

L'efficacité immobilière prend le dessus

LOYERS Si les prix des bureaux baissent à Genève, c'est en raison d'une offre abondante. Mais aussi parce que les banques n'ont jamais été aussi rationnelles, explique Robert Curzon Price, de Partner Real Estate - Knight Frank

SERVAN PECA
@servanpeca

C'est devenu une habitude. A Genève, comme à Lausanne ou à Zurich d'ailleurs, les loyers des surfaces de bureaux baissent. Entre 2011 et 2016, ils ont même reculé de 40% en certains endroits.

Comme le montrent les nouvelles cartes publiées ce vendredi par Partner Real Estate - Knight Frank, le loyer du m² dans les Rues-Basses plafonne désormais à 700 francs par an, contre 910 francs en 2012. Autour de la gare Cornavin, les prix moyens oscillent autour de 400 francs par m², contre 500 francs il y a quatre ans. Partout, dans le centre de la ville, les loyers régressent.

Depuis son bureau genevois, Robert Curzon Price a un avis bien tranché sur les raisons de ce phénomène. Pour le directeur de la société de conseil immobilier Partner Real Estate - Knight Frank, l'augmentation de l'offre de bureaux n'est pas seule en cause. Cette tendance a quelque chose de structurel.

«Les entreprises veulent désormais montrer qu'elles travaillent sur leur efficacité [...] et non pas qu'elles dépensent leur argent pour des locaux prestigieux»

ROBERT CURZON PRICE, DIRECTEUR DE PARTNER REAL ESTATE - KNIGHT FRANK

Elle est marquée par la fin de la quête absolue de l'opulence. «Lorsqu'elles reçoivent leurs clients, les entreprises veulent désormais montrer qu'elles travaillent sur leur efficacité, qu'elles optimisent, et non pas qu'elles dépensent leur argent pour des locaux prestigieux mais qui ne sont ni fonctionnels, ni rationnels.»

Des surfaces pratiques, bien agencées, modulables et faciles d'accès. Cette tendance ne vaut pas que pour les banques, précise le spécialiste. Les études d'avocats suivent le même mouvement: une tête de pont dans le centre et le reste des activités en retrait, dans un quartier moins cher.

Il cite un autre secteur, désormais important à Genève, mais qui n'a pas besoin de locaux hyper-centrés: les négociants en matières premières et les instituts financiers qui travaillent avec eux. Des activités B2B (de professionnels à professionnels) qui n'imposent pas de jouir d'une vue sur la Rade.

UBS, un cas d'école

Ces dernières années, les exemples les plus connus concernent néanmoins des banques: le déménagement de Pictet, en 2006 déjà, dans le quartier des Acacias. UBS a suivi le mouvement. Plus récemment, Lombard Odier a annoncé le regroupement de ses activités et la création de 2600 places de travail à Bellevue, sur la rive droite. Autre déménagement notable, à l'autre bout du pays: celui d'UBS, qui délocalise des centaines d'emplois de Zurich vers Bienne et Schaffhouse.

Ce dernier cas est un cas d'école, et non pas le début d'une tendance générale, tempère le spécialiste genevois. «Un groupe coté en bourse doit répondre aux exigences de ses



Sources: Partner Real Estate, Knight Frank, Wuest Partner

actionnaires. UBS économise sur ses loyers, mais aussi sur les salaires qu'elle versera aux employés biennois.» Ceux qui remplaceront les Zurichois qui n'ont pas suivi leurs

bureaux dans le canton de Berne. La bonne nouvelle, c'est qu'UBS ne délocalise pas ces activités en Inde ou en Pologne», conclut Robert Curzon Price.

Ce qui est vrai pour les sociétés suisses l'est encore plus pour les entités étrangères disposant d'une présence locale, depuis un certain 15 janvier 2015. L'abandon du taux

plancher par la Banque nationale suisse (BNS), qui a fait s'envoler le franc de 15 à 20% contre l'euro et le dollar, a soudain renchéri les charges de loyers helvétiques consolidées dans les comptes en monnaies étrangères des multinationales. Un événement exceptionnel qui a encore accentué le besoin d'optimisation immobilière.

