up » qu'il véhicule.

Lors d'une phase de lancement, une entreprise a tout intérêt à privilégier le *coworking* car les garanties demandées sont assez légères et cela permet de se concentrer sur la croissance de l'entreprise. Lorsqu'elle recrute, il est très simple de s'agrandir au sein d'un *coworker*.

En revanche, lorsqu'une entreprise a atteint son rythme de croisière, il apparaît que le bail commercial 3/6/9 présente de réels atouts, car il permet d'éviter les surcoûts liés au *coworking*, comme la réservation de salle de réunion prévu au contrat, ou l'impression de documents clients.

Le *coworking* ne signifie pas la fin du marché tertiaire traditionnel mais plutôt la réadaptation de l'ensemble du processus de commercialisation et d'aménagement des espaces de travail. Dans tous les immeubles de bureaux neufs ou restructurés, les lieux de convivialité fleurissent.

Le *coworking* représente une part de plus en plus importante de la demande placée : près de 50% des transactions parisiennes supérieures à 5000 m² ont été réalisées par des *coworkers*.

D'une organisation de travail est en train de naître une culture du travail.

Les sociétés à création de valeur ne sont plus uniquement les banques, les compagnies d'assurance, les avocats, les experts comptables ou encore les sociétés de conseils. La France, championne des créations d'entreprise, encourage fortement l'entrepreneuriat, fédéré autour de la « French Tech », avec des laboratoires comme la Station F. Le phénomène de levée de fonds est devenu très important et nombre de jeunes sociétés sont aujourd'hui très attractives et solvables sur le marché. ■

« Près de 50% des transactions parisiennes supérieures à 5 000 m² ont été réalisées par des *coworkers* »

COWORKING : CRÉATEUR OU DESTRUCTEUR DE VALEUR ?

Le marché du *coworking* est assez disparate et en fonction des acteurs, le business plan est différent et la rentabilité directement impactée. Certains acteurs se sont implantés en masse à l'international en levant des fonds records, mais la solvabilité de leur activité reste à prouver.

A contrario, de plus petits acteurs cherchent la rentabilité de leur projet à court terme et prennent à bail des locaux avec des valeurs maîtrisées, ce qui leur permet d'anticiper un éventuel retournement de marché.

En cas de crise, comment s'en sortiraient les *coworkers* ? Pourront-ils rester compétitifs alors que les loyers diminuent ? Assisterions-nous à leur disparition ou s'inscrivent-ils définitivement dans le paysage tertiaire ? ■

GROUPE
BABYLONE
Smart Real Estate

RÉTROSPECTIVE 2019

L'IMMOBILIER DE COMMERCES

GROUPE BABYLONE

Smart Real Estate

Le contexte économique français en 2019[1]

Pouvoir d'achat des ménages[2]
+1,4%

Dépenses de consommation des ménages (acquis)
+1,2%

Prix à la consommation (décembre 2019)
+1,4%

Indicateur synthétique de confiance des ménages

Les commerces physiques

1,8 million
de salariés dans le commerce de détail

340 000
points de vente

77M de m²
de surface de vente du commerce de détail

Vente au détail du commerce en magasin. Chiffre d'affaires 2019

Non alimentaire	Alimentaire
232 Mds€	243,3 Mds€

475,3 Mds€

1/4 des points de vente des réseaux d'enseigne → **2/3** du chiffre d'affaires total

4 700€ de CA/m² moyen en France, en réalité atteint par une minorité de magasins

ILC
115,6
Indice des loyers commerciaux (base 100 au 1er trimestre 2008)
+1,9% sur un an glissant

Centres commerciaux

-2,6%
Fréquentation Décembre 2019

0,3%
Fréquentation Moyenne 2019

+1,7%
Performance Janvier-décembre 2019

Le e-commerce en France[3]

190 000
sites marchands actifs

1,7 milliard
de transactions

<60€
panier moyen

Vente à distance aux particuliers. Chiffre d'affaires 2019

Services	Produits
56,87 Mds€	46,53 Mds€

103,4 Mds€

17% La Fevad communique sur une part de marché de 10% de l'e-commerce, calculée sur les ventes de produits (hors services). Mais cette statistique est à notre avis faussée car elle englobe l'alimentaire, peu disrupté par l'e-commerce en volumes, avec des achats qui s'effectuent encore essentiellement en magasins. Nous avons donc retraité ce calcul pour refléter la réalité du marché. Côté CA e-commerce, nous avons retranché du total ventes de produits le CA du drive, estimé à 7 Mds€ pour 2019, montant rapporté au CA de la vente au détail des magasins physiques hors alimentaire.

En 2019, la part de marché de l'e-commerce atteint en réalité 17% hors alimentaire.

1. *Insee 3e trimestre 2019 - Note conjoncture Banque de France décembre 2019*
2. *Revenu disponible brut par unité de consommation*
3. *Source : Fevad*

Le match !

E-commerce VS commerces physiques

AMAZON, COLOSSE AUX PIEDS D'ARGILE ?

Avec 29,7 millions de visiteurs uniques par mois, Amazon France domine largement le top 5 des sites et applications les plus visités, loin devant Cdiscount, Fnac, Veepee et Booking.com*.

Amazon disposerait de 50% de parts de marché sur le secteur du livre, 44% pour les jeux et jouets et 42% sur les arts de la table. Cette position dominante permet au groupe de Jeff Bezos d'imposer ses règles, tant aux petites et moyennes entreprises à qui il offre une belle « vitrine », qu'aux plus grands groupes.

L'équipementier américain Nike qui avait noué en 2017 un partenariat avec la plateforme annonçait en novembre 2019 y mettre fin, face à la baisse de ses ventes et à la concurrence d'Adidas.

Parmi les raisons : la commission payable à toute *market place* qui réduit la marge des entreprises. Or, pas de salut à moyen et long terme puisque c'est Amazon qui fixe et fait évoluer la politique commerciale, notamment son pourcentage sur les ventes.

Le vrai problème des commerçants et des enseignes en général – c'est le motif invoqué par Nike – est qu'Amazon contrôle et détient au final la relation client et toutes les données associées. L'avenir du commerce se jouera n'en doutons pas sur la capacité des enseignes à mieux connaître leurs clients et leurs attentes, et d'innover en termes d'expérience client.

Enfin, dans un contexte de localisme, de respect de l'écologie et des conditions de travail, la lutte contre la contrefaçon et l'enfouissement des nombreux produits invendus constituent la nouvelle litanie que le géant américain devra contrecarrer. Il est ainsi fort probable qu'Amazon soit attaqué pour non respect de l'environnement et du mal-être de ses salariés.

La grande question est maintenant de savoir si d'autres pourront se payer le luxe de se déconnecter du géant Amazon. ■

« Amazon fixe et fait évoluer la politique commerciale, notamment son pourcentage sur les ventes »

*Source : Fevad

LES COMMERCES PHYSIQUES QUI SE PORTENT BIEN

LA RESTAURATION RÉSISTE : TANT QU'IL Y AURA DE LA (BONNE) BOUFFE !

Le secteur de la restauration hors foyer se révèle comme l'une des activités du commerce spécialisé les plus résilientes, en comparaison de secteurs particulièrement touchés comme les produits culturels ou l'équipement de la maison. Trois raisons majeures à cela : la France est terre de gourmands et gourmets. L'acte de manger n'est a priori pas délocalisable. La restauration est aujourd'hui perçue comme un acte de plaisir, un moment de lien social, de festivité, ce qui exclut toute virtualité.

D'ailleurs, l'offre de restauration autrefois assez limitée en centre commercial s'étoffe largement. Elle y est désormais considérée comme un vecteur de flux en soi, fortement contributif de la performance du centre.

Pour autant, les attentes des consommateurs ont changé et les concepts de restauration doivent impérativement s'adapter. L'expérience émotionnelle est de plus en plus recherchée, ce qui augmente globalement le niveau d'exigence autour de critères multiples : l'ambiance générale proposée par le lieu*, la capacité à répondre à la fonction repas recherchée dans le temps dont dispose le client, la qualité des ingrédients eux-mêmes, l'adaptation du menu au plus grand nombre (tendance vegan, alternative à la viande de moins en moins consommée...). L'expérience vécue par les clients est aujourd'hui largement relayée sur les réseaux sociaux ou Tripadvisor, d'où la nécessité de soigner son e-réputation, sous peine de voir sa fréquentation chuter.

Impossible également de ne pas suivre sa clientèle à domicile. Les multiples applis dédiées promettent la livraison rapide de vos restaurants locaux préférés, comme Deliveroo, Uber Eats, Glovo, qui prennent généralement 20 à 30% de commission... Ceci impose aux commerçants de développer un partenariat logistique efficace et à moindre coût pour la livraison. Cette manne complémentaire de chiffre d'affaires ne génèrerait en revanche pas de marge pour le restaurateur mais contribuerait à fidéliser sa clientèle. Enfin, la responsabilité économique et sociétale des restaurateurs ne s'arrête pas là, puisque lutte contre le gaspillage oblige, ceux-là sont de plus en plus nombreux à proposer leurs invendus du jour aux consommateurs, via l'appli Too Good To Go. ■

> « 90% des restaurateurs sont indépendants. Les 10% restant sont des enseignes captant 25% de CA »

*7 décisions sur 10 se font à partir du look de la façade, du porte-menu, de l'accueil du client.

