

Le web dans l'immobilier ? C'est concret !

Le 2 juin, se tenait dans les salons du Fouquet's le petit déjeuner annuel d'Akeance Consulting sur le thème « Le Web dans l'immobilier ? C'est concret ». De la même manière que Airbnb est un hôtel qui ne possède pas de chambres et que Uber est un service de taxi qui ne possède pas de voiture, WeWork est une foncière qui ne possède pas les murs. Doit-on voir dans les évolutions du secteur un effet de mode ? Pourquoi l'immobilier de bureaux est-il en train de changer ? Comment se traduisent ces changements ?

> **Effet de mode ou profond bouleversement de l'immobilier de bureaux ?**
Le point de vue des responsables du pôle immobilier d'Akeance Consulting.



Jérémie Fichaux
Associé

Adrien Rospabé
Directeur

J.F. Le Web n'est plus très nouveau. En revanche, il a fallu du temps pour que les évolutions technologiques (qui sont portées d'une manière ou d'une autre par le Web) transforment finalement l'immobilier. La technologie a engendré des transformations sociologiques. Elle a imposé aux entreprises d'aller plus vite et de travailler différemment. Il était finalement naturel que tôt ou tard l'immobilier d'entreprise lui-même subisse les conséquences de ces changements.

A.R. Effectivement, l'arrivée de la génération Y dans le monde de l'entreprise et son accession à des postes à responsabilité ont accéléré la nécessité pour l'immobilier de se transformer. Ce constat est très visible lorsque l'on regarde le monde des start-ups et des entreprises de nouvelles technologies.

J.F. Oui, très logiquement, ce sont les entreprises de nouvelles technologies qui constituent la première vitrine de

l'immobilier de demain. Flex office, coworking, digital workplace, tiers-lieux tout cela n'a rien d'innovant. L'immobilier se transforme pour tenir compte d'une réalité qui s'est imposée petit à petit. La seule innovation, c'est le Web et son arrivée date, pour la France, du milieu des années 90. Il faut voir dans tous ces concepts un simple rattrapage de l'immobilier face à une réalité sociologique et économique.

A.R. La génération Y et la génération Z représentent aujourd'hui 40% de la population active. Quel que soit leur cœur de métier, tôt ou tard, les entreprises devront offrir une réponse en termes d'immobilier aux attentes de ces salariés, de ces dirigeants et de ces entrepreneurs. Une certitude où vont se confronter à la fois l'évolution sociologique, la révolution digitale et les nouvelles constructions de « smart buildings ».



Comment s'expliquent les transformations que l'immobilier d'entreprise est en train de vivre ?

Le développement des nouvelles technologies Web entraîne des évolutions sociologiques qui impactent fortement les entreprises et dont les conséquences sont aujourd'hui visibles sur l'immobilier.

› Des évolutions technologiques qui accélèrent le temps.

Au milieu des années 90, le Web a fait son apparition en France. La circulation de l'information s'est alors considérablement accélérée au rythme des mails et du développement des contenus Web. Le E-commerce s'est ensuite développé suivi des réseaux sociaux. Mais cette histoire que l'on connaît s'est accélérée plus récemment avec la généralisation du smartphone : les individus sont connectés partout et tout le temps. La rapidité devient une exigence ; l'information se diffuse encore plus vite. Les usages et les services se développent pour tirer profit des nouvelles opportunités liées à cet accès mobile.

› Des évolutions sociologiques structurantes pour le monde de l'entreprise.

Les technologies ont bouleversé notre quotidien et nos habitudes. Elles nous ont habitués à l'instantané : solution rapide, H24, où que l'on soit. C'est l'ère de la « gratification instantanée ». Pour les salariés cela se traduit par des exigences d'agilité et d'allègement des procédures. Les technologies favorisent les relations directes (mails, réseaux sociaux) ce qui contribue à une évolution des modes de management : moins de paternalisme, plus de collaboratif et une certaine horizontalisation du management.

A ces phénomènes que l'on peut rattacher en tout ou partie aux évolutions technologiques, il faut ajouter au moins une

autre caractéristique, à savoir la volonté de construire le meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Les salariés franciliens passent 1h30 dans les transports tous les jours. C'est une réalité qui tend à augmenter et qui s'accommode mal avec cette exigence d'équilibre.

