

THE GOOD WORLD
THE GOOD PROBLEM – ECO

Immobilier



Le boom du marché résidentiel

Longtemps ils se sont pincé le nez face aux problématiques du logement résidentiel. Mais la crise qui dure a réellement changé la donne. Désormais, les grands promoteurs immobiliers se frottent les mains face à cette manne jusqu'alors insoupçonnée. Il faut reconstruire la ville sur la ville, et la penser au travers du triptyque habitat, énergie et déplacements.

Par Chloé Consigny

Le résidentiel pourrait bien devenir le nouvel actif de choix des investisseurs, comme en atteste le thème choisi cette année par les organisateurs du salon international des professionnels de l'immobilier (Mipim), l'un des plus importants du secteur. Dans le monde d'avant-crise, le résidentiel était bien souvent délaissé par les poids lourds de l'investissement qui préféraient, et de loin, se placer sur des actifs jugés moins risqués et aux rendements plus attrayants. Mais c'était sans compter sur la récession post-2008, au cours de laquelle bon nombre de fonds d'investissement ont vu leurs immeubles de bureaux se vider; les privant d'une rentabilité jusqu'alors imaginée comme assurée. Les spécialistes des centres commerciaux ont eux aussi dû essuyer de lourds revers, notamment dans les pays où les loyers sont indexés sur le chiffre d'affaires des locataires. Une douche froide qui a incité de nombreux acteurs du secteur à diversifier leurs activités en se plaçant notamment sur le résidentiel, avec, en toile de fond, une réflexion simple et logique : la croissance démographique soutenue induira toujours de nouveaux besoins en logements. Dans le même temps, l'accroissement de l'immobilier tertiaire reste fonction de facteurs encore incertains, tels que la croissance économique, mais aussi les nouveaux usages,



et notamment celui du travail à domicile. Selon les prévisions du rapport des Nations unies intitulé World Urbanization Prospects, la Terre comptera, en 2050, 9,7 milliards d'êtres humains, dont 66 % habiteront en zone urbaine. Encore faut-il les loger...

Nouveaux relais de croissance

L'injonction à penser la ville dans sa globalité, notamment *via* la mobilité et l'énergie, induit pour les constructeurs de nouvelles perspectives déjà largement exploitées par

« Penser la ville en réseaux nécessite de limiter l'étalement urbain et donc de densifier le bâti existant. »

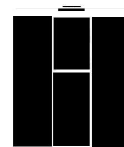
les spécialistes des réseaux, comme Véolia et Bouygues. Par ailleurs, le développement durable aidant, la densification est aujourd'hui une véritable tendance de fond : « Penser la ville en réseaux nécessite de limiter l'étalement urbain et donc de densifier le bâti existant », explique Ingrid Nappi-Choulet, professeur-chercheur à l'Essec. Dans ce contexte, les pays émergents, qui combinent croissances économique et démographique,

1. ET 2. LE PROJET 432 PARK AVENUE, À NEW YORK : UN GRATTE-CIEL DE 425 MÈTRES ET LA PLUS HAUTE TOUR RÉSIDENTIELLE DE L'HÉMISPHERE NORD. LES PRIX DE VENTE DE CES FUTURS APPARTEMENTS PREMIUM ATTEIGNENT EUX AUSSI DES SOMMETS. POUR LES FUTURS PROPRIÉTAIRES, C'EST LA PROMESSE D'UNE VUE SANS ÉGALE.
3. MÊME STRATÉGIE PREMIUM À VANCOUVER, OÙ LE PROGRAMME BIG A REÇU LE TITRE DE PROJET ARCHITECTURAL DE L'ANNÉE 2015. CETTE TOUR TWISTÉE MIXE ESPACES COMMERCIAUX, BUREAUX ET LOGEMENTS.

sont identifiés comme de nouveaux relais de croissance par les professionnels du secteur; à l'instar de pays comme l'Inde ou le Brésil. A Bogota, le promoteur immobilier barcelonais BD Promotors a lancé le programme BD Bacatá, une tour de 240 mètres qui deviendra la deuxième plus haute tour d'Amérique du Sud. Le projet, situé en centre-ville, comblera des usages mixtes (bureaux, logements, centre commercial et hôtel). En Amérique du Nord, les promoteurs parviennent à séduire des investisseurs en quête de rentabilité avec des projets architecturaux hors normes et au positionnement premium, livrant des logements à destination des populations les plus aisées. A New York, c'est le 432 Park Avenue qui occupe tous les esprits. Lorsqu'il sera achevé, ce gratte-ciel de 425 mètres deviendra la plus haute tour résidentielle de l'hémisphère Nord. Pour les futurs propriétaires, ce projet est la promesse d'une vue sans égale, embrassant toute la ville de l'Hudson à l'East River; du Bronx à Brooklyn et de Central Park à l'océan. Un programme développé par CIM Group et Macklowe Properties, et imaginé par l'architecte Rafael Viñoly, dont le montant total de la construction devrait s'établir aux alentours de 1,3 milliard de dollars. Pour l'heure, les premiers logements sont déjà en vente, à des niveaux de prix atteignant eux aussi des sommets : 17 millions de dollars pour 300 mètres carrés et 87 millions de dollars pour un penthouse en étage élevé de 750 mètres carrés. Le tout, charges et taxes non comprises, pouvant atteindre plus de 20 000 dollars par mois.