INTERVIEW

GROUPE BERTRAND : UN APPÉTIT D'OGRE, EN TOUTE DISCRÉTION !

Jean Semet
Directeur expansion chez Groupe Bertrand

Pouvez-vous nous présenter rapidement les enseignes du Groupe Bertrand ?
Groupe Bertrand se positionne sur l'ensemble des segments de la restauration, avec un large panel d'offres ciblant tous types de clientèles et de gammes. Nous comptons plus d'une trentaine de lieux d'exception dans des secteurs emblématiques et stratégiques parisiens.

En 2011, le groupe a développé l'enseigne Au Bureau, puis a pris son essor avec la signature de la master franchise Burger King en 2013. Burger King aujourd'hui, c'est 350 points de vente et près de 800 à terme. Le rachat des 400 Quick français en 2015 nous a permis d'appuyer l'expansion de la marque. De même en 2017, nous avons repris le groupe Flo, dont les 140 Hippopotamus, fleuron bien connu du SteakHouse que nous avons repositionné en SteakHouse à la française, ou encore la franchise Nespresso (ouverture de 17 boutiques). En 2019, Léon de Bruxelles rejoint le groupe. Cette stratégie volontariste vise à élargir notre gamme de restauration autour d'une offre alternative à la viande, avec une offre élargie sur les produits de la mer. Dans le même esprit, nous souhaitons aussi développer notre offre de restaurant italien, à l'image du Volfoni à Boulogne.

Pouvez-vous nous expliquer en quelques mots votre *business model* ?
Notre *business model* est mixte, franchisé à 80% et en compte propre pour 20% au travers de succursales. Un franchisé Burger King ne peut pas prendre d'autre enseigne du Groupe. Seuls les franchisés de restauration traditionnelle peuvent être multimarques.

« Nous avons augmenté notre chiffre d'affaires de 30% en moyenne dans les formats rénovés »

Quel est le retour clients suite à la mise en place des nouveaux concepts ?
À chaque rachat d'enseignes, nous évaluons puis modernisons le concept commercial de l'enseigne de restauration, ce qui passe par une rénovation complète de la coque (sur la chaîne Hippopotamus, 35 ont été rénovés en 2 ans). Très souvent, nous repositionnons aussi la chaîne de restaurants, en remettant le produit au centre : pour cette marque, par exemple, cela passe bien sûr par la qualité de la viande et la qualité de la cuisson, dont nous nous

sommes assurés par l'installation de fours Josper, le summum de la cuisson à la braise. Cette politique a porté ses fruits puisque nous avons augmenté notre chiffre d'affaires de 30% en moyenne dans les formats rénovés.

Avez-vous des problématiques d'implantation ?
Toute la difficulté est de trouver des emplacements *a fortiori* bien placés et au bon prix ! D'autant qu'il nous faut trouver 150 nouveaux terrains par an ! Nous avons recruté une équipe de prospecteurs fonciers. La prospection apparaît plus facile dans l'Est de la France mais elle reste compliquée en Île-de-France, en PACA ou en Rhône-Alpes.

Quelle est votre stratégie d'implantation selon vos enseignes ? Centre-ville ou périphérie ?
L'enseigne Au Bureau est implantée historiquement en centre-ville puis s'est développée en périphérie. Burger King est à 90% en périphérie et 10% en centre-ville, tandis que les restaurants Hippopotamus sont situés à 50% en centre-ville et 50% en périphérie. Objectivement, nos développements sont sur la périphérie (1re/2e couronne en Île-de-France) pour diverses raisons : en centre-ville, le handicap n°1 est l'absence de parking, et globalement des contraintes d'exploitation liées aux livraisons mais aussi au personnel, très convoité à Paris par exemple. Qui plus est, les loyers sont bien plus élevés et le chiffre d'affaires dégagé est globalement équivalent. Quant à la présence de nos enseignes de restauration en centre commercial, les Hippopotamus et Burger King y ont toute leur place (dont aux 4 Temps à La Défense).

« Nous nous positionnons sur la base d'un taux d'effort de 5% »

Justement, parlez-nous taux d'effort sur les enseignes du groupe Bertrand.
Si la norme dans la restauration se situe autour de 8-10%, dans un souci de pérennité des implantations, nous nous positionnons sur la base d'un taux d'effort de 5% (ratio loyer HT/CA HT), avec éventuellement un loyer variable de 4-5%. Chaque ouverture nécessite des travaux importants (500K€ à plus d'1 M€ de travaux). Il faut intégrer la redevance franchise de 5%.

Quels sont vos axes de développement pour les années à venir ?
Nous visons l'ouverture de 150 nouveaux restaurants/an, dont 100 Burger King. Notre 2e axe fort de développement est l'acquisition de foncier, au travers de notre foncière créée en 2013, et la construction de murs, dans un objectif de détention de 75%. Groupe Bertrand souhaite se diversifier en s'orientant sur les produits de la mer (rachat de Léon de Bruxelles) ; sur la restauration italienne (déploiement de Volfoni) et éventuellement sur l'hôtellerie et l'immobilier. ■

2 Mds€
de volume d'affaires sous enseignes

35 000
collaborateurs

+1 000
établissements

BURGER KING · Quick · AU BUREAU · VOLFONI · Léon de Bruxelles · HIPPOPOTAMUS 1968 · brasserie LIPP · ANGELINA Paris depuis 1903

Plateformes digitales

LES FRANÇAIS PRENNENT GOÛT... AUX RESTOS À DOMICILE !

Niche émergente mais désormais incontournable dans la restauration, le marché de la livraison de repas à domicile est en plein boom depuis 4 ans. Il pèserait aujourd'hui autour de 3 Mds€, soit environ 5% des revenus de la restauration. **Et Uber Eats projette un doublement du marché, chaque année sur les 3 prochaines années.**

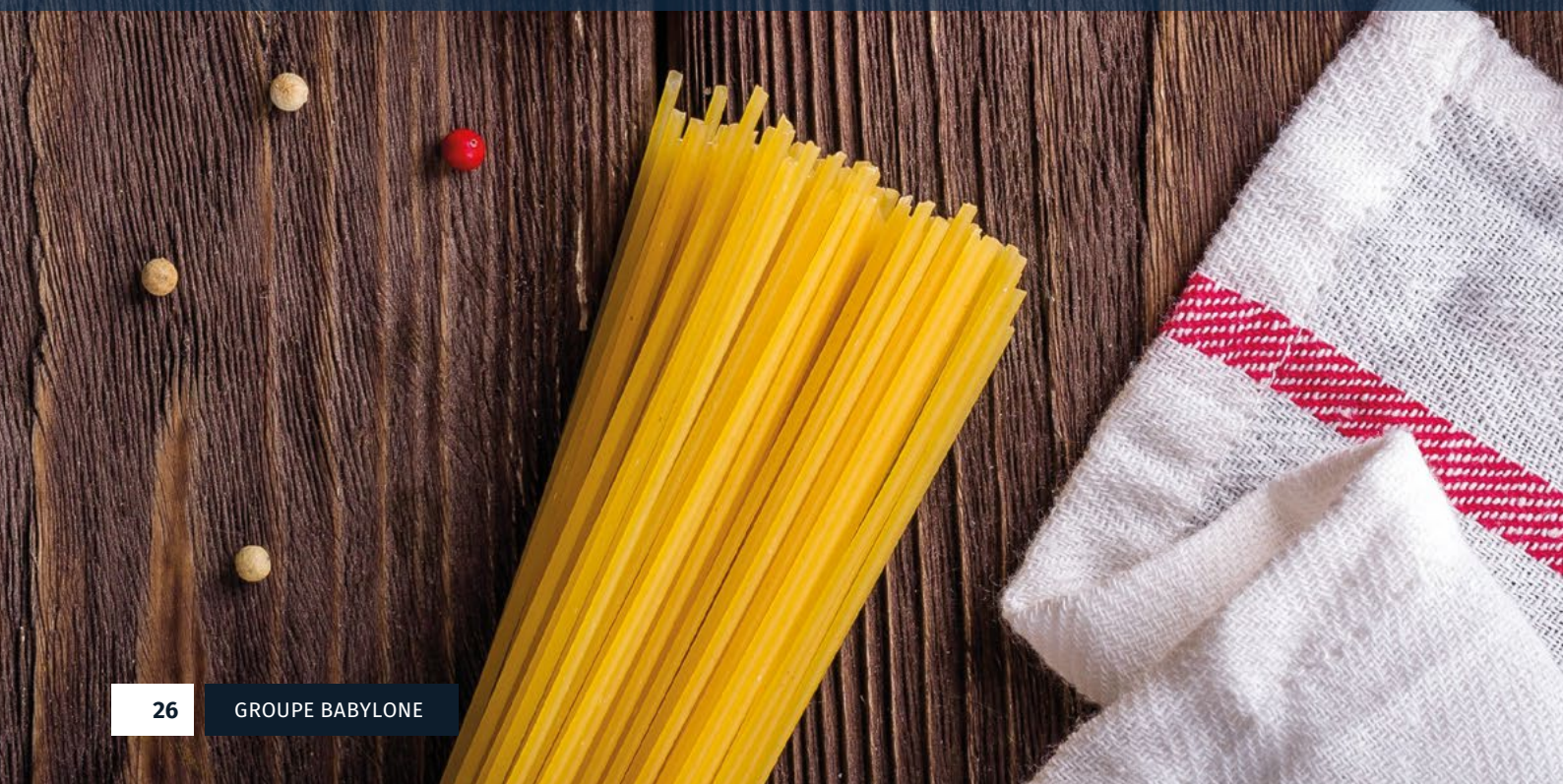
Paradoxalement, la rentabilité est loin d'être au rendez-vous pour tous les acteurs, s'agissant d'un marché hyperconcurrentiel. Les faillites de start-up dédiées se multiplient (comme Take Eat Easy, Tok Tok Tok...).