› De nouvelles perspectives pour les entreprises... et les directeurs immobiliers.

Les développements technologiques et leur appropriation par les individus constituent de formidables opportunités pour les entreprises. Nouveaux produits et services, nouveaux « business models » : l'échange (blablacar, leboncoin,...), l'illimité (deezer, téléphonie et accès internet,...), le gratuit (facebook, google,...), le freemium (dropbox, linkedin,...), de la possession à l'usage (Velib, Michelin Fleet solutions,...), ...

D'un point de vue strictement immobilier, les perspectives résultant de ces évolutions technologiques et sociologiques concernent la rationalisation des surfaces et la rationalisation des coûts en repensant le besoin et la conception des espaces de travail.

› Un double impact sur l'immobilier d'entreprise.

Le développement des technologies impacte doublement l'immobilier d'entreprise :

- Une évolution de la demande portée notamment par les entreprises du secteur du numérique qui représente 25% de la croissance française. Ce développement impacte à la fois les surfaces et les localisations recherchées car les entreprises de ce secteur se démarquent de leurs aînées.
- Une évolution des immeubles eux-mêmes qui doivent s'adapter à l'évolution des modes de travail et à l'évolution des attentes des utilisateurs.

› Intervenant

Sophie Desmazières Présidente de BureauxLocaux.com



« Les espaces de travail évoluent. Ils deviennent flexibles (flex office), collaboratifs (coworking, espaces de convivialité plus nombreux), connectés (digital workplace) et multiples (tiers-lieux, télétravail). Mais ils deviennent surtout plus qualitatifs : on y est moins

mais on y est bien.

La recherche de locaux évolue également considérablement. En 2009, 30% des entreprises commençaient leurs recherches sur le Web. Aujourd'hui, la totalité des entreprises commence leurs recherches sur le Web. BureauxLocaux facilite la recherche des entreprises en proposant des services de recherche géolocalisée et offre une première information sur le prix. Il ne s'agit pas de concurrencer les conseils mais au contraire de les aider à capter les entreprises en recherche d'espace. »

Comment l'offre immobilière doit-elle évoluer pour répondre à ces enjeux ?

73% des travailleurs sédentaires aimeraient télétravailler. 70% des salariés travaillent régulièrement en dehors de leur bureau. C'est ce constat qui a conduit Nexity à développer une offre dédiée aux télétravailleurs pour les grands comptes au travers de Blue Office. Le principe est de proposer des espaces qualitatifs à proximité du domicile des salariés pour que les entreprises offrent à leurs salariés 1 à 2 jours par semaine un

espace et des services sans les contraintes de déplacement.

Pour les grandes entreprises, l'enjeu des tiers-lieux est également interne. Avec 650 000 m² de bureaux en Ile-de-France, le groupe BNP Paribas dispose d'un gisement important pour offrir à ses salariés des espaces de travail à proximité de leurs domiciles. Mais il ne faut pas s'y tromper, il s'agit avant tout d'un projet d'entreprise plus qu'un projet d'aménage-

ment des bureaux. Cela requiert une dématérialisation des documents et des processus ainsi qu'une forte appropriation par le management. Comme le relève Sophie Poilleux, DGA de BPD Marignan, « l'humain conditionne la réussite d'une telle démarche ». Il ne faut toutefois pas oublier une réalité. Pour François-Xavier Louis, Group Managing Director, Real Estate, Productivity & Sourcing de GE Capital International et President GE

Corporate Finance Commandite SAS, « la raison d'être de l'immobilier d'entreprise est le postulat que réunir des équipes sur un même espace va permettre de créer de la valeur. C'est pour cette raison que les entreprises paient si cher. D'ailleurs, les

entreprises qui aujourd'hui sont les plus performantes sont plutôt celles qui s'appuient sur un leadership fort. Et j'ajouterais que, dans la Silicon Valley, le télétravail n'est pas plébiscité, au contraire. »

Intervenant

Amélie Laroche-Truong

Directrice Générale de Nexity Blue Office



Intervenant

Michel Grossi Responsable Patrimoine Immobilier de BNP Paribas



BNP Paribas mène une première expérience de flex office et de télétravail qui concerne 900 collaborateurs représentant différents métiers. Cette démarche a été initiée par un recensement de la présence effective sur une période d'un mois qui a fait apparaître une occupation effective de

52%. Ce chiffre illustre l'importance d'une telle démarche pour l'optimisation des coûts immobiliers ! Le ratio cible qui a été défini est de 0,8 postes de travail par ETP. L'enquête de satisfaction menée auprès des salariés qui ont bénéficié de cette première expérience montre un fort enthousiasme des salariés.



