

L'immobilier se partagera-t-il ?

Co-working, co-living, hôtellerie 2.0 : le pouvoir disruptif de la mutualisation sur l'immobilier traditionnel

JAN 16, 2019 · 12 MIN READ



WRITTEN BY

Claire Flurin

Directrice R&D+Innovation

Curiosity is Keys est le véhicule de R&D de Keys AM, dédié à l'exploration des modes de vie immobiliers futurs.

Densifier pour perdurer ? Nos évolutions sociétales — la mutation et fragmentation des cellules familiales, le prolongement de l'espérance de vie, la bi-activité des couples, etc. — la spécialisation de l'économie dans les services et la transition numérique — qui exige une grande fluidité et mobilité entre clusters d'activité — contribuent à concentrer les populations... en ville. Nos villes se densifient et cela n'est pas forcément une mauvaise nouvelle !

La densification des centres urbains représente l'opportunité de faire " mieux ", de construire

une ville créatrice de valeur pour ses habitants et ses entreprises, c'est-à-dire l'opportunité de bâtir des lieux à " impact positif ". A ce sujet, a [Heart Foundation](#), ré-utilise la théorie urbaine des six D (Densité, Design, Diversité, Distance aux réseaux de transports publics et doux, Destination accessible, et Demande gérée des besoins en parking) pour rappeler que la densité de population d'un quartier ou



d'une ville permet d'en améliorer la " marchabilité " (walkability), atout central des villes dites agréables ou, " liveable " en anglais. L'étalement urbain et l'artificialisation des sols agricoles sont des enjeux majeurs du développement durable puis qu'ils engendrent une " perte de ressources naturelles et agricoles et souvent une imperméabilisation des sols ", et conduisent " à la destruction des réseaux d'habitats naturels " ([Ministère Français de la Transition Écologique et Solidaire](#), 2018). Il est impératif d'envisager une densification raisonnable et durable des centres urbains, et de concevoir des villes compactes dont infrastructures de transports, eau, déchets sont optimisées ([Anthony Gar-On Yeh](#), 2002).

Nous, grands propriétaires fonciers, devons donc réussir le pari d'une ville dense et agréable, le pari d'une densité qui ne se subit pas, mais qui au contraire s'apprécie. Densifier c'est d'abord créer un volume de consommateurs suffisant pour justifier la fourniture de services et équipements de meilleurs qualité. Densifier c'est aussi donner la possibilité de mutualiser efficacement, c'est-à-dire de partager les coûts et donc augmenter le pouvoir d'achat à l'échelle individuelle. Dans ce contexte, nous observons l'émergence de modes de vie évolués, au sens Darwinien du terme, c'est-à-dire adaptés à un nouvel environnement dense, et hautement technologique.

Il s'agit d'optimiser la façon dont nous utilisons l'espace pour améliorer la qualité de vie en ville.

Devant cet impératif, le marché immobilier s'est emparé depuis un peu moins de dix ans des opportunités qu'offre l'économie du partage, au travers de la mutualisation des espaces. Cette dernière, synonyme de densification et donc d'une utilisation plus durable et plus équitable des mètres carrés urbains, naît de deux constats désormais bien connus :

- La concentration de nos activités dans moins de 30 % du logement typique ; c'est ce que montre l'ouvrage *Life at Home in the Twenty-First Century: 32 Families Open Their Doors* (Jeanne E. Arnold & Al, 2012)
- La diminution du pouvoir d'achat des classes moyennes et donc la difficulté grandissante des citoyens à pouvoir jouir financièrement des services et aménités que permettent la ville (Rappaport, 2007)

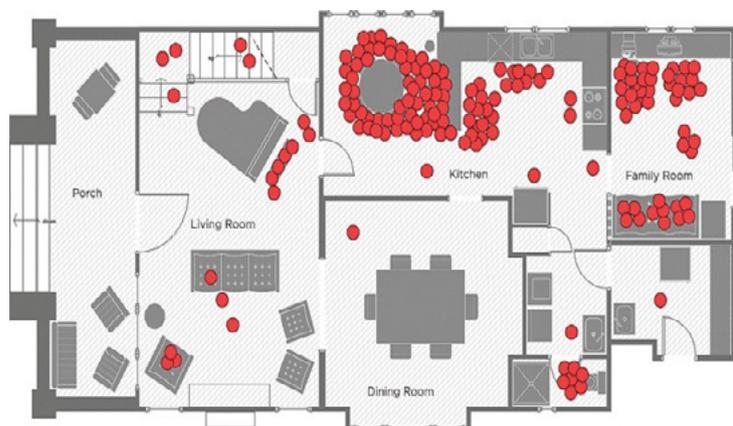


Photo courtesy of UCLA Cotsen Institute of Archaeology Press.

