

Le marché des bureaux partagés a repris de la vigueur

- Le coworking s'est offert une croissance de 20 % l'an dernier en France.
- Des opérations de rapprochement ont eu lieu.

IMMOBILIER

Elsa Dicharry
@dicharry_e

Le bâtiment, fraîchement rénové, a ouvert ses portes il y a quelques semaines au 37 avenue Trudaine, dans le 9^e arrondissement de Paris. Il offre plus de 7.300 m² de postes de travail, d'espaces de réunion, ainsi qu'une grande cafétéria dans un atrium baigné de lumière situé sous une coupole en verre. Il s'agit de la 20^e implantation dans la capitale française de WeWork, le champion américain du coworking, qui y a planté son premier drapeau en 2017. Tout un symbole.

Si, avec les confinements liés à la crise sanitaire, l'avenir de ces bureaux partagés avec services s'est sérieusement posé, les spécialistes du coworking ont aujourd'hui le sourire. Sur la France entière, leur marché a connu en 2022 une croissance de 20 % de son activité, selon le conseil en immobilier d'entreprise Cushman & Wakefield. Celle-ci a même atteint 27 % pour les quatre plus gros acteurs du marché en taille de parc – IWG, WeWork, Morning et Wojo. Désormais, le spécialiste estime à environ 3.500 le nombre d'espaces de coworking dans l'Hexagone, représentant une surface cumulée supérieure à 1 million de mètres carrés.

91 % d'occupation

Le taux d'occupation a été de 91 % en 2022 sur l'ensemble du territoire – à comparer à 84,5 % en 2021, 62 % en mars 2020 au plus fort de la crise sanitaire, et 88,6 % en janvier 2020. « Et les grands acteurs ont tous indiqué qu'ils voulaient continuer à se développer en 2023. C'est qu'a priori ils ont sorti la tête de l'eau », estime Barbara Koreniouguine, présidente de Cushman & Wakefield France. L'avantage de cette formule pour les entreprises en quête de flexibilité est que l'engagement en termes de durée est beaucoup moins long que dans le cadre d'un bail classique, en général de 3, 6 ou 9 ans. Et qu'outre la mise à disposition des locaux, tout est pris en charge, de l'aménagement des espaces de travail à l'installation des équipements informatiques en passant par le ménage. Aujourd'hui, cette offre clés en main – malgré son

coût – séduit aussi bien les start-up que les grandes entreprises. « Les normes comptables rendent aussi plus lourdes les prises à bail traditionnelles, qui ont un impact direct sur le bilan des entreprises. Et confier ses espaces de travail à un spécialiste du coworking permet de lui laisser gérer à votre place l'application du décret tertiaire », cette réglementation très technique visant à améliorer la performance énergétique des parcs immobiliers de bureaux notamment, souligne Christophe Burckart, directeur général d'IWG pour la France, un groupe fondé par un Britannique.

Nouveaux entrants

Autant d'arguments qui plaident, selon lui, pour un fort développement de l'activité dans les années à venir. Même si « le coworking n'a pas vocation à remplacer l'immobilier traditionnel ». Mais, d'après lui, il va croître et venir offrir des espaces complémentaires et de la flexibilité à de plus en plus d'entreprises.

Avec 60 prises à bail, pour un total de près de 94.000 mètres carrés, le coworking a notamment connu en 2022 un nouvel élan en Ile-de-France, selon Knight Frank. « On est loin de 2019, année record, néanmoins, les volumes ont doublé par rapport à 2020 », indique Guillaume Raquillet, directeur de l'agence bureaux.

Selon Cushman & Wakefield, les quatre plus grandes transactions de 2022 en région parisienne ont été signées par Morning, qui a pris 10.000 m² rue Lafitte à Paris et 7.500 m² avenue Charles-de-Gaulle à Neuilly, Patchwork – 7.800 m² square Montholon à Paris –, et l'américain Industrious, un nouvel arrivant sur ce marché pourtant déjà bien encombré. Industrious, qui avait racheté en mai le belge

« Les volumes en Ile-de-France ont doublé par rapport à 2020. »

GUILLAUME RAQUILLET
Directeur de l'agence bureaux chez Knight Frank.

Welkin & Meraki, exploite désormais 7.200 m² de bureaux au 31 rue du Colisée, à Paris.