Le CEVA et EasyJet aident Genève

Pourtant, les prévisions de Partner Real Estate - Knight Frank sont positives. La baisse des loyers entamée en 2012 devrait finir par s'inverser, affirme Robert Curzon Price. «Les prix à Genève sont désormais alignés sur ceux de Francfort, Londres ou Paris. Ce n'était pas le cas auparavant», explique-t-il d'abord.

Autre soutien à venir: la réforme de la fiscalité des entreprises. Une bonne nouvelle financière pour les locaux, qui verront leur taux d'imposition baisser, et une bonne nouvelle pour les sociétés étrangères intéressées. «Avant qu'elle n'entre en vigueur, il est encore possible de négocier des accords fiscaux», lance Robert Curzon Price.

De plus, il faut compter avec l'arrivée imminente du CEVA en 2018-2019. La perspective d'un réseau de trains urbains provoque déjà des mouvements haussiers sur les loyers, dans les zones proches des futures gares, comme à Chêne-Bourg ou à Carouge. A moyen terme, l'immobilier de bureau genevois devrait donc au moins arrêter de baisser. Et il peut de toute façon compter sur un atout unique: «Heureusement que Genève a un aéroport. Mais surtout, un aéroport qui fait office de hub pour EasyJet!»

Konbini débarque sur le marché numérique romand

MÉDIAS Inauguré il y a une semaine au Montreux Jazz Festival, le média français est aussi présent au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, au Mexique et au Nigeria. Il se lance en Suisse romande, un marché «où il y a une place à prendre»

Nouvelle venue sur la scène médiatique romande. La plateforme numérique Konbini se lance en Suisse romande. Mardi dernier, le média - fondé en France il y a huit ans - se présentait au public romand lors du Montreux Jazz Festival. Diffusé sur les réseaux sociaux (Snapchat, Facebook, Instagram et Twitter), Konbini cible les *millennials* (15-30 ans). Il fait partie aujourd'hui des dix médias numériques les plus suivis du monde avec, selon lui, 150 millions de visiteurs uniques par an, dans plus de 60 pays.

Son marché cible en Suisse romande? Les jeunes talentueux, selon les mots de son responsable marketing, Michael Christment. «Nous voulons célébrer l'énergie créative, entrepreneuriale et culturelle en Suisse. En d'autres termes, évoquer de bons sujets, et faire l'actualité sur des personnalités ou des personnes engagées», explique-t-il au *Temps*. Le trafic de Konbini provient à 90% des smartphones.

En recherche de pigistes suisses

La plateforme est actuellement à la recherche de pigistes suisses ou basés dans le pays pour couvrir l'actualité. Tous les journalistes sont rémunérés, souligne Michael Christment, qui reven-

150

C'est, en millions, le nombre de visiteurs uniques par an que revendique Konbini à travers le monde.

dique déjà «500 000 lecteurs uniques en Suisse». A court terme, Konbini Suisse devrait aussi produire du contenu en allemand et en italien pour la Suisse, avant de s'étendre en Allemagne, au Maghreb et dans des régions francophones d'Afrique.

Apparu en 2009 en France - avant même l'arrivée de *Huffington Post* -, Konbini traite de nouvelles tendances culturelles, lifestyle, mode mais aussi de sujets sociopolitiques. Le plus souvent avec un ton humoristique. Un tiers du contenu est lié à l'actualité internationale. La plateforme est connue notamment pour ses différentes chaînes, ses interviews de célébrités mais aussi pour avoir accueilli le président François Hollande et décroché une «interview hashtag» d'Emmanuel Macron alors en pleine campagne.