Partager son bureau, ses salles de réunion, sa conciergerie, son jardin, sa chambre d'amis, et tous les services de la vie quotidienne qui s'y prêtent c'est exploiter le plein potentiel des surfaces construites, et accéder à une qualité de vie augmentée pour un prix décoté. En occupant moins d'espace, un groupe donné, une entreprise ou une famille, réduit son empreinte carbone. Et au travers de la mutualisation avec ses pairs, il accède à des services autrefois réservés aux plus aisés. Ces espaces mutualisés répondent souvent mieux aux besoins des utilisateurs finaux et surpassent les standards de confort de l'immobilier traditionnel.

La mutualisation des espaces et le partage des expériences forment le concept prometteur de l'immobilier d'aujourd'hui.

Les technologies digitales ont habitué l'utilisateur à consommer quand il veut, où il veut, comme il veut ; l'offre immobilière doit se soumettre à cette nouvelle demande. Le pouvoir d'adaptation aux utilisateurs que proposent les espaces partagés gérés émergents semble convaincre tant les investisseurs que les grands propriétaires fonciers. En dépit d'un certain scepticisme en France, l'importance des levées de fonds récentes des exploitants WeWork, Convengo, Industrious, Knotel, Medici Living, The Collective, etc. semblent indiquer un secteur en bonne santé. Il est raisonnable de penser que cette tendance continuera de croître pour venir compléter l'offre immobilière traditionnelle, trop rigide pour un nombre grandissant d'entreprises et de foyers.

Zoom sur quelques concepts qui font leurs preuves sur les marchés du monde entier.

Jugeant que la mutualisation des espaces deviendrait une évidence, un certain nombre de nouveaux acteurs se sont positionnés comme intermédiaires locataires, ou gestionnaires, d'espaces à haut niveau de services. Ces acteurs, opérateurs de site, signent des baux conventionnels ou des contrats de management avec leurs propriétaires, puis sous-louent le package espace + services à leurs utilisateurs finaux. L'hôtellerie lifestyle, le co-working et le co-living ont retenu notre attention car ils repoussent les limites de l'immobilier traditionnel. En s'armant d'outils technologiques performants pour se rapprocher de l'utilisateur final, ils challengent le status quo.

Séjours courts et hôtels de demain. Les hôtels et auberges Jo&Joe, MamaShelter, Standard Hotel sont parmi les ambassadeurs les connus de la fameuse hôtellerie lifestyle. Cette nouvelle catégorie d'hôtel naît du succès d'Airbnb, au détriment de l'hôtellerie classique. Les marques les plus avisées ont néanmoins su rebondir en proposant, non plus une simple chambre, mais un partage d'expérience, dans lequel le voyageur s'affranchit de son statut de touriste et expérimente sa destination " comme un local ".

L'hôtel n'est plus la destination finale du voyage ; c'est au contraire les lieux avoisinants qui font du séjour une réussite. Le restaurant, au coeur du concept lifestyle, réunit véritables locaux et néo-touristes dans un lieu devenu une destination locale pour la qualité de ses produits et une expérience culturelle unique. La technologie contribue évidemment à fluidifier cette expérience de voyage à facettes multiples : l'IA anticipe nos désirs, l'IoT et les interfaces "voix" nous distancient des écrans sans renoncer au confort apporté par la technologie et les processus d'automatisation rendent l'humain entièrement disponible à l'interaction humaine. En dépit d'un désir

Bureaux flexibles et co-working. Le co-working, encore très minoritaire en France, combine ces mêmes codes comportementaux aux enjeux économiques des entreprises pour bousculer le monde du bureau. En France, WeWork, Spaces, Nextdoor, MamaWorks et bien d'autres se positionnent rapidement comme leaders de ce marché émergent. Quelques facteurs de croissance laissent à penser qu'il s'agit bien d'un virage stratégique dans la conception des espaces de travail et non pas d'une mode

- D'après JLL, **65 % des français** souhaiteraient pouvoir travailler de façon flexible et le même pourcentage souhaiterait avoir accès à des « espaces de convivialité pour favoriser les échanges informels » mais seulement 3 % des salariés français déclarent aujourd'hui travailler en desk-sharing, en ligne avec la tendance mondiale ;
- Pour les institutionnels (La Française, Covivio), comme pour les startups, les baux commerciaux classiques sont obsolètes depuis déjà bien longtemps. Aucune entreprise n'est capable de connaître son besoin en surface de bureau à 9 ans. Alexandre Giraud, responsable du développement de la marque & des établissements Mama Works, souligne d'ailleurs la constante fluctuation des effectifs d'une entreprise, qui ne peut être qu'en croissance ou décroissance sur un temps long. Vraisemblablement, avec une espérance de vie de 7.3 ans pour une entreprise (BBC), la durée des baux commerciaux ne peut qu'aller en diminuant — à grande vitesse.
- Ces entreprises, utilisatrices, sont en passe de reprendre le contrôle de l'offre (HBS Research). Qu'elle soient petites ou grandes, les entreprises ont un intérêt économique à diminuer leur emprise immobilière. Le co-working, en allouant 5 à 15 m² par personne permet une densification inédite de leurs surfaces.

fort de collectif, l'UX du voyageur de demain est centrée sur le moi. L'interconnexion de mes données personnelles vous a permis de me connaître parfaitement, et donc de m'intéresser, de m'impliquer dans votre univers de marque. C'est ensuite en me donnant les outils pour interagir avec vos services, et en m'écoutant que vous réussissez à me régaler !