Un autre acteur est attendu. « Une transaction de 5.000 m² va bientôt être annoncée d'un nouvel entrant à Paris dans le 16^e arrondissement », note la dirigeante de Cushman. L'année 2022 a aussi été marquée par des opérations de rapprochement. La foncière du groupe La Poste, déjà actionnaire de Startway depuis 2016, s'est offert Multiburo – l'un des pionniers du secteur. Wojo – filiale de Bouygues Immobilier et Accor – s'est rapproché de Mama Works. Ce n'est sans doute pas fini, « il y a des dossiers de cession qui se promènent », assure encore Barbara Koreniouguine. Le patron d'IWG aussi pense que la concentration va se poursuivre sur un marché où « les coûts fixes sont très importants » et où il est difficile d'accéder à la rentabilité. Surtout sans atteindre une certaine « taille critique ». ■



Le nouvel espace ouvert par WeWork, à Paris, avenue Trudaine. Photo WeWork

Le coworking étend sa toile en région

La recherche par les entreprises de plus de flexibilité dans l'organisation du travail n'est pas limitée à Paris. Cela pousse au développement d'une offre de bureaux partagés avec services un peu partout sur le territoire.

Le coworking – cette offre de bureaux partagés avec services – s'est d'abord développé à Paris. Mais le marché des bureaux se tend dans la capitale, où le taux de vacance est au plus bas. Résultat, la banlieue et les régions sont vues de plus en plus comme de nouvelles terres d'opportunités. Certains opérateurs visent les gares du futur métro du Grand Paris Express. D'autres, les villes, plus ou moins grandes, de province – souvent grâce à de plus petites transactions.

Déjà, en 2022, le marché du coworking a été largement tiré par le développement en région, indique le conseil en immobilier d'entreprise Cushman & Wakefield. Avec des prises à bail importantes à Bordeaux, Lyon, Marseille et Lille. Mais aussi des implanta-

tions moins attendues comme à Arcachon, Brest, Deauville ou Limoges.

Il voit le phénomène s'accélérer : pour lui, la croissance hors de la région parisienne sera probablement à l'origine du doublement des surfaces de coworking exploitées d'ici à 2024. Déjà, le parc de bureaux partagés se situe à 37 % en Ile-de-France – dont 20 % à Paris – et à 63 % en province, indique-t-il. « Il y a peu d'offres en surfaces et surtout en grandes surfaces à Paris. Les sociétés de coworking vont avoir de plus en plus de mal à trouver des immeubles. D'autant que les valeurs locatives sont très élevées », explique sa présidente pour la France, Barbara Koreniouguine. D'où la nécessité de s'orienter vers de nouveaux territoires.

« Mailler le territoire »

« Le travail hybride est devenu une réalité partout. La crise du Covid-19 a joué un rôle d'accélérateur, puisqu'elle a standardisé le travail à distance », souligne Christophe Burckart, directeur général d'IWG pour la France. « Nous avons la volonté de mailler le territoire et d'offrir le maximum de locali-

sations, pas uniquement dans les centres des grandes agglomérations ou dans les grands quartiers d'affaires, mais aussi dans toutes les villes de plus de 20.000 habitants, ajoute-t-il. Et permettre aux gens de travailler près de chez eux. » Et pas uniquement depuis le siège de leur entreprise ou leur domicile.

Le numéro un du coworking dans le pays avec ses espaces Regus, Spaces, HQ et Signature, exploite déjà un peu plus de 130 sites dans 78 villes. L'an dernier, il a ouvert de nouvelles adresses à Montpellier, Clermont-Ferrand, Poitiers, Brest, Roubaix, Dax, Carquefou (en Loire-Atlantique) ou Sierentz (dans le Haut-Rhin), notamment. Il dispose même d'un centre à Montbonnot, en Isère, avec vue sur la montagne, qui, selon lui, fonctionne très bien. Le groupe vise, pour 2023, l'ouverture de deux centres par mois.

Si IWG ne délaisse pas pour autant Paris et sa région, certains acteurs ont fait le choix de se développer uniquement en dehors de l'Ile-de-France. C'est le cas de Newton Offices, B'Coworker, ou encore Flex-O et Bureaux & Co, note Cushman & Wakefield.

WeWork campe sur une stratégie inverse : tout miser sur la capitale. « Nous sommes implantés uniquement à Paris, et essentiellement au cœur de la ville, c'est là qu'il y a de la demande », assure Rebecca Nachanikian, DG de l'entreprise pour l'Europe du Sud. Pour elle, il existe encore pas mal d'opportunités à Paris. Et si les prix ont grimpé en flèche, alors que l'offre de bureaux se fait plus rare, « quand vous prenez beaucoup de mètres carrés, vous avez la capacité de négocier », assure-t-elle.

En fait, « la croissance à venir va se faire à la fois à Paris et en Ile-de-France et en région », tranche Christophe Burckart, même s'il admet qu'à court terme le centre des grandes agglomérations pourrait connaître « un embouteillage ». Et le gâteau à se partager sera pour lui d'une belle taille. « Aujourd'hui, le coworking, c'est moins de 5 % des contrats signés en France [en matière de demande placée de bureaux – prises à bail et ventes à l'occupant, NDLR]. Dans dix ou quinze ans, cela devrait monter à 30 % », dit-il. De quoi offrir de belles opportunités. Reste à voir si ses pronostics se réaliseront. — E. Di.