Le choix de l'implantation

Même stratégie premium au Canada, dans la ville de Vancouver; où le programme BIG a récemment reçu le titre de Projet architectural de l'année 2015, décerné par le World Architectural Festival. Le concept : une tour « twistée » qui s'affranchit par la hauteur des règles



d'urbanisme de la ville, c'est-à-dire étroite à sa base et plus large en étages. Le projet mixte également espaces commerciaux, bureaux et logements. A présent, les promoteurs doivent redoubler d'ingéniosité pour proposer des logements innovants qui séduisent à la fois les habitants et les investisseurs : « L'innovation et la création sont aujourd'hui considérées comme deux postulats de base par les investisseurs. Pour sortir du lot, un promoteur doit proposer des concepts forts, la créativité devant porter sur chaque détail du projet. La démarche doit être holistique, allant au-delà des attentes du donneur d'ordres », explique Gizel Daher Maalouf, senior manager marketing et communications chez Cayan Group, un promoteur qui opère dans la région du Golfe. Pour autant, un positionnement premium n'évite pas toujours des taux de vacance élevés. D'où l'importance du choix d'implantation et de la conformité du programme avec les attentes des utilisateurs finaux. « La rentabilité d'un projet dépend de nombreux facteurs », explique Gizel Daher Maalouf. Parmi eux, le choix de la cible à laquelle s'adresse un programme est déterminant. La rentabilité est aussi fonction des besoins des consommateurs et du marché au sein duquel les projets sont développés. Par exemple, à Riyad, la rentabilité des actifs résidentiels est plus importante que celle des actifs tertiaires, la demande concernant les logements étant très forte. » Voilà un discours qui serait passé pour totalement iconoclaste il n'y a pas dix ans ! ■



PHOTOS : DR



3 questions à Julien Sausset

Directeur du Mipim 2016.

The Good Life : Pour cette édition, le thème du Mipim sera « Housing the World ». Pourquoi avoir choisi la problématique du logement ?

Julien Sausset : Le choix de cette thématique fait suite à une longue réflexion menée d'abord en interne, puis au contact de nos clients, exposants et visiteurs. Il nous est vite apparu que la problématique « Housing the World » englobait à elle seule de nombreux enjeux très actuels, comme le changement climatique, la démographie ou encore l'innovation. Finalement, ce thème rassemble l'ensemble des acteurs présents au Mipim, c'est-à-dire les villes et les collectivités, les promoteurs, mais également les investisseurs et leurs conseils, qu'ils soient architectes, courtiers, consultants ou avocats. Nous avons ainsi imaginé trois angles pour aborder le thème du logement : les logements du futur, la réponse architecturale à la croissance démographique et le résidentiel comme nouvelle classe d'actifs. Sur ce dernier point, nous constatons que la structuration de l'immobilier résidentiel en tant que nouvelle classe d'actifs est une véritable tendance de fond. Ainsi, dans une stratégie de diversification, de plus en plus d'investisseurs s'intéressent à cette typologie, ce qui n'était pas forcément le cas il y a encore quelques années. Par ailleurs, il ne faut pas oublier que le résidentiel n'est jamais très éloigné des autres secteurs. Ce phénomène va en grandissant, étant donné la tendance forte à la réalisation d'espaces mixtes rassemblant bureaux, commerces et logements.

TGL : Pour les promoteurs et les investisseurs, le logement est souvent perçu comme une activité moins prestigieuse que l'immobilier commercial. Ce postulat est-il en passe de s'inverser ?

J. S. : Il est vrai que le résidentiel est souvent vu comme le parent pauvre de l'immobilier, notamment par les investisseurs. Néanmoins, le résidentiel a toujours été présent au Mipim. Il faut bien avoir à l'esprit qu'il est toujours plus facile de se placer du côté du constructeur que du côté du propriétaire, notamment du fait

de la législation. En raison de son rendement moindre, l'investissement dans le résidentiel est souvent délaissé au profit d'autres actifs, comme les bureaux ou les commerces. Cependant, nous constatons que de plus en plus d'investisseurs se tournent vers le résidentiel, comme en témoigne l'engouement pour les résidences étudiantes. Nous sommes aujourd'hui aux balbutiements d'un nouveau regain d'intérêt. Aussi, lors de l'événement, les conférences et tables rondes permettront de poser la question des opportunités d'investissement sur cette typologie d'actifs.

TGL : Durant le salon, le thème de l'année est soutenu par un cycle de 100 conférences. Est-ce là le signe d'une demande forte de la part des professionnels en termes d'information ?

J. S. : Sans contester, oui ! Il faut bien avoir à l'esprit que l'investissement immobilier en Europe a atteint son plus haut en 2008. Avec la crise, beaucoup d'acteurs ont été éradiqués du marché, à l'instar de promoteurs, mais également de fonds d'investissements qui s'étaient placés sur des projets peu viables. La fréquentation du Mipim a alors baissé. Nous assistons à présent à une rematérialisation du secteur, autour de fondamentaux plus solides. Au sein de Reed Midem [organisateur français de marchés professionnels, NDLR], nous avons réalisé, dès 2009, un important effort de proposition de contenus à destination des professionnels qui visitent le salon. Bien sûr, le Mipim demeure un lieu de réseautage, mais c'est aussi l'occasion de s'informer entre pairs. Comme tous les autres secteurs, l'immobilier est confronté à l'émergence de modèles disruptifs, tels que la création de plates-formes de financement participatif ou encore l'utilisation des big data. Ainsi, à l'heure actuelle, un consultant peut être confronté à la concurrence de nouveaux entrants spécialistes du numérique. D'où l'importance de ces conférences qui donnent à réfléchir aux problématiques du logement de demain. Nous avons imaginé des conférences variées sur la planification urbaine, les innovations dans les logements ou encore les smart cities. Par ailleurs, nous avons mis en place une compétition de start-up qui viendront présenter leurs innovations. Autant d'événements qui permettront aux visiteurs de se tenir au plus proche de la ville de demain ! ■