En 2018, la plateforme Foodora, filiale de l'actionnaire allemand Delivery Hero, s'est retirée du marché, après avoir essuyé 10 M€ de pertes pour à peine 6 M€ de chiffre d'affaires. Les « survivants », dont le major Uber Eats, se livrent pour l'heure une course à la taille et au maillage territorial, tout l'enjeu étant de devenir le géant du secteur.

Avec un panier moyen tournant autour de 25€, une facturation au client de 2,50% pour la livraison, le coût réel est à peine couvert. Les livreurs, « uberisés », c'est-à-dire pour l'essentiel auto-entrepreneurs, n'hésitent pas à naviguer d'une appli à l'autre pour choisir celle qui rémunère le mieux.

« Les faillites de start-up dédiées se multiplient »

Just Eat serait l'un des rares opérateurs à être rentable. Et pour cause, Il déporte quasi-totalement la problématique de la livraison sur les restaurateurs, se limitant à un rôle de *market place* pour ses 7000 restaurants partenaires ! ■



Des pans de commerces menacés

LE PRÊT-À-PORTER DE MOINS EN MOINS LIÉ AU PHYSIQUE…

Structurellement, la part des dépenses de vêtements dans le budget des ménages diminue, au profit d'autres postes comme les équipements numériques. La digitalisation est devenue incontournable pour trouver de nouveaux canaux de création de valeur et éviter de perdre du terrain au plan commercial.

La vente en ligne qui gagne du terrain (+4,2%), pour peser désormais 13% des ventes d'habillement. À l'inverse, le chiffre d'affaires des magasins recule de l'ordre de 2,6% sur un an.

Ce basculement vers la toile a été pris en compte tardivement par les grandes enseignes, mais tous les acteurs n'auront pas la même capacité stratégique et financière pour suivre le mouvement. Par exemple, le groupe Inditex, numéro un mondial du textile et propriétaire des marques Zara, Bershka, Stradivarius… a investi environ 1,6 milliard d'euros pour mieux articuler ses ventes en ligne et en boutique physique. En 2018, ses ventes en ligne ont progressé de 27% à 3,2 milliards d'euros, soit 12% du chiffre d'affaires total.

Mais dans le même temps, les leaders *pure players*, comme Zalando ou ASOS, enregistrent une croissance du chiffre d'affaires bien plus forte. Or le développement de l'omnicanal, si impératif soit-il, impose de conserver les charges lourdes associées au réseau physique, et d'acquérir les savoir-faire essentiels de l'e-commerce, avec en toile de fond la performance de la logistique en B2C (fiabilité des fournisseurs tiers de logistique et transport, délai de livraison…).

À terme, pour survivre, il n'est pas exclu que certaines enseignes qui se sont bien adaptées à l'e-commerce se déportent davantage sur ce modèle économique, au détriment d'un certain nombre de points de vente physiques. ■

« Tous les acteurs n'auront pas la même capacité stratégique et financière pour suivre le mouvement »

LA PRÉSENCE PHYSIQUE, UN « LUXE » ?

L'e-commerce ne fait plus du magasin physique une nécessité absolue, mais tout commerce se doit d'avoir un site de vente en ligne. Les modèles Internet n'impliquent pas nécessairement la profitabilité à court terme, alors que la rentabilité reste le critère n°1 des exploitants de murs commerciaux.

L'ère glorieuse de la consommation de masse a autorisé des loyers haussiers. Ces derniers ont globalement tenu, même en période de récession économique, grâce à un modèle français bâti sur la consommation intérieure. Mais cette ère évolue !

On le voit bien, les normes de marché d'hier sont bousculées, emmenant avec elles la question du bien-fondé de pratiques et usages propres à l'immobilier de commerce :

Quid de la part variable du loyer sur le chiffre d'affaires, à l'heure du phygital, de l'omnicanal où il est difficile de distinguer le chiffre d'affaires généré par l'emplacement de celui amené par le site en ligne de l'enseigne ?

De même, que valent aujourd'hui les pas de porte, droit d'entrée ou droit au bail que les exploitants acceptent de payer à l'entrée dans les lieux, dans un contexte où la rentabilité du magasin physique se dégrade ?

Le taux d'effort immobilier est, comme son nom l'indique, le seuil acceptable de ratio loyer (charge fixe n°1 après la masse salariale) rapporté au chiffre d'affaires réalisé par l'exploitant.

Or, même si l'immobilier de commerce est sans conteste l'un des marchés les moins transparents, les valeurs locatives ont inexorablement augmenté ces vingt dernières années, ne serait-ce que par l'effet de l'indexation des loyers, et ce plus vite que les chiffres d'affaires, aujourd'hui baissiers sur certains pans du commerce.

Dans un paysage commercial dominé par les réseaux d'enseigne, au loyer pur payé par le gérant du commerce s'ajoute la redevance de franchisé. Il s'agit généralement d'un pourcentage sur le chiffre d'affaires, outre le droit d'entrée en franchise (droit d'utilisation de la marque).

> « Le taux d'effort peut doubler pour un franchisé et passer la barre des 10% »

Ainsi, le taux d'effort global chargé est-il souvent méconnu ou sous-estimé par le bailleur qui ignore les termes du contrat de franchise liant le franchisé au franchiseur. Par exemple, si le taux d'effort théorique loyer / chiffre d'affaires est généralement compris entre 5 et 7% pour la restauration, le taux d'effort peut doubler pour un franchisé et passer la barre des 10%.

Autre élément, le bail commercial net investisseur a eu son heure de gloire, avec le report de l'ensemble des charges et taxes sur l'exploitant. Or, ces postes ont sensiblement flambé dans le temps. Le législateur, au travers de la loi Alur ou de la réforme du droit des sociétés, est même intervenu pour interdire certaines clauses exorbitantes, en particulier dans les centres commerciaux, notamment : interdiction de refacturation des honoraires de gestion du bailleur, ou de mise à la charge du preneur des dépenses de grosses réparations de l'article 606 du Code Civil.

Le curseur de l'économie du bail serait à re(placer) au juste milieu, pour le bénéfice de tous. **Les bailleurs, habitués à un rendement élevé sur cette classe d'actifs, ont, pendant un temps, préféré la politique de l'autruche face à des difficultés rencontrées par un commerçant.**

Pour certains, maintenir le local vacant est plus stratégique qu'acter la baisse de leurs revenus. Parallèlement, les propriétaires évoluent vers une politique d'anticipation. Certains ont spontanément proposé aux occupants de leurs murs, fortement impactés par la grève des transports de décembre dernier, un aménagement de leurs échéances.

Les reports d'échéance fiscales ou sociales accordés par le gouvernement ne suffisant pas, la fédération professionnelle Procos a récemment exhorté les bailleurs de locaux commerciaux à ne pas appliquer d'indexation des loyers en 2020, pour ne pas aggraver encore le taux d'effort des exploitants à des seuils insupportables. Le message sera-t-il entendu ? ■

Focus

Quels nouveaux concepts commerciaux ?

Le constat : (re)donner l'envie d'avoir envie…

Partageons-nous le même constat ?
Partout, on retrouve les mêmes enseignes (H&M, Zara…), en centre commercial, en centre-ville, à Paris, Bordeaux, à Madrid ou à Rome. D'après LSA, la franchise représenterait aujourd'hui plus de 60% des commerces dans les grandes villes.

Nous nous rendons en magasin essentiellement pour voir, toucher, essayer. Mais certains atouts de l'expérience d'achat en magasin ont disparu, en particulier le conseil au client. Les vendeurs, moins nombreux qu'avant, et désormais polyvalents dans leurs tâches*, sont souvent moins visibles.

« L'uniformisation de l'offre de produits se cumule avec celle des chartes d'aménagement dans les réseaux d'enseignes franchisées, créant un décalage avec les attentes du consommateur »

Avec le développement phygital des enseignes, le client attend que son expérience physique se démarque de ses expériences digitales. Sinon, à quoi bon se déplacer ?

Nouvelle économie circulaire : rien ne se perd, tout se (re)vend !

À l'heure où les prix de l'immobilier grimpent, mieux vaut vider ses placards que de se payer des m² en plus.
Le vent a tourné. La pression du consommateur prône la fin de l'usage unique ou du neuf à tout prix. Le vintage et la déconsommation ont relancé les marchés de la seconde main. Nombreux sont les 15-35 ans qui aspirent à une consommation raisonnée, à moins de gaspillage de ressources et moins de production de déchets.

20 ans après eBay, la start-up lituanienne Vinted est devenue une licorne en quelques années. L'application propose à ses 21 millions de membres dans 11 pays de vendre, d'acheter, et d'échanger des vêtements et accessoires d'occasion entre particuliers.