Les centres commerciaux relèvent la tête mais avec moins de trafic

COMMERCE

Les chiffres de la Fédération des acteurs du commerce dans les territoires, publiés mercredi, montrent un net rebond sur un an du chiffre d'affaires des commerces.

Matthieu Quirot
@MQuirot
et E. Di.

« Tous les voyants sont presque au vert », n'en revient pas Jacques Ehrmann, président de la Fédération des acteurs du commerce dans les territoires (FACT). Ce représentant des centres commerciaux et autres « retail parks » – ces parcs d'acti-

tés commerciales à ciel ouvert – a présenté mercredi une batterie d'indicateurs qui montrent un net rebond du chiffre d'affaires.

En décembre dernier, il a augmenté de 6,2 % par rapport à 2021 et, sur sept mois comparables à 2021, le rattrapage est de 4,5 %. L'activité reste, certes, de 1,9 % inférieure à celle de 2019, mais la fédération rappelle que la profession revient de loin depuis 2020 et les nombreuses fermetures dues à la pandémie de Covid.

Bricolage et sport en forme

Autre élément de satisfaction, les centres et zones commerciales sont revenus à des taux d'occupation de plus de 97 %. « Des taux de vacance de 2-3 % sont incompressibles, on ne trouve plus de places libres, la demande des enseignes est forte », se réjouit Jacques Ehrmann. « Nous

revenons à ce que nous avons connu avant la crise sanitaire, avec moins de vacance et plus de tension », notait aussi, la semaine dernière, Jean-Marie Tritant, le président du directoire d'Unibail-Rodamco-Westfield – qui exploite le Forum des Halles à Paris, Les 4 Temps à la Défense ou la Part-Dieu à Lyon.

S'il déplore les déboires des chaînes de prêt-à-porter françaises, le président de la FACT relativise leur poids à 4 % du commerce. Il pointe surtout la bonne santé d'autres magasins comme ceux de matériel de bricolage ou d'articles de sport, tous deux à +17 % de chiffre d'affaires par rapport à 2019.

Une tendance confirmée par Jean-Marc Jestin, le président du directoire de Klépierre, qui présentait mercredi ses résultats annuels. « Depuis 2019, 26 % de nos locataires ont changé. Il y a un vrai renouvel-

ment de l'offre », indique-t-il. Seul signal orange pour la FACT, la fréquentation de ces espaces commerciaux reste en deçà des attentes des professionnels. D'après les mesures faites par Quantaflow, elle a bondi de 18,4 % l'an dernier sur un an, mais après un exercice 2021 qui avait connu encore bien des fermetures. Et reste en baisse de 11,7 % par rapport à 2019.

Une fréquentation « plus utilitaire »

Le début d'année 2023 ne montre pas d'infléchissement : en janvier, les visiteurs étaient 7,2 % plus nombreux qu'un an avant, mais 13 % plus rares qu'en 2019. Seuls les « retail parks » confirment leur résistance, constatée pendant la pandémie grâce à leurs espaces extérieurs : leur fréquentation n'a baissé que de 5,5 % par rapport à

2019. Pour Jacques Ehrmann, l'essence à 2 euros freine les consommateurs. Si les centres commerciaux ont réussi leur pari de faire revenir les habitants de leurs zones de chalandise, ils échouent à attirer les visiteurs les plus éloignés. Mais « le taux de transformation dans nos points de vente a augmenté, il dépasse 80 %, le panier moyen aussi. Cela veut dire que la fréquentation est plus utilitaire, on vient moins pour flâner », interprète-t-il.

En outre, Jean-Marie Tritant souligne le travail effectué par les commerçants pour « renvoyer les utilisateurs digitaux dans les centres commerciaux », par exemple à l'occasion d'un retour de colis. Ce qui permet de générer du trafic. Les grands acteurs du secteur sont en tout cas satisfaits. « L'année 2022 a été exceptionnelle pour Klépierre. Le

Covid est bien loin derrière nous », s'est réjoui Jean-Marc Jestin mercredi.

Chiffre d'affaires en hausse

La fréquentation de la centaine de complexes européens du groupe, dont une quarantaine en France, est nettement remontée. Elle est désormais à 92 % de celle de 2019. Et le chiffre d'affaires des commerçants a retrouvé et même légèrement dépassé en décembre, de 2 %, – son niveau d'avant la crise sanitaire. Le taux d'occupation atteint près de 96 %.

Les revenus locatifs du groupe ont crû de 24,8 % à périmètre constant l'an dernier, à un peu plus de 1,035 milliard d'euros.

Klépierre va pouvoir verser à ses actionnaires un dividende de 1,75 euro par action au titre de l'exercice 2022. ■