Elargir le marché

Le marché compte déjà plusieurs *pure players* (média diffusant uniquement sur le Net) comme BuzzFeed, Vice, AJ+ ou, plus localement, Kapaw, Bon pour la tête ou Nouvo (relié à la RTS et comptant aussi une émission TV). Pour Michael Christment, l'approche éditoriale «pop

culture» de Konbini et ciblée sur des thématiques positives et jeunes suffit à distinguer sa plateforme: «Nous ne nous comparons pas aux autres médias. Mais je suis ravi qu'il y ait de la concurrence car notre but est d'élargir le marché.»

Un avis partagé par le directeur de la rédaction du *Huffington Post* en France, Paul Ackermann: «Les médias numériques sont très sobres et pas assez répandus en Suisse. Ce qui laisse entendre qu'il y a une place à prendre. Konbini, c'est du divertissement branché, très réseaux sociaux.» Pour cet ancien journaliste de *L'Hebdo*, les *pure players* sont plus souples pour développer de nouveaux modes de financement.

Articles sponsorisés

Le producteur de séries Netflix sponsorise par exemple la chaîne de Konbini Biiinge consacrée aux séries télévisées. Cela n'empêche pas les rédacteurs de la plateforme de relater les derniers épisodes de la série *House of Cards* ou *Orange is the New Black*, produite par le groupe américain. La plateforme donne par ailleurs de la visibilité à des marques comme Coca-Cola, Orange et Heineken à travers des articles sponsorisés.

Paul Ackermann, du *Huffington Post*, remarque toutefois que Konbini, «ce n'est pas forcément toujours du contenu journalistique, mais parfois focalisé sur du publiereportage. Les *pure players* doivent mieux séparer le côté commercial et le journalistique.»

CLARISSE ENCONTRE
@ClarisseJNE

MAIS ENCORE

Ventes en hausse de 3,7% pour Barry Callebaut après neuf mois
Le chocolatier industriel zurichois a vu son chiffre d'affaires croître de 3,7% sur les neuf premiers mois de son exercice décalé 2016-2017 clos le 31 mai, à 5,19 milliards de francs. Le volume des ventes a, lui, grimpé de 2,8%. Une croissance du volume qualifiée de «solide» a été enregistrée dans toutes les régions, avec une accélération au troisième trimestre (+5,5%), a indiqué jeudi Barry Callebaut dans un communiqué. ATS

EN BREF

Microsoft abandonne Windows Phone

Le groupe américain Microsoft ne va plus assurer la mise à jour de Windows Phone 8.1, la dernière version de son système d'exploitation pour smartphones, mettant fin à ses ambitions de rivaliser avec Android (Google) et iOS (Apple). Cette version de Windows Phone, sortie en avril 2014, fait partie de la liste des produits Microsoft qui ne sont plus mis à jour depuis le 11 juillet. Cela veut concrètement dire que Microsoft n'apportera plus de correctifs en cas de failles de sécurité. AFP

En Russie, Uber fusionne avec son concurrent Yandex. Taxi

Yandex. Taxi et le groupe américain Uber vont fusionner leurs services de réservation de taxis et de véhicules avec chauffeur en Russie. La nouvelle entité exercera en Russie, Azerbaïdjan, Biélorussie, au Kazakhstan, ainsi qu'en Arménie et en Géorgie où Uber n'est actuellement pas présent. Uber et Yandex investiront respectivement 225 millions et 100 millions de dollars dans la coentreprise qui sera dirigée par le patron de Yandex. Taxi, Tigran Khoudaverdian. La valeur de la nouvelle société est estimée à 3,7 milliards. AFP

PUBLICITÉ

Augmentez vos chances de succès.

ECOLE LEMANIA

- Maturité Suisse
- Baccalauréat Français
- IB - Baccalauréat International

Inscriptions ouvertes dès maintenant.

021 320 15 01
admissions@Lemania.ch

ECOLE LEMANIA
FONDÉE EN 1908 - A LAUSANNE

www.Lemania.ch