La France est devenue le premier marché avec pas moins de 8 millions d'utilisateurs, 23 000 nouveaux chaque jour, qui souscrivent à ce modèle par souci économique et/ou par choix idéologique. De quoi atteindre un peu plus le fonds de commerce du prêt-à-porter… garanti non porté.

H&M tente de s'associer au phénomène dans son nouveau magasin de 5 000 m² boulevard Haussmann, avec un corner « take care » dédié à la customization, à la broderie, et à la réparation de nos vieux vêtements.

Déballage des livraisons, mise en rayon etc.

L'ABONNEMENT REMPORTE L'ADHÉSION !

9 Français sur dix possèdent au moins une carte de fidélité, et 70% des clients des magasins possèdent la carte de fidélité de l'enseigne qu'ils fréquentent, taux qui peut grimper à 90% pour les grandes surfaces alimentaires*.

De nombreuses stratégies sont mises en œuvre pour fidéliser le client, beaucoup plus volatil et très avisé. Ces programmes de fidélisation, jusqu'ici basés sur le *cashback* et les offres promotionnelles, évoluent vers le digital et les services (conseils, animations ludiques…), autour d'un modèle marketing plus relationnel, au-delà du transactionnel. C'est la dernière tendance.

Mais le système des cartes de fidélité est à bout de souffle et l'abonnement (payant donc) revient à la mode, sous des formats très divers : Amazon Prime, formule hybride pour la livraison en 24h et des vidéos et séries originales. Birchbox, et désormais abonnements Fnac Darty pour les réparations, Colgate ou Bocage pour le renouvellement à fréquence… L'objectif est de créer une communauté de clients, les Membres, sur la durée.

Le concept de club-entrepôt Costco, s'il n'est pas récent outre-Atlantique, a débarqué en France il y a deux ans, en 2017, avec son modèle plutôt original pour les clients français. ■

Source : TNS Sofres pour BNP Paribas Personal Finance

INTERVIEW

COSTCO MONTRE SES MUSCLES ! (AUX ABONNÉS)

Gary Swindells
Président,
Costco France

Pouvez-vous nous rappeler le concept Costco ?

En 1976, un « Membership Club » est créé à San Diego, ouvert uniquement aux entreprises. En 1983, James Sinegal lance Costco Wholesale, concept cette fois accessible au grand public, c'est le démarrage de Costco. En 1993, Costco fusionne avec Price Club, leur modèle d'entreprise et leur taille étant comparables, ce qui donne naissance à Price Costco en 1994. Nous comptons alors 100 millions de membres dans le monde. Le concept Costco : la meilleure qualité de produit au meilleur prix (alimentaire et non alimentaire). Nous ne faisons aucune publicité, tout se fait via le bouche à oreille.

À quelles difficultés avez-vous été confronté pour vous implanter vis-à-vis de la réglementation française ?

Les procédures sont très longues à cause des recours sur tous les projets. La réglementation française est plus compliquée qu'au Canada. 3 ans et demi ont été nécessaires pour finaliser l'installation du premier Costco en France (commission le 20/12/2013 pour une ouverture le 22/06/2017). En Europe, la réglementation est moins restrictive mais il existe d'autres freins. La Scandinavie est très à cheval sur les questions environnementales, tandis qu'en Norvège les parkings sont très limités.

« Costco propose 3 000 à 3 500 références sur 14 000 m² »

50% alimentaire / **50%** non-alimentaire

785
clubs-entrepôts dans le monde

100 millions
de membres dans le monde

150 000
membres en France

0 €
de dépense en marketing

125 €
dépensés en moyenne par client

Comment adaptez-vous le concept au marché français ?
Nous travaillons avec des fournisseurs français (notamment avec Rungis pour les fruits et légumes) et référençons 212 références bio. Nous proposons aussi des produits électroniques, du matériel de jardin et développons actuellement des activités connexes comme la vente et la pose de pneus et la mise en place d'une station-service prévue pour janvier/février 2020. Une offre de restauration est également mise en place (la poutine et les hot dog).

« Costco veut mettre en place un service complémentaire à la clientèle pour ajouter de la plus-value à notre carte de membre »

Quel constat depuis l'arrivée de Costco en France ?
Aujourd'hui nous comptons 150 000 porteurs de cartes en France, dont 85% de particuliers. Les achats en semaine sont plutôt effectués par la clientèle locale alors que le week-end, nous avons aussi des visiteurs qui viennent aussi bien de Normandie que de Belgique. La France connait par ailleurs le meilleur développement sur le marché de l'audition.

« Là où il y a un magasin Ikea, il devrait y avoir un Costco »

Quels sont vos projets d'ouvertures ?
Notre objectif est d'ouvrir 4 à 6 magasins en Île-de-France et 3 à 4 en région (Lille, Lyon, Bordeaux, Nice, Toulouse ou Marseille). L'idée étant d'avoir 12 magasins en France, avec un centre logistique opéré par Costco. Aujourd'hui nous avons deux opportunités : une en province et une en Île-de-France. ■

GROUPE
BABYLONE
Smart Real Estate

RÉTROSPECTIVE 2019

L'IMMOBILIER RÉSIDENTIEL

GROUPE BABYLONE

Smart Real Estate

Focus #1

La solvabilisation par les taux : jusqu'à quand ?

Quand les taux bas font flamber les prix

1,13%, c'est le taux moyen du crédit immobilier accordé par les banques françaises en décembre 2019, stabilisé à un niveau très bas. En un an, la baisse moyenne sur les prêts à taux fixe s'échelonne de 32 points de base pour des prêts à 25 ans à 36 points sur 20 ans.
De quoi encourager les Français à emprunter à taux très faible pour investir dans la pierre, quand laisser dormir son argent sur son livret A n'est plus rémunéré qu'à 0,50% depuis février 2020.

« Le taux d'accession à la propriété des couples avec et sans enfant frôlerait désormais les 75% »

À l'heure où les ménages ont cherché à épargner une partie de leur gain de pouvoir d'achat, inquiets sur leur niveau de retraite à terme, la volatilité des marchés boursiers et le spectre d'un possible krach les ont incités à investir dans un bien tangible, l'immobilier.

Plus d'un million de transactions portant sur des logements anciens ont été signées en 2019.

Outre les acquisitions de résidences principales (environ 65%), le marché a été dopé par une forte proportion d'investissement locatif : 1 transaction sur 4* à des fins de placement, en hausse de l'ordre de 25% sur un an. Parmi les tendances marquantes de 2019, on note une part importante de jeunes actifs, les moins de 40 ans représentant près de la moitié des acquéreurs. Conséquence sur les marchés tendus, l'afflux de demande a exercé une forte pression haussière sur les prix. La baisse discontinue des taux d'intérêts bancaires a clairement solvabilisé les ménages français, y compris les ouvriers/employés à l'origine d'un quart des investissements locatifs en 2019 ! Ainsi, le contexte financier a indirectement alimenté cette flambée des prix.

La barre des 1000 Mds€ d'encours de crédit immobilier passée en 2019

L'année 2019 signe décidément des records historiques, dans tous les domaines. L'encours bancaire des crédits immobiliers auprès des ménages passe pour la 1re fois la barre des 1000 milliards d'euros**. Fin 2019, les prêts nouvellement consentis avoisineraient pas moins de 240 Mds€. Paradoxalement, la Banque Centrale Européenne (BCE), qui a elle-même incité les banques à prêter aux acteurs de l'économie, s'inquiète aujourd'hui de l'emballement du marché du crédit, tout comme la Banque de France et les autorités de tutelle qui appellent les banques à la prudence.

Vers une réduction de la voilure du crédit aux particuliers pour 2020 ?

La bonne tenue du marché de l'immobilier résidentiel reste fortement dépendante et conditionné par la distribution du crédit.

« L'après *subprime* avait obligé les banques à réduire leur financement, d'où une chute des volumes de transactions »

Pour l'heure, la concurrence forte entre les banques devrait maintenir le marché du financement immobilier à flot. Car le vrai enjeu est en fait la bancarisation du client, source de marge, plutôt que le crédit immobilier en lui-même… surtout dans le contexte de renégociation et de rachats de prêt massifs auxquels les banques ont dû faire face ces dernières années. Seule la survenue d'une crise financière majeure pourrait infléchir la tendance insolente du marché résidentiel. ■

*Selon le bilan annuel de Century 21
**Estimation proche de 1100 Mds€ à fin 2019

Focus #2

Les mesures phares pour baisser les prix en 2019

La métropolisation, la décohabitation*, le rallongement de l'espérance de vie, nombreux sont les phénomènes contribuant à l'explosion de la demande de logements et des prix, surtout à Paris.
À la gentrification de certains secteurs s'opposent les fractures territoriales, lesquelles sont le résultat de fractures sociales parmi la population.

*et notamment l'augmentation du nombre de familles monoparentales

Focus #2

Les mesures phares pour baisser les prix en 2019

CAP VERS 15 000 €/M² ?

C'est dans ce contexte qu'en 2019 les prix de l'immobilier parisiens ont dépassé le record symbolique des 10 000 €/m². Les loyers demandés suivent également cette tendance de flambée des prix. La charge immobilière devient ainsi de plus en plus lourde pour les ménages.