En se calant sur les évolutions de comportement et besoin des générations boomers, genx, millenials, et des suivants, la puissante industrie hôtelière (\$1.6 trillions en 2017 d'après Deloitte) s'achète des parts de marché dans le futur.



Photo courtesy of MamaWorks

En réalité, le co-working ne serait que la première étape vers une redéfinition complète et radicale des espaces de travail. Demain, les utilisateurs achèteront du **office-as-a-service**, en version nomade co-working, semi-partagée dans une Mama Suite, au travers d'un siège social flexible comme le propose HQ by WeWork, voire en faisant concevoir, construire et gérer son plateau par l'appli Managed by Q.

Vous n'êtes pas convaincus ? C'est normal. JLL rapporte un rejet massif du concept de la part des non-pratiquants (72 %), tandis que **84 % des utilisateurs qui testent sont captifs et satisfaits**. Et les opérateurs lèvent des fonds importants :

- 2 M€ pour WeWork en ce début d'année 2019, positionnant la startup parmi les entreprises financées par capital-risque les mieux valorisées,
- 280 M€ pour le jeune Convène,
- 182 M€ pour Industrious,
- et 95 M€ chez Knotel.

BNP Paribas Real Estate le confirme, le co-working suit une croissance stable, plus de **30 % par an** dans le monde et **11 % en France**. Colliers, de son côté, affirme que les propriétaires et leurs représentants doivent désormais comprendre les changements de gouvernance, et les évolutions de mode de travail, aussi bien qu'ils maîtrisent les baux.

Habitat partagé et co-living. Le co-living, lui, est quasi-inexistant en France, même si en plein développement dans les pays nordiques, anglo-saxons et asiatiques. Pourtant, le co-living est une expression récente qui décrit un vieux concept : vivre ensemble. Le co-living s'apparente à une colocation, à un hôtel, mais aussi à une maison familiale ou au village de nos grand-parents. On y vient parce que les prix y sont abordables pour une qualité de vie augmentée, parce qu'on a envie et/ou besoin de s'intégrer dans un groupe de voisins soudés, à un moment particulier de la vie, ou tout simplement parce que l'on a besoin de la flexibilité qu'offre le modèle. Le co-living rejoint une " communauté ", un voisinage qui se connaît et se retrouve régulièrement pour boire un verre, partager un repas, assister à un concert, une conférence, un match de sport, un débat. Ces événements culturels ponctuent la vie d'une communauté organisée dans un assortiment d'espaces partagés et privés, des sanitaires, à la cuisine, salon, espace de travail, bibliothèque, jardin, bar, restau-

rant, et tous les espaces dont le citoyen moyen rêve dans son chez soi. Les sites sont généralement gérés par des équipes de community management professionnelles, chargées d'améliorer en continu l'expérience utilisateur, en permettant : de réserver sa chambre en quelques clics, de se connecter aux réseaux wifi, Netflix, Spotify de la maison, de souscrire au ménage de sa chambre, de signaler un dysfonctionnement particulier, de proposer une activité... bref, de profiter d'un haut de niveau de services, rendus abordables par la mutualisation avec les autres co-livers.

Comme un hôtel " lifestyle ", un espace de co-living vise à devenir un lieu de destination, un lieu de vie dans la ville qu'il investit. Son succès réside donc dans sa capacité à tisser sa communauté jusqu'à l'extérieur de son enceinte. L'histoire de l'homme nous laisse penser que la diversité des utilisateurs de ces lieux, en âge, métiers, histoires de vie deviendra une vraie promesse de durabilité et donc un critère de performance central. Pour un investisseur, l'exploitant (marque de co-living) est d'abord attractif s'il montre sa capacité à payer le loyer. Au delà des critères financiers, il convainc s'il s'aligne avec les valeurs et désirs de ville meilleure de son propriétaire.