Quels sont les freins à ces évolutions ?

On pourrait penser que le développement d'un site comme BureauxLocaux.com fait courir un risque au métier de broker : la prochaine étape ne pourrait-elle pas être de mettre en relation directement bailleurs et entreprises ? Mais pour nos intervenants, ce risque n'est pas d'actualité. Les directeurs immobiliers ont besoin des conseils d'un broker. L'exemple du succès de l'américain Costar montre bien que la mise à disposition d'informations sur le marché immobilier sert en premier lieu les brokers. En revanche, pour accompagner les utilisateurs dans leurs transformations, le mode de rémunération des brokers semble inadapté. La loi Hoguet impose que, tant que la transaction n'est pas conclue, le broker ne peut prétendre à une rémunération. Comment, dans ces conditions, se prévaloir d'un rôle de conseil pourtant éminemment nécessaire dans ce contexte de transformation ? Pour Michel Grossi, la solution est évidente : « il faut sortir l'immobilier tertiaire de la Loi Hoguet ».

Un second frein est le bail 3/6/9. Pour Sophie Desmazières, les jeunes ont une véritable « allergie au 3/6/9 ». Les tiers-lieux apportent une partie de la solution : au début de la vie d'une entreprise, ils apportent de la flexibilité mais tôt ou tard

les start-ups ont besoin de la stabilité offerte par le 3/6/9. Toutefois, beaucoup s'accordent à dire que le contexte législatif actuel n'offre pas le meilleur compromis entre flexibilité et pérennité.

Le dernier obstacle est le modèle économique. Le bail flexible est peu satisfaisant pour l'investisseur et le banquier dès lors que les loyers du bail doivent pouvoir sécuriser l'investissement consenti. C'est la raison d'être de Blue Office ou de WeWork qui sont capables d'assumer une durée de bail longue et de créer de la valeur en commercialisant des espaces de travail en toute flexibilité. Le modèle économique est également une difficulté pour le développement et le redéveloppement des immeubles : l'utilisateur a plus que jamais besoin d'un espace de travail adapté à ses usages et à ses modes de fonctionnement mais l'investisseur doit pouvoir commercialiser et recommercialiser les surfaces dans lesquelles il investit. Pour Sophie Poilleux, DGA de BPD Marignan, « il n'est pas toujours évident de maîtriser l'écart entre le besoin de l'investisseur et les attentes de l'utilisateur ». L'enjeu de réversibilité est de taille si l'on considère l'importance du parc immobilier qui souffre d'un risque d'obsolescence d'usage.



BlueOffice propose un réseau de 13 500 m² de bureaux (bureaux partagés, individuels, salles de réunion,...) en région parisienne ainsi qu'un ensemble de services au bénéfice des utilisateurs de ces espaces. Cette offre est née de la volonté de servir les grands comptes qui souhaitent mettre à disposition de leurs salariés en télétravail des espaces adaptés à proximité de leur domicile. Le choix de se positionner sur ce marché repose sur une conviction forte que l'offre doit exister pour permettre à la demande de se développer (« blue ocean strategy »). L'ambition est élevée dès lors que le modèle pourra fonctionner quand le maillage territorial sera suffisamment fin pour que les collaborateurs puissent se rendre dans les BlueOffice en utilisant un minimum de moyens de transport !



> Nous remercions les participants au
 Petit déjeuner d'AKEANCE
 Consulting
 du 2 juin 2016 !



Conseil en Stratégie • Organisation • Management

FRANCE - 11 bis, rue Portalis - 75008 Paris - Tél : +33 (0)1 42 94 08 90
 BELGIQUE - Avenue Louise, 32 - 1050 Bruxelles - Tél : +32 (0)2 503 62 00
 LUXEMBOURG - 33, avenue de la Liberté - L-1931 Luxembourg - Tél : +352 2 648 1167
 SUISSE - Grand-Rue, 25 - 1204 Genève - Tél : +41 79 716 76 67
 Email : contact@akeance.com - site internet : www.akeance.com