Afin de redonner du pouvoir d'achat aux ménages, le gouvernement Philippe met actuellement en place une série de mesures comme par exemple l'encadrement des loyers, la maîtrise du prix du foncier ou encore la régulation des locations meublées touristiques de type Airbnb. ■

PARIS : L'ENCADREMENT DES LOYERS JOUE-T-IL SON RÔLE DE RÉGULATION ?

À l'origine lancée par la Loi Alur dans 28 zones tendues, le dispositif d'encadrement des loyers a été annulé par le tribunal administratif de Paris en novembre 2017 avant d'être relancé pour 5 ans avec la loi Élan votée en 2018. La loi permet dorénavant aux communes de choisir de mettre en application ou non le principe d'encadrement des loyers. C'est ainsi que depuis juillet 2019, Paris a choisi la mise en place de ce dispositif.

Comment s'applique le dispositif de l'encadrement des loyers à Paris ?

Le loyer d'un logement vide ou meublé dont le contrat de bail est issu de la loi du 6 juillet 1989, signé ou renouvelé après le 30 juin 2019 est encadré au moyen de loyers de référence. Le loyer de référence est établi en fonction de quatre composantes :

› Localisation
› Type de location (vide ou meublé)
› Nombre de pièces (1, 2, 3, 4 et +)
› Date de construction du logement

Ce loyer de référence, déterminé par l'OLAP (Observatoire des loyers de l'agglomération parisienne) peut être soit majoré de 20% si le bailleur est en position de justifier un niveau de confort et de localisation supérieur, soit minoré de 20%.

Il est à noter que la première mise en location d'un logement n'est pas soumise à l'encadrement des loyers.

Malgré la mise en place de cette mesure, une étude menée par PriceHubble démontre que près d'une annonce sur trois ne respecte toujours pas les dispositions de l'encadrement des loyers.

À quoi s'attendre pour 2020 ?

La hausse des loyers comme la hausse des prix du logement est révélatrice du même phénomène : un déséquilibre de plus en plus prononcé entre l'offre et la demande.

Dans une économie libérale, l'État pourrait favoriser le secteur de la construction afin d'augmenter l'offre pour faire diminuer les prix, ce qui n'a pas été le cas. En effet, l'État, en encadrant directement les loyers devrait dans un premier temps améliorer le pouvoir d'achat des ménages, au détriment des propriétaires.

En effet, les bailleurs voyant leur rentabilité impactée seront plus frileux à louer leur logement. Ce qui aurait un impact sur l'offre disponible de logement qui devrait s'amoindrir, et la problématique des logements en France s'en trouverait amplifiée. ■

LES PIEDS DANS LAGLEIZE : RÉGULER LES PRIX DU LOGEMENT PAR LE FONCIER

Face à la flambée des prix de l'immobilier, notamment à Paris (+71% en 10 ans), l'Assemblée nationale a adopté en novembre 2019 une proposition de loi visant à contrôler le prix du foncier et faire baisser le prix du logement en France, autour de 4 axes :

1. La fin des enchères sur le foncier public

Selon le rapporteur, les cessions du foncier public représentent 9% du total des cessions opérées chaque année par l'État. Cette solution reste à court terme plus rémunératrice pour l'État, mais fait évoluer le marché à la hausse sur tout un quartier. À compter de 2021, ce type de vente sur les zones tendues sera supprimé. Une façon pour l'État de s'interdire de concourir à la montée des enchères sur ces territoires !

2. Création d'un nouveau droit de propriété

La France compte aujourd'hui deux droits de propriété distincts :

› La pleine propriété
› Le démembrement (nue propriété & usufruit)

La loi Lagleize propose la création d'un troisième droit de propriété qui sépare le foncier du bâti. Ainsi, l'état créera un Organisme Foncier Libre (OFL) qui restera propriétaire du foncier. Le propriétaire du bâti signera un bail emphytéotique d'une durée de 99 ans, ainsi qu'un loyer en contrepartie de l'occupation du foncier, propriété de l'OFL.

3. Transparence sur les ventes immobilières en France : l'*open data* et le *big data*, le coup de pied dans la fourmilière décidé par l'État

Bercy libère les données immobilières des transactions, France entière, pour les particuliers comme pour les professionnels. Il s'agit bien d'un tournant décisif initié par la sphère publique, la plus novatrice en matière de transparence de l'information immobilière !

Jusqu'alors, les professionnels de l'immobilier devaient acheter à prix d'or les transactions auprès des Notaires pour l'Île-de-France, et pour obtenir des références de ventes en régions... utiliser leur réseau, ou se connecter à titre privé à impot.gouv.fr pour glaner quelques références... Depuis avril 2019, 15 millions de transactions immobilières sont consultables gratuitement sur l'appli DVF, avec un historique de ventes sur 5 ans (2014-2019).

La loi Lagleize veut aller plus loin en systématisant l'utilisation d'observatoires du foncier chargés de collecter et de rendre publiques les informations relatives aux transactions effectuées sur un secteur.

Ces observatoires pourraient également servir à fixer un prix maximal de certains biens, avant construction pour le logement social et intermédiaire.

4. La mise en place de la *flat tax* sur les plus-values

Le constat n'est pas nouveau, mais il est remis sur la table par le législateur : les abattements actuellement utilisés pour le calcul de la plus-value lors de la revente entraîne la conservation des fonciers pendant 20-30 ans.

Ainsi, afin de fluidifier le marché du logement, le député propose de supprimer ces abattements et de le remplacer par une flat tax à 30% (impôts + prélèvements sociaux) comme sur les marchés financiers. Le calcul de la plus-value intègrera également dans son calcul l'évolution de l'inflation. ■

« La loi Lagleize propose la création d'un troisième droit de propriété qui sépare le foncier du bâti »

Focus #3

Les tentatives des élus pour garder le contrôle du marché locatif

Le plafonnement des loyers parisiens, s'il est le bienvenu côté locataires, conduit les propriétaires qui achètent de plus en plus cher leur logement, à rechercher de nouvelles poches de rendement locatif. Le régime de location meublée, bien plus souple et plus rémunérateur, est aujourd'hui privilégié par des bailleurs.

*bail d'un an ou de 9 mois pour les étudiants, sans démarche administrative préalable

Airbnb : DANS L'AIR DU TEMPS, ET POURTANT...

Anne Hidalgo fait de la limitation de la location touristique meublée à Paris son cheval de bataille pour les prochaines échéances municipales.

Si elle est réélue, elle promet un référendum aux Parisiens de limitation à 30 jours par an sur les résidences principales, contre 120 jours (4 mois) par an actuellement et 60 jours en vigueur dans les autres grandes capitales européennes. Les Parisiens concernés par cette nouvelle restriction seront-ils séduits par la réduction par 4 de leur complément de revenus ? Rien n'est moins sûr...

L'expansion du modèle type Airbnb a fait exploser tant la demande que l'offre de location meublée touristique, à la nuit ou à la semaine. Dans les secteurs parisiens les plus prisés (le centre et l'ouest), cette niche représenterait jusqu'à 20% de l'offre locative globale. Les prix constatés sont généralement compris entre le double et le triple d'une location traditionnelle, et jusqu'à 800€ la nuit sur les Champs Elysées lors d'événements comme la Fashion Week.

Mais lorsque la location en meublé de courte durée ne constitue pas la résidence principale, le processus est encore plus lourd : autorisation préalable et surtout nécessité de compensation*. Or, cette mesure contraignante semble avoir déplacé le problème. Plutôt que de devoir compenser, il est plus facile aujourd'hui de rechercher directement des locaux commerciaux (boutiques, bureaux) pour les transformer en meublés touristiques.

« Le cofondateur de Checkmyguest affirme que les rentabilités sont 2 à 4 fois supérieures à un achat résidentiel classique »

Quid de l'objectif initial de la Ville de Paris, de préservation de l'équilibre entre l'habitat et les activités économiques ? Certains propriétaires de boutiques se tournent vers ce segment en pleine expansion, lorsque leur local se retrouve vide parce que le petit commerçant de quartier n'arrive plus à payer son loyer. ■

« Les Parisiens concernés seront-ils séduits par la réduction par 4 de leur complément de revenus ? »

La compensation consiste à transformer des surfaces commerciales en logements, pour compenser la perte de surfaces d'habitation du local transformé. Le demandeur la propose sur son propre patrimoine ou sur le patrimoine d'un tiers qui lui cède cette possibilité à titre onéreux ou gratuit. Cette compensation a pour but la préservation de l'équilibre entre l'habitat et les activités économiques. Source : Ville de Paris

APRÈS LE PERMIS DE CONSTRUIRE, LE PERMIS DE LOUER ?

Certaines dérives de quelques marchands de sommeil ont conduit la municipalité de Melun à décréter dans le centre-ville le permis de louer obligatoire depuis le 1er janvier 2020 ! Cette mesure administrative, prévue par les décrets d'application de la loi ALUR, soumet la location à une autorisation préalable. Demande à étayer d'un dossier technique et d'une éventuelle visite du logement. Fort heureusement, tout refus devra être motivé et assorti d'un inventaire de travaux à réaliser le cas échéant.