Comme pour le co-working, c'est l'usage qui prouvera la profondeur de ce marché. Cependant il existe des marqueurs sociétaux qui semblent annoncer un potentiel de croissance important. Le réseau international et do-tank Co-Liv les résume ainsi :

- La classe moyenne est **en mal de logement : 1/3 des Parisiens** gagneraient trop pour accéder au logement social mais pas assez pour signer un bail, seul, dans les conditions du marché privé.
- Or, la part des " **micro-foyers** " (une à deux personnes, célibataires, divorcés, veufs, couples ou familles monoparentale) ne cesse d'augmenter (**68 % des Français** en 2014, +21 % depuis 1968 et +11 % depuis 2014 en France, d'après l'Ined) ; c'est d'ailleurs une tendance mondiale. Ces foyers sont alors contraints à se faire héberger, ou à s'associer avec d'autres pour se loger. Le co-living propose une réponse à ce marché informel mal servi, en offrant un mode de vie partagée agréable et géré plutôt qu'une colocation, subie.
- Cette logique socio-économique est appuyée par l'exigence de mobilité et de flexibilité du monde du travail évoqué plus haut – rappelons que **40 % des travailleurs** seront freelance ou " sans bureau fixe " d'ici à 2020 ;

• Et l'épidémie de solitude à laquelle le monde fait face – **40 % des Américains et 36 % des Français se sentent seuls**, dont une majorité de moins de 65 ans. Cette pathologie, accentuée par l'utilisation massive des outils de communication digitaux, est désormais considérée comme un risque de santé publique. La recherche montre qu'elle serait aussi néfaste que l'obésité ou la consommation de **15 cigarettes par jour** (Holt-Lunstad, 2015).

Les investisseurs continuent de tester le modèle, mais les financements explosent déjà :

- 1.1 M€ ce mois-ci pour Medici Living,
- 400 M€ l'an dernier pour The Collective
- et 20.3 M€ cette année pour l'entreprise responsable Starcity.

Quelle prochaine étape ?

L'évolution de notre société, tant d'un point de vue social qu'environnemental, nous invite à franchir le pas, bien au-delà du simple découpage en plateaux de bureaux. Ces espaces fragmentés sont ensuite distribués et alloués à des usages privés ou partagés. La mutualisation des surfaces ainsi inventée donne naissance à un nouvel acteur dans la chaîne immobilière : l'opérateur. Ces opérateurs, qui s'épanouissent en zones urbaines denses, donnent à rêver à d'une vie en ville plus agréable et abordable. Saurons-nous honorer leur promesse ?

A l'image des tiers-lieux, espaces collaboratifs maintenant bien connus des Français, ces concepts participent au gommage des frontières traditionnelles entre le bureau, le logement et l'hôtellerie. Ils nous aident ainsi à briser les silos dans lesquels nous avons enfermés nos méthodes immobilières standardisées. Ils réinventent déjà le commerce de proximité, luttent activement contre l'obsolescence du commerce en pied d'immeuble et répondent aux besoins de flexibilité de notre nouvelle économie. C'est indéniable, le numérique accélère le progrès ; les entreprises, qui ne voient plus à 10 ans mais à 2

ans, ont constamment besoin de muter pour assimiler les innovations technologiques. Leurs besoins en évolutivité sont inédits. Spatialement, cela se traduit par la primauté donnée au choix, une palette d'options leur permettant de grossir et rétrécir au gré des changements conjoncturels. Quand la norme était à louer un grand volume, pour loger toutes mes activités, dans un lieu dont je ne contrôlais pas la qualité, l'attente est aujourd'hui à l'occupation évolutive de petites surfaces dont le design et la qualité sont des éléments centraux de l'offre commerciale qui m'est proposée. Pour le bailleur de tout type d'espace, c'est un véritable changement de paradigme puisque la commercialisation et la gestion, autrefois trop lourde, des petites surfaces personnalisées, à grande échelle, sont aujourd'hui rendues possibles par les "marketplace" transparentes, génératrices de visibilité et expertes de la mise en relation.

Peut-être existe-t-il un concept hybride qui irait encore plus loin et embrasserait la mixité fonctionnelle pour donner naissance à... une halle-gourmande, associée à une cuisine professionnelle partagée et à un co-living social ? Un "social club" alliant sport, co-working, bar, restaurant et fédérant un réseau d'hôtes airbnb ? Ou un exploitant "Sofar Sounds augmenté" qui plus encore que des concerts chez l'habitant, proposerait du fitness, des espaces de travail et dîners partagés, transformant ainsi n'importe quel logement en un espace culturel collaboratif. Chez Keys AM, en tant qu'investisseurs, nous restons pragmatiques dans nos engagements, mais nous testons les modèles, avec l'envie de pousser ces solutions d'espaces et expériences partagées. Nous rêvons à un monde meilleur, à une ville (i) efficiente, car rendant des services efficaces, au meilleur prix et moindre coût environnemental, (ii) inclusive, de toutes les catégories sociales, de toutes les cultures et de toutes les générations, et (iii) attractive, pour inspirer, drainer les talents de demain et exister sur la planète monde.