Depuis 2018, plusieurs communes de la couronne parisienne, notamment en Seine-Saint-Denis, dans les Hauts-de-Seine ou dans les Yvelines, l'ont déjà instauré : Gennevilliers, Clichy, Mantes-la-Jolie, etc. À quand la généralisation du permis de louer ?

« Certaines dérives ont conduit Melun à décréter dans le centre-ville le permis de louer obligatoire »

LOI NOGAL : RASSURER OU EFFRAYER LE PROPRIÉTAIRE ?

L'interprétation du projet de loi Nogal, présenté en janvier 2020, ne semble pas convaincre tous les propriétaires et les professionnels. C'était pourtant le but : « louer en confiance ».

La première proposition vise à créer notamment une garantie contre les impayés de loyers par l'intermédiaire des professionnels de l'immobilier au travers d'une assurance collective. La Fnaim n'a pas tardé à réagir, annonçant la création d'un fichier recensant les locataires en retard de 3 mois de loyer, dès 2021, dans la foulée de l'entrée en vigueur de la loi. La crainte des professionnels ? Voir ses responsabilités accrues moyennant rémunération certes, mais sans visibilité sur l'explosion éventuelle de ses coûts d'assurance. En contrepartie, le propriétaire est invité à se limiter à demander un seul garant par locataire.

Le taux d'impayés en France serait globalement très faible (autour d'1-2%), la statistique moyenne ne garantissant pas néanmoins d'un mauvais payeur. C'est donc bien pour restaurer une relation de confiance que le législateur envisage ces mesures.

Mais côté propriétaires, la réaction ne s'est pas fait attendre non plus. La séquestration du dépôt de garantie pour éviter tout conflit à la sortie du logement, renforce *de facto* l'obligation de passer par un professionnel, ce qui signifie forcément un coût supplémentaire pour le propriétaire !

Une fois encore, le projet de loi Nogal essaie de vendre au propriétaire une volonté de rééquilibrage législatif certes pragmatique, mais qui au final ne trompe personne. Au fond, il vise davantage à mettre fin à certaines pratiques excessives de la part de propriétaires qui cherchent à se prémunir face à une réglementation française très protectrice envers le locataire. Ce qui, au passage, fait peser (encore) plus de contrainte financière sur le modèle. Rassurant, non ? ■

« Le taux d'impayés en France serait globalement très faible, autour d'1-2% »

NOUVEAUX MODES DE VIE : LE RETOUR DE LA COHABITATION ?

La vie en communauté est revenue à la mode. Paradoxalement, la tendance est à la décohabitation, parentale d'abord en raison du taux de divorce élevé en Île-de-France, familiale plus tard lorsque les jeunes entrent dans leur vie d'étudiant puis d'adulte.

C'est justement dans ces phases délicates de la vie, mais aussi côté professionnel, lorsqu'on lance son entreprise, que l'on cherche à se créer un nouveau cocon familial, cadre organisé et bienveillant de vie en communauté.

Le *coliving* et le *coworking*, très tendance, consistent à partager un espace de vie ou de travail, avec des services. Outre les services mutualisés, le vrai plus est la vie sociale (suggérée mais pas imposée !) structurée autour d'événements de la vie quotidienne : cuisine commune, loisirs, animations.

La communauté serait donc la solution à la solitude du jeune entrepreneur qui a créé sa start-up, celle du jeune salarié célibataire fraîchement embauché qui a le plus souvent vécu en colocation, celle du cadre en mobilité professionnelle loin de son domicile. La tendance est même d'assumer pleinement le « co » (de communauté) en concevant des programmes neufs où vous pourrez habiter en *coliving*, travailler dans le bâtiment d'à côté en *coworking* et faire du sport dans le club qui jouxtera le précédent. De quoi vivre un bon moment en communauté, presque sans sortir de chez soi…

L'utopie du vivre ensemble réactivée, sans les problèmes de transport ! ■

« Le *coliving* et le *coworking* consistent à partager un espace de vie ou de travail, avec des services »

Volume

Logements anciens[1] :
>1 million
de transactions
(+11% sur un an)

Investissement locatif[2] :
1/4
des transactions
(+25%)

Délai de vente moyen :
90 jours

Résidentiel : ventes en bloc
4,5 Mds€
de transactions
→ **×2** en 2 ans (attrait croissant des investisseurs institutionnels et manque d'offres sur le marché)

Prix[3]

Moyenne nationale
3 367 €/m²
(+4,7%)

Paris
10 403 €/m²
(+8% sur l'année)

Évolution sur 10 ans
+60%
pour Bordeaux, Lyon et Paris

Conditions de crédit[4]

Taux d'intérêt[5]
1,13%
(-32 points de base sur l'année)

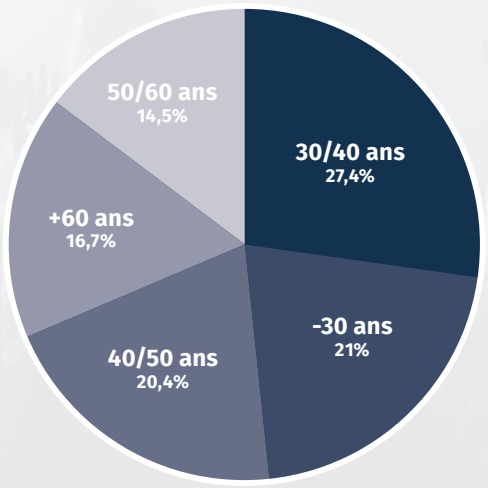
Durée d'emprunt
>19 ans
+1 an par rapport à 2017

Encours de crédit
1 100 Mds€
+11% sur l'année

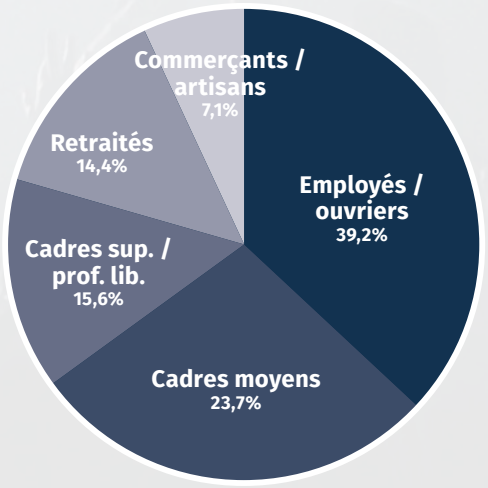
Apport personnel moyen
5%

Répartition des acquisitions

par tranche d'âge



par CSP



1. *Source : Notaires de Paris*
2. *Source : Century 21*
3. *Source : Baromètre LPI-SeLoger*
4. *Source : Observatoire Crédit Logement*
5. *Le taux d'intérêt moyen est calculé toutes durées confondues et hors assurance et coût des sûretés*

GROUPE
BABYLONE
Smart Real Estate

RÉTROSPECTIVE 2019

LE MARCHÉ DE L'INVESTISSEMENT

GROUPE BABYLONE

Smart Real Estate

Volume d'investissement en immobilier d'entreprise

France
38 Mds€
+19% sur un an

Île-de-France
27 Mds€

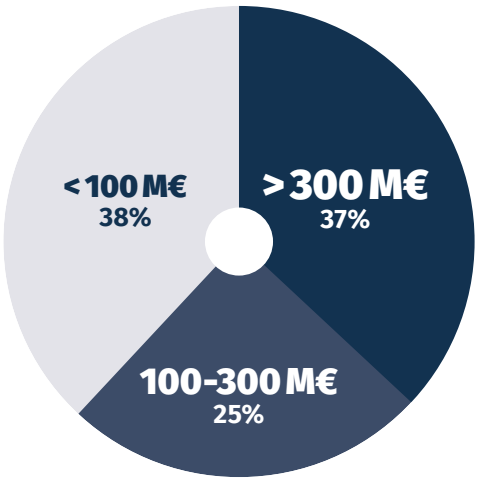
Bureaux	Commerces	Logistique
Volumes		
25,3 Mds€ +7% sur un an	6,2 Mds€ +37% sur un an	6,3 Mds€ +79% sur un an
Taux de rendement *prime*		
Paris QCA 2,8% Paris La Défense 4% Lyon 3,5%	Paris 2,5% Centres commerciaux 4% *Retail parks* 4,25%	Île-de-France 4,2%

2019 : florilège de méga-transactions !

>4 Mds€
Investisseurs sud-coréens

>1 Md€ ×2 transactions

Répartition du volume d'investissement



Focus #1

Les taux se resserrent pour les assureurs, l'immobilier à la rescousse

Dans le monde des investisseurs institutionnels, les sociétés d'assurance ont une stratégie de placement traditionnellement prudente, du fait de leur rôle primordial dans l'économie, à côté des banques. Elles collectent des cotisations d'assurance mais doivent verser des prestations à leurs assurés en cas de sinistre.

L'essentiel des encours gérés provient des contrats d'assurance-vie des ménages français, censés dégager du rendement, être liquides et donner lieu à versement de prime à l'échéance.

Chiffres clés de la collecte des Assureurs 2019*

Cotisations collectées
144,6 Mds€

Prestations versées
118,7 Mds€

Collecte nette sur cotisations
25,9 Mds€
(21,5 Mds€ en 2018)

Encours des contrats d'assurance-vie
1788 Mds€
+6% sur un an

Soit
90%
des placements des sociétés d'assurance

Les résultats de l'activité financière des assureurs français en 2018 posent bien la problématique** :

Les nouveaux investissements réalisés au cours de l'année n'ont pas suffi à compenser un dernier trimestre boursier en forte baisse :

› Performance des unités de compte négative
› Plus-values latentes en fort recul sur l'année, dû à un repli des plus-values latentes actions et obligataires
› En revanche, progression des plus-values latentes de la composante immobilière des portefeuilles progressent du fait d'un marché encore dynamique (+2 Mds€, à 26 Mds€).

« Les obligations souveraines bien notées sont passées en territoire nul, voire négatif en 2019 »

Une problématique majeure dans l'environnement financier actuel a changé la donne pour les compagnies d'assurance : les obligations souveraines bien notées (« AA » et plus) sont passées en territoire nul, voire négatif en 2019. Or, ces dernières représentent 31% des encours, dont 328 Mds€ de dette négociable de l'État français. L'autorité de tutelle, l'ACPR, a une nouvelle fois attiré l'attention des assureurs sur la diminution du rendement des actifs, avec à la clé la réflexion sur la fin du fonds en euros. Les compagnies d'assurance, en mal de rendement, cherchent à allouer leurs fonds dans d'autres typologies d'actifs. Les allocations se portent en partie vers le marché des actions (17% environ) bien que celui-ci présente peu de stabilité et un ratio risque/rentabilité peu satisfaisant. Cette catégorie demande en effet de mobiliser d'importants fonds propres prudentiels, en application de la réglementation plus contraignante de Solvalbilité II.

Les assureurs ont historiquement toujours acquis de l'immobilier, notamment durant le Second Empire, période où ils ont fortement contribué à l'urbanisation haussmannienne de Paris, voulue par Napoléon III. Depuis, ils conservent une poche de placement immobilier. Mais la crise immobilière des années 1990 et la financiarisation de l'économie mondiale ont conduit les assureurs à se réorienter vers les placements financiers. Pourtant, la rentabilité que la classe d'actif immobilière procure et la couverture qu'elle offre face à l'inflation la rend attractive ; en particulier pour les assureurs qui ont besoin de conserver la valeur des collectes passées – et futures – notamment dans le cas où l'évolution des prix surpasserait les taux d'intérêts. Pour ces derniers la gestion actif/passif est la suivante : les créances souveraines (dites sécurisées) permettent généralement de couvrir les engagements (ressources) et les autres allocations (les actions et l'immobilier) – dont la valorisation peut s'indexer sur l'évolution des prix – viennent dynamiser le rendement de l'actif (emplois).

C'est ce surplus de rendement, aujourd'hui indispensable, que viennent chercher les compagnies assurances dans leurs placements immobiliers. En 2018, la part des investissements immobiliers a progressé de 11% sur l'année, pour peser 147 Mds€ dans les encours, soit environ 6% des placements à fin 2018 →

*Fédération française de l'Assurance au 24/01/2020
**Rapport annuel Assurance 2018 (dernier publié)

(après 5,4% à fin 2017). Mais la part de l'allocation immobilière reste anecdotique dans l'allocation globale des assureurs français, et bien inférieure à la moyenne mondiale souvent supérieure à 10%. Selon Martin Hoesli, elle devrait même s'établir à 15-20%, comme c'est le cas en Suisse.

« L'investissement dans le résidentiel a diminué de 35% à 45% selon les compagnies, depuis une dizaine d'années »

Les prix de l'immobilier ont crû constamment sur les 20 dernières années – avec une faible volatilité – ce qui a permis aux compagnies de réaliser des plus-values et d'assurer un certain niveau de rendement aux souscripteurs de contrats d'assurance vie. Les allocations se sont majoritairement portées sur les actifs essentiellement *core* bureaux, avec quelques niches de diversification, dont l'immobilier de santé et la logistique. À l'inverse, l'investissement dans le résidentiel a diminué de 35% à 45% selon les compagnies depuis une dizaine d'années. Pourtant, cette classe d'actif est de nouveau convoitée, face à des taux de rendements devenus faibles en immobilier de bureaux.

Chez les assureurs, les directeurs immobiliers sont désormais regardés d'un autre œil, bien plus valorisant. Outre l'optimisation des plus-values à la revente des actifs, le travail d'*asset management* autorise également de la création de valeur « interne », c'est-à-dire au sein même du portefeuille historique existant, par exemple en restructurant totalement des immeubles bien placés.

Outre l'investissement immobilier en direct, la dette immobilière bénéficie depuis quelques années d'une place privilégiée dans la stratégie d'allocation des assureurs.

La réglementation Bâle III a en effet contraint les banques à alléger leur haut de bilan pour continuer à délivrer des crédits dans le respect des ratios de liquidités imposés. Les assureurs rachètent ainsi aux banques leurs créances titrisées adossées à des actifs immobiliers.

En effet, de nombreux assureurs ont saisi l'intérêt de cette classe d'actif dès la mise en œuvre de la loi Solvabilité II, laquelle a permis – contrairement à Solvabilité I – d'acquérir de la dette immobilière avec les provisions techniques. Les acquisitions portent toujours sur les tranches seniors (ou super-seniors) des *collateralised debt obligation* présentant une bonne notation. Les montants d'investissement minimaux sur ce type d'opérations sont très élevés, environ 600 millions d'euros par dette. Cette enveloppe représente généralement entre 35% et 65% du montant total de l'opération sur des durées allant de 3 ans à 6 ans, ce qui concorde ainsi à leur stratégie de gestion bilancielle.

En conclusion, les assureurs européens sont en ordre de marche afin de faire croître massivement leur allocation vers l'immobilier sous toutes ses formes, avec pour contrainte majeure le ratio de fonds propres de 25% toujours exigible au plan réglementaire. ■

Focus #2

Faut-il brûler le DCF* ?

En matière d'investissement, de financement ou d'évaluation, la méthode des DCF s'est imposée depuis plus de 20 ans comme l'alpha et l'oméga (à quelques nuances près) de l'approche financière.

*Discounted Cash Flow

À quoi attribuez-vous le recours systématique au *cashflow* dans toute valorisation, et ce depuis plus de 20 ans ?
La méthode DCF est indissociable de la financiarisation de l'immobilier des années 90. On a vu apparaître cette méthode dans les sociétés d'expertise en évaluation immobilière ainsi qu'auprès de l'ensemble des acteurs ayant besoin de déterminer la valeur de l'immobilier dans un contexte où le « big data » n'existait pas.

Cette méthode anglo-saxonne permit de définir des règles et de poser des hypothèses afin de crédibiliser le raisonnement des acteurs. Il pousse à se poser des questions sur toutes les variables liées à la détention, tant sur l'actif (l'état locatif, le cadre juridique, aspects techniques, environnementaux et les risques) que sur le contexte économique/le marché dans lequel s'inscrit l'immeuble (politique monétaire, niveau du cycle, état du marché immobilier, les perspectives, le risque).

Quelles ont été les classes d'actifs sur lesquelles le *cashflow* a été appliqué ?
Que les choses soient claires, le *cashflow* s'applique à de l'immobilier de placement en particulier pour le bureau, pour les centres commerciaux et jusqu'au logement social. Le DCF contamina au fil des années l'ensemble des professions immobilières.

Avons-nous assisté à des dérives de l'usage quasi systématique du *cashflow* ?
Oui, on a commencé à voir des dérives car cette généralisation a conduit à un formatage des approches. Il ne devenait plus utile de visiter l'immeuble et si les chiffres ne correspondaient pas aux attentes de l'investisseur, il suffisait d'ajuster une variable afin de faire dire au modèle ce qu'on souhaitait entendre. La plus grande aberration a été la suppression de la prime de risque en 2007 lorsque l'OAT était supérieure au taux *prime*.

Soulignons que les travaux de M. Baroni et M. Mokrane ont démontré il y a plus de 10 ans que parmi les trois méthodes utilisées (capitalisation, DCF et Monte-Carlo), la méthode DCF était la moins pertinente et qu'au contraire la méthode Monte-Carlo (préconisée par M. Baroni pour les portefeuilles) permettait, au-delà de déterminer la valeur selon diverses variables, d'identifier la durée maximale de détention d'actif. À quel moment tire-t-on un maximum de profit d'un portefeuille donnée ? A quel moment doit-on le vendre ?

À ce jour, la méthode DCF vous semble-t-elle suffisante ?
Cette méthode repose sur le taux d'actualisation qui est construit – entre autre – à partir de l'OAT. Ceci n'est plus pertinent dans le contexte économique actuel. Le DCF réagit plutôt mal aux périodes de crise, de soubresauts et d'aléas, et fonctionne mieux quand les éléments sont favorables : mer calme et ciel bleu. Il éprouve des difficultés à intégrer une série d'éléments qui font de plus en plus résonance dans les politiques publiques et relayées dans l'opinion publique : emprunte carbone, durabilité, engagement sociétal…

Le DCF reste en revanche vertueux dans l'approche dynamique de la valeur, par opposition à une démarche statique incarnée par la méthode rudimentaire de comparaison directe.

Finalement, comment fait-on pour évaluer le risque immobilier ?
Le risque immobilier intervient quand les fondamentaux sont en danger : déséquilibre entre l'offre et la demande. L'asymétrie de l'une par rapport à l'autre crée une tension avec des sous-jacents qui ne sont pas immobiliers.

Exemple du commerce : les nouveaux modes de consommation, l'infidélité des consommateurs, les fléaux sanitaires, les enjeux écologiques sont des puissants variateurs de la valeur. De la même façon pour l'hôtellerie et le tourisme pour lesquels le Covid-19 aurait fait exploser beaucoup de *cashflow*. Le risque s'évalue par des crash-tests, des scénarios comportant des aléas, que les acteurs doivent identifier et appréhender.

> « Les écoles immobilières doivent assortir les méthodes enseignées d'un appareil critique »

Quoi que l'on dise ou que l'on fasse, l'évaluation n'est pas une science exacte, c'est une discipline empirique. Les écoles immobilières doivent assortir les méthodes enseignées d'un appareil critique, et nécessairement évoluer. Estimer le risque immobilier par une notion de spread représentant l'écart entre le taux de rendement immobilier et l'OAT n'est plus pertinent dans le contexte économique actuel. Avec un OAT tronqué par le *quantitative easing* mené par la BCE depuis 2015.

Yann Tampereau, chef économiste de la CDC, a démontré au travers d'un modèle global que le taux naturel de l'OAT en 2019 (hors QE) se situerait aux alentours de 1,5% et non 0% : le *spread* immobilier sur les actifs *prime* serait faussé de 150 PDB.

En conclusion, il est essentiel que les professionnels remettent en cause certaines méthodes employées historiquement qui ne fonctionnent plus dans le contexte actuel et ne prennent pas en comptent les enjeux de notre époque. ■

Focus #3

Diversification : lumière sur deux classes d'actifs phares en 2019

RENDEMENT FAIBLE SÉCURISÉ + PLUS-VALUES LATENTES = LOGEMENT !

Si le rendement locatif en résidentiel est faible par rapport aux autres classes d'actifs, en revanche les hausses de rendement en capital sont bien là !

Les zones tendues des grandes agglomérations françaises forment des marchés résidentiels robustes qui s'appuient sur des fondamentaux solides : la métropolisation qui génère une demande résidentielle forte attestée par la projection d'évolution démographique positive.

Dans un contexte de taux de rendement immobiliers désormais faibles en immobilier tertiaire (de l'ordre de 2,80% actuellement), la perception des investisseurs a notablement évolué, après une longue période de désinvestissement. Tout le monde a besoin de se loger ! La sécurité de placement qu'offre le marché immobilier résidentiel se démarque, avec des loyers légèrement haussiers, peu volatils et enregistrant un excellent taux d'occupation.

Les nouvelles technologies, *via* les applications locatives digitales, changent la donne : les frais de gestion résidentiels, jusqu'ici bien plus élevés que les autres classes d'actifs, sont désormais accessibles. La condition est néanmoins d'atteindre rapidement la taille critique de portefeuille résidentiel pour s'assurer d'un effet d'échelle.

C'est pourquoi les investisseurs institutionnels reviennent massivement vers le résidentiel

Les ventes d'immeubles en bloc ont représenté un total de 4,5 Mds€ en 2019. Ce volume a quasiment doublé en 2 ans et marque un vrai retour en force, alors que les montants avoisinaient seulement le milliard sur la période 2011-2015.

La problématique des investisseurs sur le marché, réside dans une offre très limitée. Tous types d'acteurs (*family offices*, institutionnels, profils *value add*) étudient les dossiers avec un phénomène de surenchère en particulier à Paris. La rareté des portefeuilles, cibles des institutionnels, réduit les opportunités de reconstitution rapide d'un patrimoine significatif.

Depuis quelques années, aucune décote liée à l'achat en portefeuille n'est appliquée. La demande forte conduit même à une surcote pour la raison évoquée plus haut, souvent nécessaire pour remporter le deuxième tour de l'appel d'offre. Nous constatons même une compression entre valeur résidentielle en bloc et valeur à la découpe, du fait d'une anticipation de poursuite de la hausse du marché dans les années à venir de la part des investisseurs. ■

« La rareté des portefeuilles réduit les opportunités de reconstitution rapide d'un patrimoine significatif »

LA LOGISTIQUE : DOPÉE À L'E-COMMERCE !

SECTEUR LOGISTIQUE* :

200 Mds€
de chiffre d'affaires global
+34% en 5 ans

LOGISTIQUE DE L'E-COMMERCE* :

>500 millions
de colis livrés par an
25% en 2019
du total des livraisons
(8% en 2012)

Pour la première fois, la classe d'actif logistique est en train de prendre le pas sur l'investissement en commerces physiques.
Après les bureaux, les commerces sont toujours les actifs les plus représentés dans les patrimoines immobiliers des institutionnels. En revanche, pour les nouveaux investissements, la stratégie d'allocation se déporte nettement vers l'immobilier logistique si l'on analyse la part respective de ces deux classes d'actifs sur une période de 5 ans.

PART DE L'INVESTISSEMENT :

DANS LE COMMERCE
30% (2014) → **16%** (2019)

DANS LA LOGISTIQUE
5% (2014) → **17%*** (2019)

De même, l'évolution de la courbe des taux de rendement immobilier est un indicateur de la perception du risque évalué par les investisseurs sur une classe d'actif immobilier. Dans la hiérarchie des taux de rendement immobiliers, l'immobilier logistique a toujours eu des taux élevés. Cela découle notamment l'obsolescence plus rapide de ses composantes techniques, avec à la clé un risque locatif souvent plus important sur un secteur économique hyper concurrentiel.

Dans cette comparaison immobilier de *commerce vs logistique*, on constate que la compression de taux de rendement *prime* sur les centres commerciaux est faible sur 5 ans (-50 points de base) alors qu'il s'agissait d'une classe d'actif phare en 2014. Au contraire, le taux de rendement *prime* de l'immobilier logistique a fondu de 280 points de base sur la période. Alors qu'il s'établissait à 7% en 2014, pour la première fois en 2019, le rendement *prime* logistique est désormais quasiment au même niveau que celui d'un centre commercial *prime*. →

*Source : France logistique 2025

Focus #3

Diversification : lumière sur deux classes d'actifs phares en 2019

Si les investisseurs institutionnels se réorientent, c'est que l'inversion de tendance se traduit nettement dans l'évolution des performances mesurée par MSCI France sur les différents types d'immobiliers détenus dans les portefeuilles institutionnels qui servent de *benchmark*.

La logistique enregistrerait la performance la plus élevée en 2019, de 8,9% au 1er semestre 2019 (vs une performance moyenne de 4,1% toutes classes d'actifs immobilières confondues), avec une projection de 16,5% sur un an glissant. À l'opposé, le commerce afficherait la performance la plus faible de 1% au 1er semestre 2019, et de 2,5% sur un an glissant.

Pour chaque classe d'actif, la performance dans l'approche MSCI se décompose en deux mesures : le rendement locatif d'une part (évolution des loyers) et le rendement en capital d'autre part (estimation du taux de rendement à la revente).

Côté logistique, alors que les loyers de marché ne décollent pas depuis des décennies, l'essor de ce secteur, grâce à l'expansion de l'e-commerce notamment, permet aujourd'hui d'anticiper l'augmentation du loyer facial des entrepôts. Dans le dernier baromètre MSCI de l'investissement immobilier*, l'anticipation du loyer de marché facial *prime* en Île-de-France s'élève à 58,4€/m²/an pour 2020 contre 55€/m²/an en 2017, et s'établit autour de 51,1€/m²/an sur la dorsale nord-sud et de 49€/m²/an dans les autres grandes métropoles régionales.

TAUX DE RENDEMENT *PRIME*

COMMERCE - CENTRE COMMERCIAL

4,5% (2014) → **4,0%** (2019)

LOGISTIQUE

7,0% (2014) → **4,2%** (2019)

« L'essor de la logistique permet d'anticiper l'augmentation du loyer facial des entrepôts »

*26e édition, décembre 2019. Panel d'investisseurs du baromètre représentant plus de 100 Mds€ d'actifs en gestion

Créé en 2007 par Lior Roth et Yonatan Renaudie, acteur incontournable du conseil et totalement indépendant, Groupe Babylone intervient dans la commercialisation et la gestion de biens relevant de l'immobilier d'entreprise et résidentiel.

Véritable assemblier de valeurs, nous intervenons en mode projet grâce à une équipe pluridisciplinaire. Spécialisés dans le conseil en immobilier, nous couvrons l'ensemble des classes d'actifs autour de départements dédiés.

Grâce à la diversité des clients qui nous accordent leur confiance, *family offices*, investisseurs institutionnels, sociétés foncières, utilisateurs, collectivités, particuliers... nous possédons une vision panoramique des besoins et des stratégies immobilières.

GROUPE BABYLONE

Smart Real Estate

Nos départements

Bureaux
bureaux@groupebabylone.fr

Commerces
commerces@groupebabylone.fr

Capital Markets
capitalmarkets@groupebabylone.fr

Gestion
gestion@groupebabylone.fr

Résidentiel
residentiel@groupebabylone.fr

Service Études, Recherches et Prospectives
etudes@groupebabylone.fr

Marketing & Communication
communication@groupebabylone.fr

01 45 05 50 50
20 rue Treilhard 75008 Paris